



Manual de la OMPI para la realización de encuestas entre los consumidores sobre el respeto por la PI

2018

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
SINOPSIS	6
ELABORACIÓN DE LA ENCUESTA	7
1. ELECCIÓN DE LA PLANTILLA DEL CUESTIONARIO	7
2. METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA.....	8
i. Encuesta por Internet	9
ii. Metodología híbrida de Internet.....	9
iii. Entrevistas personales a domicilio.....	10
iv. Entrevistas telefónicas.....	10
v. Entrevistas en la calle.....	11
vi. Entrevistas asistidas por computadora	11
vii. Incentivos para los encuestados	12
3. DISEÑO DE LA MUESTRA	12
4. DATOS PERSONALES FRENTE A DATOS DEL HOGAR	13
5. METODOLOGÍA PARA MEDIR LA EFICACIA DE LAS CAMPAÑAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	13
EJECUCIÓN DE LA ENCUESTA.....	15
PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN	15
1. PARÁMETROS CLAVE - INCIDENCIA	16
2. INCIDENCIA POR GRUPO DE EDAD	18
3. INCIDENCIA POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO COMERCIAL Y PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD.....	19
4. ACTITUD DE LOS ENCUESTADOS.....	21
5. EFICACIA DE LA CAMPAÑA.....	22
6. COMPARACIÓN ENTRE TERRITORIOS	23
LEYES DE PROTECCIÓN DE DATOS Y DEL CONSUMIDOR	23
PLANTILLAS DE LOS CUESTIONARIOS DE ENCUESTA – NOTAS COMPLEMENTARIAS	24

PLANTILLAS	33
PLANTILLA DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA SOBRE PRODUCTOS DIGITALES	34
PLANTILLA DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA SOBRE LIBROS Y ARTÍCULOS ...	73
PLANTILLA DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA SOBRE PRODUCTOS DE CONSUMO	103
PLANTILLA DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA SOBRE ARTÍCULOS DE LUJO Y ROPA	117
PROGRAMAS INFORMÁTICOS	128
CAMPAÑAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN – PLANTILLA DE EVALUACIÓN	133
PLANTILLA DEL CUESTIONARIO – PREGUNTAS DEMOGRÁFICAS/DE CLASIFICACIÓN ADICIONALES	137

Manual de la OMPI para la realización de encuestas entre los consumidores sobre el respeto por la PI

INTRODUCCIÓN

El Manual de la OMPI para la realización de encuestas entre los consumidores sobre el respeto por la PI está destinado al uso de los órganos de los sectores público y privado que deseen analizar las actitudes de los consumidores en relación con los productos piratas y falsificados. El Manual ha sido concebido con un formato modular con la intención de que, en la medida en que se sigan las directrices generales indicadas en el presente documento, puedan efectuarse comparaciones entre las distintas encuestas que se lleven a cabo de forma independiente.

La elaboración del Manual ha sido posible gracias al fondo fiduciario proporcionado por el Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo de la República de Corea, cuyo apoyo reconoce agradecidamente la OMPI.

Razones para utilizar el Manual para la realización de encuestas entre los consumidores

- **Establecer referencias en las actitudes de los consumidores hacia los productos piratas y falsificados, así como seguir la evolución de esas actitudes a lo largo del tiempo**
- **Reconocer tendencias clave en el consumo de productos y servicios infractores a fin de que sirvan para priorizar los recursos destinados a tomar medidas preventivas**
- **Evaluar estrategias de fomento del respeto por la PI**
- **Evaluar la eficacia de las campañas en los medios de comunicación**
- **Establecer medidas de comparación entre distintos territorios.**

Los principales resultados que se prevé obtener de las plantillas destinadas a la encuesta son la medida del porcentaje de la población de un territorio que está expuesto a productos falsificados o piratas o los utiliza, así como sus actitudes en relación con el uso de esos productos infractores.

La encuesta no se limita a medir la incidencia de la utilización de productos infractores, sino que también puede utilizarse para obtener información detallada acerca de los principales tipos de infracción, las vías de entrada en el mercado y los elementos que podrían contribuir a la reducción de los comportamientos infractores.

En lo posible, la encuesta debería utilizarse como estudio de rastreo, realizando de manera periódica el trabajo en el terreno, por ejemplo, cada 12 meses, para controlar cómo se modifican con el tiempo tanto la incidencia del consumo de productos y servicios infractores como las actitudes a ese respecto.

