S

OMPI
ORGANIZACIÓN MUNDIAL
DE LA PROPIEDAD
INTELECTUAL

WIPO/ACE/18/41/EX
ORIGINAL: INGLÉS
FECHA: 27 DE MAYO DE 2026

Comité Asesor sobre Observancia

Decimoctava sesión
Ginebra, 2 a 4 de junio de 2026

RESUMEN: LA PIRATERÍA AL DESCUBIERTO: COMPRENDER LA PERCEPCIÓN Y EL CONSUMO DE CONTENIDOS PIRATEADOS EN MALASIA Y VIET NAM[1]

Documento elaborado por Ipsos, Londres (Reino Unido)[2]

RESUMEN

El presente informe expone las principales conclusiones de una encuesta de investigación entre los consumidores que examina las actitudes y comportamientos hacia la piratería de contenidos en línea en Malasia y Vietnam. La encuesta se llevó a cabo en enero y febrero de 2026, con 2 000 encuestados representativos a escala nacional por país y con edades comprendidas entre los 18 y los 65 años. El estudio reveló que el acceso a contenidos pirateados está muy extendido tanto en Malasia como en Vietnam en cada una de las categorías de contenidos analizadas. Los comportamientos están arraigados, especialmente en Vietnam, donde la incidencia de la piratería es mayor por categorías. Asimismo, los resultados indican que destacar las posibles repercusiones negativas de la piratería en las personas y obtener una mejor comprensión de lo que los consumidores esperan de los canales oficiales podría conducir a medidas disuasorias para animar a los encuestados a cambiar los canales piratas por los oficiales.

1 El estudio se realizó con fondos proporcionados por el Gobierno del Japón.
2 Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden a su autor y no reflejan necesariamente las de la Secretaría o los Estados miembros de la OMPI.

RESUMEN

1. El presente informe expone las principales conclusiones de una encuesta de investigación que examina las actitudes y comportamientos de los consumidores hacia la piratería de contenidos en línea en Malasia y Vietnam. El trabajo de campo de la encuesta tuvo lugar en enero y febrero de 2026, con una muestra nacional representativa de 2 000 encuestados por país de entre 18 y 65 años en Malasia y Vietnam. En general, la inmensa mayoría de los adultos de entre 18 y 65 años de Malasia y Vietnam son consumidores de contenidos pirateados (93 % y 94 %, respectivamente). Este comportamiento se examinó dentro de las cinco categorías de contenidos: televisión, películas, música, publicaciones y *software*. En Vietnam, es probable que una mayor proporción de consumidores consuma contenidos pirateados en las cinco categorías (34 %) en comparación con Malasia (19 %).

2. A pesar de la alta incidencia de la piratería en cada mercado, existe una fuerte superposición en el uso de fuentes piratas y oficiales: en todas las categorías de contenidos, casi todos los consumidores de obras pirateadas también consumen contenidos de la misma categoría a través de una fuente oficial (desde el 94 % en Malasia en el caso de las publicaciones, hasta el 100 % en Vietnam en el caso de la televisión y las películas). Además, las fuentes oficiales más utilizadas son las mismas en los dos mercados.

3. No obstante, la piratería sigue representando una elevada proporción del consumo anual de contenidos. En Malasia, la proporción de piratería oscila entre el 42 % del consumo anual de música y el 33 % del consumo anual de películas. La proporción es similar (pero a un nivel superior) en Vietnam, donde la piratería oscila entre el 49 % del consumo anual de música y el 39 % del consumo anual de películas.

4. Los consumidores de contenidos pirateados y los demás encuestados citan el peligro del riesgo personal como factor disuasorio influyente a la hora de utilizar fuentes piratas. Estos peligros incluyen la seguridad personal (por ejemplo, ser objeto de un robo de identidad, o que los dispositivos se vean comprometidos por virus, programas malignos o de secuestro de datos), así como el riesgo de enjuiciamiento. En las categorías de contenidos como la música, la creencia de que el uso de fuentes piratas perjudica a los creadores también parece ser un factor disuasorio importante.

5. Los consumidores de contenidos pirateados de ambos países también señalan que los factores clave que les animarían a cambiar el acceso a fuentes piratas por el uso de fuentes oficiales están relacionados con la experiencia de uso de los canales oficiales, como el deseo de una oferta de contenidos más amplia, una mayor comodidad y un precio más bajo. En Malasia, concretamente, los consumidores también mencionaron que los contenidos no estaban disponibles en su región local.

6. La mayoría de los consumidores de obras pirateadas también afirman que, si no pudieran acceder a las fuentes piratas, cambiarían a un canal oficial en lugar de dejar de consumir ese contenido: al menos 7 de cada 10 en todas las categorías de cada país.

7. Los resultados resumidos anteriormente revelan oportunidades para ampliar el uso de los canales oficiales en esos dos mercados.

[Fin del documento]