Si se incluye la sección sobre las campañas en los medios de comunicación, también será posible evaluar la eficacia de las campañas de ese tipo llevadas a cabo recientemente en el marco de un territorio.

El resultado de la encuesta puede utilizarse con fines de divulgación, pues constituye un conjunto de datos cuantitativos comparables. Al controlar a lo largo del tiempo las actitudes existentes respecto de la infracción y la actividad infractora, puede evaluarse la eficacia de las estrategias destinadas a fomentar el respeto por la PI. Esos datos pueden servir de base para orientar la asignación de recursos.

SINOPSIS

El Manual para la realización de encuestas contiene cuatro plantillas de cuestionario que se estructuran para abarcar cuatro tipos de productos que pueden copiarse ilegalmente o falsificarse:

- Productos digitales: música, películas, videojuegos, series de TV y libros
- Productos de consumo: productos alimentarios, bebidas, cosméticos, medicamentos, artículos para el hogar
- Artículos de lujo y ropa: bolsos, ropa de diseño
- Libros y artículos: libros de lectura, audiolibros, artículos académicos y libros de texto.

También hay otros cuatro documentos destinados al cuestionario, que pueden utilizarse con las cuatro plantillas de base:

- El módulo sobre programas informáticos
- La sección de evaluación de la eficacia de las campañas en los medios de comunicación
- La sección final sobre datos demográficos
- Las notas que acompañan a la plantilla del cuestionario.

El primero de esos documentos es un módulo adicional que abarca los comportamientos infractores en relación con los programas informáticos y que puede añadirse a cualquiera de los cuatro cuestionarios de base. El segundo da la opción de incluir preguntas para medir la eficacia de las campañas que se hayan realizado recientemente en los medios de comunicación en un mercado determinado y el tercero contiene preguntas adicionales para la clasificación de los datos demográficos que pueden añadirse al final de cualquiera de las plantillas del cuestionario.

Las notas que acompañan a la plantilla del cuestionario precisan los detalles de la plantilla, ofreciendo orientación acerca de la adaptación del cuestionario, al igual que una explicación de cómo las distintas secciones de la plantilla del cuestionario funcionan en conjunto para que la encuesta arroje resultados fiables.

Si bien las plantillas de cuestionario se han elaborado con el fin de que se apliquen de manera autónoma para producir una serie completa de resultados, la comparación directa de los resultados entre distintas encuestas, ya sea a lo largo del tiempo o entre distintos países o regiones, podrá proporcionar otros niveles de contexto y perspectivas.

El objetivo del Manual es proporcionar todo el material necesario para preparar una encuesta sobre el uso de productos y servicios infractores. Se prevé que los usuarios se valdrán de los servicios de una agencia para llevar a cabo el trabajo sobre el terreno y se recomienda utilizar la misma agencia para realizar, como mínimo, un análisis inicial de los datos recabados.

Para cualquier consulta, se puede contactar con la OMPI en la siguiente dirección de correo-e: enforcement@wipo.int.

ELABORACIÓN DE LA ENCUESTA

Con el fin de llevar a cabo una encuesta eficaz entre los consumidores existen varias decisiones que tienen que adoptarse al inicio.

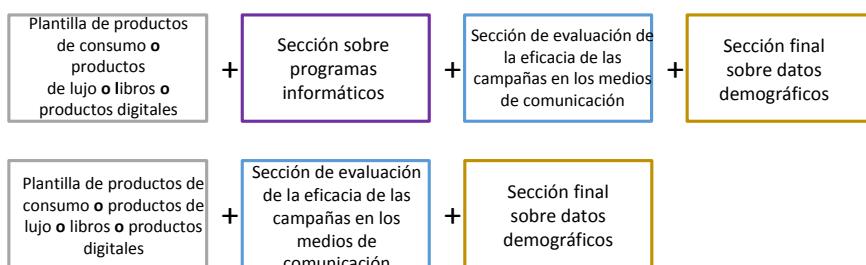
1. Elección de las plantillas del cuestionario
2. Metodología de la encuesta
3. Diseño de la muestra
4. Recogida de datos mediante entrevistas individuales o a nivel familiar
5. Metodología de evaluación de la eficacia de las campañas en los medios de comunicación.

El Manual para la realización de encuestas se ha elaborado con un formato modular para abarcar numerosas configuraciones y metodologías de encuesta. Una vez que se hayan adoptado las decisiones mencionadas anteriormente, se podrán adaptar las plantillas de la encuesta para satisfacer las necesidades específicas de la organización de que se trate. A continuación figuran indicaciones sobre la manera más adecuada de ejecutar esa labor, y en las notas que acompañan a la plantilla del cuestionario se expone información detallada al respecto.

1. ELECCIÓN DE LA PLANTILLA DEL CUESTIONARIO

El manual para la realización de encuestas contiene cuatro plantillas de notas de base que abarcan cuatro tipos de productos y servicios infractores. En algunos territorios, puede ser apropiado utilizar solo una o dos plantillas, mientras que en otros se podrían usar las cuatro. Las secciones sobre programas informáticos, evaluación de la eficacia de las campañas en los medios de comunicación, así como la sección final sobre datos demográficos están destinadas a añadirse a cualquiera de los cuatro cuestionarios de base. Sin embargo, el objetivo no consiste en mostrar a los encuestados más de una plantilla de cuestionario de base ni unir las plantillas de los distintos tipos de productos infractores para elaborar una encuesta más larga.

Configuraciones recomendadas



Configuraciones no recomendadas



Si se utiliza más de una plantilla, se deben realizar encuestas por separado para cada plantilla de cuestionario. Se deberían usar muestras comparables para cada una de las cuatro encuestas si se desea extraer comparaciones directas entre los resultados.

Se recomienda que la redacción de las preguntas no difiera de manera significativa de la que aparece en la plantilla del cuestionario. Asimismo, se debería conservar el orden en el que aparecen las preguntas para que se puedan establecer comparaciones entre territorios mediante el mantenimiento de unas preguntas estándar de base. No obstante, es perfectamente posible (y de hecho, recomendable) que se añadan preguntas al final de la plantilla del cuestionario para abarcar cualquier necesidad adicional de clasificación del encuestado (véase la sección 7) y que se añadan o se eliminen categorías de productos o de establecimientos comerciales, según se requiera en el territorio. De igual manera, se pueden añadir preguntas actitudinales, aunque deberían incluirse en la serie de afirmaciones sobre la actitud en lugar de añadirlas al final del cuestionario.

El elemento clave al añadir preguntas adicionales es intentar que la entrevista conserve una extensión razonable. Si se añaden demasiadas preguntas, el riesgo de cansancio del entrevistado aumenta considerablemente conforme se alarga la extensión de la encuesta, y el resultado pueden ser unos datos de poca calidad.

La lista de categorías incluidas en cada cuestionario debería adaptarse a cada mercado. Si existe un problema conocido de productos infractores dentro de una categoría de productos que no esté incluida en la plantilla del cuestionario, dicha categoría se puede añadir a todas las preguntas pertinentes como una opción adicional. Del mismo modo, si hay una categoría que no existe en un territorio en particular, esta se puede retirar del cuestionario. El mismo principio se aplica a los establecimientos comerciales. Si los quioscos, por ejemplo, son un tipo de establecimiento significativo dentro de un territorio, estos se pueden añadir a todas las preguntas que se haga a los entrevistados sobre una gama de distintos establecimientos.

Las plantillas de cuestionario han sido estructuradas de manera que los encuestados puedan responder a las preguntas sobre comportamiento al principio de la encuesta, antes de haber contestado a las preguntas actitudinales. Las preguntas se estructuran en ese orden porque, si se hace de otra manera, se corre el riesgo de que puedan modificar sus respuestas a las preguntas comportamentales tras examinar en profundidad las preguntas actitudinales. Por ello, si se añaden preguntas a un cuestionario, es importante mantener el orden establecido en la plantilla en la medida de lo posible.

2. METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA

Las plantillas de cuestionario se han elaborado principalmente teniendo en cuenta la metodología para entrevistas en línea. Sin embargo, existen numerosos factores que pueden influir en la elección de la metodología que se vaya a usar.

En la práctica, solo es adecuado emplear una metodología en línea en países con una alta penetración de Internet. Incluso así, se corre el riesgo de sobreestimar los comportamientos en Internet y puede resultar apropiado adoptar una metodología híbrida (véase la subsección ii más abajo).

Las opciones metodológicas más probables se exponen a continuación.

i. Encuesta por Internet

Se envía una invitación a participar en la encuesta a un panel de encuestados por Internet, que ha seleccionado previamente una empresa proveedora de paneles de reconocido prestigio. Las empresas proveedoras de paneles mantienen extensas bases de datos de voluntarios para participar en estudios de consumo. Las personas que contestan a la invitación son después cribadas mediante las preguntas iniciales de filtro, y solo las que cumplan las cuotas especificadas de elección son seleccionadas para completar la encuesta.

Este método es rápido y suele ser muy rentable, pero solo funciona en países con altos niveles de penetración de Internet. Los encuestados completan la encuesta ellos solos, por lo que se descarta el sesgo del entrevistador y pueden ser más abiertos en sus respuestas. Esto es especialmente importante cuando se abordan actividades ilegales. La selección de participantes se realiza por todo el país, por lo que, siempre que se hayan fijado controles de cuotas pertinentes, la muestra debería tener una amplia distribución geográfica.

El principal inconveniente posible de los métodos de Internet es que los miembros de estos paneles suelen usar Internet con mucha más frecuencia que la media, por lo que la información sobre actividades en Internet puede aparecer sobredimensionada.

Es perfectamente posible llevar a cabo una entrevista por Internet sin recurrir a los servicios de una agencia de estudios. Sin embargo, sería necesario codificar el cuestionario por uno mismo y conseguir una gran base de datos con las direcciones de correo electrónico de personas que constituyan una amplia representación de la muestra objetivo.

ii. Metodología híbrida de Internet

Este enfoque se usa cuando la penetración de Internet se sitúa en un nivel razonable pero no es universal. La mayoría de las entrevistas de la encuesta se realizan mediante una metodología de Internet como la explicada anteriormente, pero estas entrevistas se complementan con una muestra obtenida por otros medios. Si, por ejemplo, la penetración de Internet es del 80%, entonces el 80% de las entrevistas de la muestra se pueden recopilar por medio de Internet. Sin embargo, el 20% restante de las entrevistas se realizará entre encuestados que no tengan acceso a Internet usando uno de los métodos descritos más adelante.

Este enfoque híbrido permite una muestra más representativa que una metodología que se ciña exclusivamente a Internet. Sin embargo, suele ser más caro y el trabajo de campo lleva más tiempo debido principalmente a dos factores clave: el uso de entrevistadores formados es casi siempre más caro que el uso de una metodología de Internet, y la utilización de más de una metodología aumenta los costos administrativos debido a la necesidad de crear dos versiones del cuestionario, entre otros factores.

En muchos casos en los que un enfoque híbrido sería lo ideal, se puede usar una metodología exclusiva de Internet a causa de restricciones presupuestarias y de recursos. Aun así, este enfoque será completamente válido siempre que los resultados se analicen en este contexto y se apliquen las reservas correspondientes.

iii. Entrevistas personales a domicilio

Las entrevistas se realizan cara a cara con un entrevistador formado en los domicilios de las personas. Los encuestados a menudo son seleccionados para participar en la encuesta por un entrevistador formado que aborda personas al azar en la calle. Se usa un pequeño cuestionario de filtro para determinar si el encuestado es apropiado para participar en la encuesta principal, y se concierta una cita para realizar la entrevista propiamente dicha en el domicilio del encuestado.

Otra alternativa es que los entrevistadores seleccionen una serie de calles y vayan puerta a puerta hasta encontrar una persona dispuesta a participar, que deberá completar el cuestionario de filtro para comprobar que sea un candidato apropiado. Se pueden dar instrucciones específicas a los entrevistadores sobre qué calles visitar, los límites en el número de personas que pueden ser seleccionadas en una zona específica, la manera exacta de realizar el puerta a puerta, etc. Por ejemplo, para algunas encuestas se especifica que los entrevistadores deben llamar a la puerta de cada cuatro casas, preguntar las fechas de nacimiento de todos las personas que residan en ella y solicitar entrevistar a la persona con la fecha de nacimiento que más se aproxime a un mes determinado (rotando el mes para cada entrevistado o entrevista a fin de garantizar una distribución equilibrada de encuestados).

Cuando se usa el método de puerta a puerta, es importante especificar el momento del día en el que los entrevistadores pueden intentar seleccionar a encuestados, o al menos fijar una cuota para evitar que, por ejemplo, solo se seleccione a personas que trabajan desde casa o no trabajan porque la encuesta se realiza en mitad del día. Cualquier agencia seria que realice trabajos de campo debe ser capaz de ofrecer orientaciones al respecto.

Cuando las entrevistas se hacen en los domicilios de los encuestados, es más probable que estos se sientan más relajados, lo cual puede ayudarles a ser más sinceros en la entrevista en la mayoría de los casos. Sin embargo, también es posible que se produzca el efecto contrario cuando se hable de actividades ilegales como los productos falsificados, ya que los encuestados saben claramente que sus direcciones y datos de contacto han quedado registrados.

Las entrevistas personales a domicilio son relativamente caras, el trabajo de campo es más lento que los otros métodos y existe la posibilidad de que se produzca algún grado de sesgo del entrevistador, por lo que en general se recurre a un gran número de entrevistadores. No obstante, si la penetración de Internet es baja, esta metodología es en general la preferible cuando sea esencial mostrar a los encuestados algún material de estímulo, como por ejemplo si la entrevista requiere que los encuestados visionen un videoclip u observen fotos.

Se puede obtener una buena distribución geográfica de encuestados mediante el uso de puntos de muestras repartidos por el territorio. Sin embargo, puede resultar más difícil gestionar los controles de cuotas de encuestados que con los métodos más centralizados como las entrevistas en línea o telefónicas.

iv. Entrevistas telefónicas

Los encuestados son a menudo seleccionados mediante marcado aleatorio, que consiste en que una agencia de trabajo de campo llama a números de teléfono aleatorios y pregunta a las personas que contestan si desean participar en una entrevista, siempre que

satisfagan los controles de cuotas. Como alternativa, se podría comprar una lista de números de teléfono de encuestados potenciales que cumplen unos criterios específicos, con los que se contacta de manera aleatoria para encontrar personas que deseen participar. La legislación vigente puede limitar los métodos usados para contactar con los posibles encuestados (véase página 20).

El proceso de la entrevista es similar al de las entrevistas personales, con la diferencia obvia de que no es posible mostrar ningún estímulo a los encuestados.

Este método aleatorio de selección tiene normalmente como resultado una distribución geográfica de encuestados ligeramente más amplia que en las entrevistas personales.

Gracias al carácter centralizado de las entrevistas telefónicas (generalmente a partir de un único centro de llamadas), el control de las cuotas es más sencillo y los costos menores que en las entrevistas personales dispersas geográficamente, y se emplea menos tiempo en el trabajo de campo.

Si no es posible realizar entrevistas por Internet, las entrevistas telefónicas son probablemente la metodología preferible, salvo si es necesario mostrar un estímulo específico a los encuestados.

v. Entrevistas en la calle

Los encuestados son seleccionados para participar en una breve entrevista en la calle. La gente a menudo tiene prisa, por lo que la entrevista debe ser muy breve. No sería recomendable usar la versión completa sin modificar del cuestionario sobre productos digitales para una entrevista en la calle. Un buen objetivo es una entrevista de 10 minutos.

A pesar de que es posible seleccionar una dispersión razonable de los puntos de muestras, la distribución geográfica se verá forzosamente comprometida, ya que las entrevistas solo se pueden realizar en algunos lugares a determinadas horas del día. Es más probable que estos lugares sean sobre todo localizaciones urbanas, con el objetivo de garantizar la cantidad suficiente de transeúntes para participar en las entrevistas.

Es mejor usar este método cuando se sepa por adelantado que las entrevistas mediante otros medios no producirán respuestas sinceras, debido al miedo de los entrevistados a las posibles consecuencias de admitir comportamientos ilegales. Para que los entrevistados se sientan más cómodos, las entrevistas pueden realizarse de forma anónima, sin que se registren sus datos personales de contacto, lo que debería arrojar respuestas más sinceras. Sin embargo, la principal desventaja es la posibilidad de que sea deficiente el control de la calidad del trabajo de campo, ya que, sin los datos de los encuestados, las entrevistas no pueden ser comprobadas por un tercero, como sería el procedimiento normal con otros tipos de entrevistas realizadas por un entrevistador.

vi. Entrevistas asistidas por computadora

En la actualidad es frecuente que se usen computadoras en todas las metodologías de entrevistas. Las entrevistas realizadas por un entrevistador formado pueden llevarse a cabo simplemente usando papel y lápiz o con la ayuda de una computadora. Aunque el entrevistador hace las preguntas en persona, este registra las respuestas del encuestado usando una computadora o, lo que es más frecuente hoy en día, algún tipo de tableta. En la medida de lo posible, es preferible este último método. Una de las principales ventajas

de los métodos por computadora es que esta puede programarse para ramificar las respuestas automáticamente de forma correcta y mostrar solo las preguntas pertinentes. Esto es especialmente importante cuando los detalles de lo que se pregunta dependen de las respuestas dadas a una pregunta anterior. Por ejemplo, solo se pregunta a los encuestados si han comprado artículos de una tienda en los 12 últimos meses si previamente han contestado que sí han comprado artículos de esa tienda alguna vez.

Si no fuera posible realizar una entrevista asistida por computadora, se debería usar un cuestionario impreso en papel. Se deberían imprimir tarjetas para acompañar al cuestionario impreso (una tarjeta para cada pregunta con una lista cerrada de todas las posibles respuestas). Cuando el entrevistador lea en voz alta una pregunta, se muestra la tarjeta al encuestado y se le pide que seleccione su respuesta a la pregunta de entre las posibles respuestas mostradas en la tarjeta.

Algunas de estas ramificaciones entre preguntas pueden ser complejas dentro de las plantillas de cuestionarios originales y, si se usa lápiz y papel, resulta esencial que se incluya en la planificación de la encuesta una formación completa del entrevistador, y que este cuente con unas instrucciones exhaustivas en el cuestionario impreso.

vii. Incentivos para los encuestados

En la actualidad, es frecuente dar un pequeño incentivo a los encuestados para agradecerles su participación en una encuesta de consumo. No todas las encuestas requieren un incentivo, y una agencia que lleve a cabo trabajos de campo será capaz de ofrecer orientaciones sobre si es necesario o no. Por regla general, cuanto más larga sea la entrevista, mayor será el incentivo y más posibilidades habrá de que se necesite uno. Los incentivos pueden tomar distintas formas, desde participar en un sorteo hasta un sistema de puntos de recompensa en el que una vez que se han acumulado un número dado de puntos mediante varias encuestas estos se pueden canjear por bonos de compra o donaciones a organizaciones de beneficencia.

Si se ofrece algún tipo de compensación económica, es importante asegurarse de que esta no sea de mucha cuantía, ya que las compensaciones económicas grandes incitan la participación de “encuestados profesionales”, personas que aspiran a ganarse la vida participando en encuestas y sorteos. Usando una compensación más pequeña, se puede obtener una amplia muestra de encuestados cuyas motivaciones para participar sean puramente altruistas.

3. DISEÑO DE LA MUESTRA

Antes de empezar las entrevistas, es necesario decidir exactamente quién va a ser entrevistado. La decisión principal es elegir entre una muestra representativa y una muestra objetivo.

Una muestra representativa tiene como finalidad encajar con el perfil de una población total, como por ejemplo, que sea representativa de la población adulta nacional. La encuesta observa el comportamiento dentro de la muestra representativa con el objetivo de ampliar/aplicar las respuestas para proyectar las tasas de incidencia de la muestra a la población en su conjunto.

En determinadas circunstancias, puede ser preferible seleccionar una muestra objetivo (por ejemplo, entrevistar solo a aquellos que se sitúen dentro de una categoría demográfica

específica por ser los que con más probabilidad demuestren el comportamiento investigado). Un ejemplo podría ser entrevistar solo a hombres jóvenes que jueguen a juegos de computadora, si se están investigando las tasas de incidencia de uso de copias infractoras de juegos. Sin duda, el enfoque de la muestra objetivo es más eficiente, ya que evita entrevistas costosas con personas que no juegan a juegos de computadora. Sin embargo, no recogerá las opiniones de las personas que no juegan mucho o las que se sitúan en la periferia de la definición usada para "jugador". Por ello, la definición exacta de la muestra dependerá de los objetivos del estudio.

Para la mayoría de las encuestas que se concibían usando esta herramienta, se prevé que la muestra se defina como una muestra de adultos representativa a nivel nacional. Sin embargo, la definición exacta de "adulto" variará de un territorio a otro y de una categoría a otra. Para la compra de productos de alimentación o artículos de moda falsificados puede ser razonable seleccionar adultos mayores de 16 años. Para las descargas ilegales de música o películas, puede ser apropiado reducir el límite de edad mínima a 14. En algunos territorios puede ser perfectamente normal entrevistar a adultos mayores de 70 años, mientras que en otros puede ser una práctica más habitual marcar un límite de edad de 60 años. En la medida de lo posible, el enfoque debería ser coherente y las muestras deberían ser amplias y representativas de la población adulta nacional.

La encuesta sobre libros y artículos contiene una sección sobre artículos académicos y libros de texto. Puede ser conveniente seleccionar una muestra de estudiantes o una franja de edad más restrictiva que la población entera si se usa este cuestionario.

4. DATOS PERSONALES FRENTE A DATOS DEL HOGAR

Las entrevistas pueden realizarse de forma individual o personal: "¿Compró usted personalmente un DVD?", o de manera que incluyan a todo el hogar: "¿Algún miembro de su hogar compró un DVD?" Los dos enfoques son válidos, pero es importante decidir cuál se usará y mantenerlo durante toda la entrevista.

Por razones de simplicidad y para garantizar un enfoque coherente, se recomienda encarecidamente que todas las entrevistas realizadas usando estos modelos sean individuales. Por ello, los resultados de la encuesta se proyectan en la población en su conjunto por agregación sobre la base de la población adulta total en lugar de en el número de hogares. Las preguntas han sido redactadas de manera que queda claro que los encuestados deben responder según su comportamiento personal y no el de los que viven en el hogar. A pesar de que este último es un enfoque válido, puede presentar problemas como que los padres intenten adivinar lo que hacen sus hijos, y producir posibles inexactitudes en los datos.

5. METODOLOGÍA PARA MEDIR LA EFICACIA DE LAS CAMPAÑAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las plantillas de los cuestionarios incluyen un módulo para medir la eficacia de las campañas en los medios de comunicación de lucha contra las falsificaciones o a favor de la propiedad intelectual que se pueden haber llevado a cabo en el territorio. En lugar de proponer preguntas específicas, esta sección incluye algunos ejemplos de preguntas y requiere mucha más personalización que el resto de las plantillas. Las preguntas exactas que se deben usar dependen mucho de los detalles específicos de la campaña en los medios.

El enfoque ideal es usar un conjunto de preguntas para dividir la muestra en dos secciones: las personas que probablemente han estado expuestas a la campaña de los medios y las que probablemente no lo han estado. Las actitudes hacia los productos y servicios falsificados se comparan entre estos dos grupos. Si los demás factores son iguales, la hipótesis que hay que probar es que, si la campaña en los medios fue eficaz, a quienes han estado expuestos a ella no les resultará tan agradable la idea de los productos y servicios falsificados como a quienes no han estado expuestos a la campaña. Por lo tanto, comparando estos dos grupos es posible buscar pruebas de actitudes diferentes.

A pesar de que parece una tarea relativamente sencilla, en realidad puede ser bastante más complicada. Podría haber otras diferencias entre los dos grupos de encuestados que provoquen diferencias en la actitud de los encuestados y necesiten ser controladas. Si, por ejemplo, el grupo que más probablemente ha estado expuesto a la campaña es significativamente más joven que el grupo que probablemente no lo ha estado, podría ser esta diferencia de edad la que provocara las diferencias observadas de opinión. Para controlar totalmente estos factores, los dos grupos de muestra deberían ser ponderados estadísticamente para obtener dos perfiles demográficos similares. Cualquier diferencia de actitud observada después de que se haya aplicado la ponderación puede atribuirse a la campaña en los medios.

Para identificar a estos dos grupos de consumidores, se debe elaborar una lista de preguntas sobre sus pautas de consumo de medios de comunicación para determinar si es probable que hayan visto la campaña, como, por ejemplo, preguntar si leen las publicaciones donde se publicaron una serie de anuncios o si ven los canales de televisión o visitan los sitios web donde se han colocado vídeos publicitarios. Ya que las preguntas serán muy específicas y particulares para cada campaña, no se han incluido preguntas de ejemplo para esta sección. Si la campaña fue muy heterogénea, puede que no sea posible distinguir claramente a aquellos que probablemente la hayan visto de los que no.

Por si este enfoque ideal no fuera posible o práctico, se han incluido algunas propuestas de preguntas para obtener información sobre el reconocimiento de ejecuciones creativas de televisión y vídeo o ejecuciones creativas estáticas, desplegadas en el exterior, impresas o en línea.

EJECUCIÓN DE LA ENCUESTA

Es aconsejable que esta encuesta sea realizada por una agencia de reconocido prestigio, aunque sería posible llevarla a cabo de manera independiente.

Cualquier agencia sería capaz de trabajar con los modelos de cuestionario y adaptarlos a las necesidades de un territorio determinado, así como de concebir y realizar la encuesta. Si fuera necesario, muchas de ellas también analizarán los datos resultantes y presentarán los resultados. En el supuesto de que no se pueda encontrar una agencia adecuada en el ámbito local, se recomienda recurrir a los servicios de alguna de las grandes agencias internacionales, ya que tienen capacidad para operar en casi todos los países del mundo. Si varios países desean llevar a cabo campañas similares al mismo tiempo, puede que convenga establecer un acuerdo común con una de esas grandes agencias para que las encuestas se lleven a cabo como un solo proyecto, usando un cuestionario uniforme y presentando resultados comparables. Opcionalmente, sería conveniente nombrar a un director de proyecto en calidad de consultor que supervise el trabajo de campo y garantice la coherencia del enfoque, la estructura y el formato del cuestionario y la presentación de los resultados en todos los territorios.

Los que deseen realizar la encuesta en línea ellos mismos pueden usar herramientas como SurveyMonkey (<https://www.surveymonkey.com/>) o Qualtrics (<https://www.qualtrics.com/>). Sin embargo, si se hace de esta manera, es esencial enviar por correo electrónico tantas invitaciones a participar en la encuesta como sea posible, para obtener una muestra lo más representativa posible.

PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Existen muchas maneras de presentar la información recabada en las encuestas. Esta sección tiene por objetivo ofrecer algunas sugerencias al respecto.

Los parámetros clave de medida incluyen las tasas de incidencia tanto a nivel global como en los subgrupos esenciales, tales como los grupos por categoría de edad. En el caso de los productos digitales, conviene examinar los diferentes tipos de copias infractoras, mientras que para los productos físicos será útil examinar los distintos tipos de establecimientos comerciales.

Por regla general, es conveniente presentar los parámetros clave de incidencia y actitud. Estos parámetros se presentan a nivel global, proyectados a la población en su conjunto, y posteriormente se presentan entre los subgrupos esenciales. Los subgrupos pueden ser tan solo cortes demográficos de los datos tales como la edad o la situación laboral de los encuestados, o datos más complejos. Si se ha incluido la sección sobre la evaluación de la eficacia de las campañas en los medios de comunicación, se deberán dividir los datos entre los encuestados que posiblemente hayan visto la campaña y los que no, a fin de comparar parámetros entre estos dos subgrupos clave.

A la hora de analizar los subgrupos, es esencial velar por que estos cuenten con un número de personas suficiente para proporcionar análisis estadísticamente sólidos. Por lo general, se debería trabajar con un tamaño mínimo de subgrupo de $n=100$ personas. Con una muestra de este tamaño, una diferencia de 3-4 puntos porcentuales entre dos puntos de datos será significativa con una seguridad del 95%.

Al decidir sobre el tamaño de la muestra total, deberán tenerse en cuenta los posibles subgrupos del análisis para tener la seguridad de que la muestra total es lo suficientemente

grande para generar todos los subgrupos deseados con un tamaño mínimo de la muestra de $n=100$ encuestados cada uno. Por ejemplo, si se prevé que aproximadamente el 4% de los encuestados encaje en un subgrupo dado, el tamaño mínimo recomendado de la muestra total será de $n=2.500$. Si esto no fuera posible o no resultara práctico, al realizar la encuesta habrá que tener en cuenta que no debería estudiarse este subgrupo, ya que los resultados presentados no serían sólidos desde el punto de vista estadístico. Si se emplea un tamaño total de la encuesta de $n=1.000$ personas, el análisis de los subgrupos deberá limitarse a aquellos con una incidencia mínima del 10% de la población.

Lo ideal sería que se aplicaran pruebas estadísticas a las tabulaciones de los datos para realizar pruebas exhaustivas de los puntos de datos. La mayoría de las pruebas estadísticas consiste en proporcionar un porcentaje de seguridad que indique que las diferencias entre dos puntos de datos son diferencias reales. Por ejemplo, si el 38% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación 1 y el 43% lo está con la afirmación 2, la prueba estadística dará como resultado un porcentaje de seguridad en el sentido de que esas cifras representan una verdadera diferencia de opinión, que más personas están de acuerdo con la afirmación 2 que con la 1, y que no se debe a una variación en los datos causada por una distribución normal y un tamaño demasiado pequeño de la muestra.

En el presente documento se incluyen propuestas de gráficos para ilustrar algunos de los resultados que se pueden presentar, aunque esa lista no debería considerarse exhaustiva.

1. PARÁMETROS CLAVE - INCIDENCIA

Uno de los parámetros clave que han de presentarse son los niveles de incidencia. Siempre que la muestra seleccionada sea representativa de la población nacional, las tasas de incidencia pueden proyectarse de la encuesta a la población nacional con un margen de error estadístico.

Se puede dar cuenta de la incidencia de la compra de todos los productos o servicios infractores, o bien de tasas de incidencia separadas por productos individuales o tipos de servicio o, en el caso del contenido digital, por diferentes tipos de piratería.

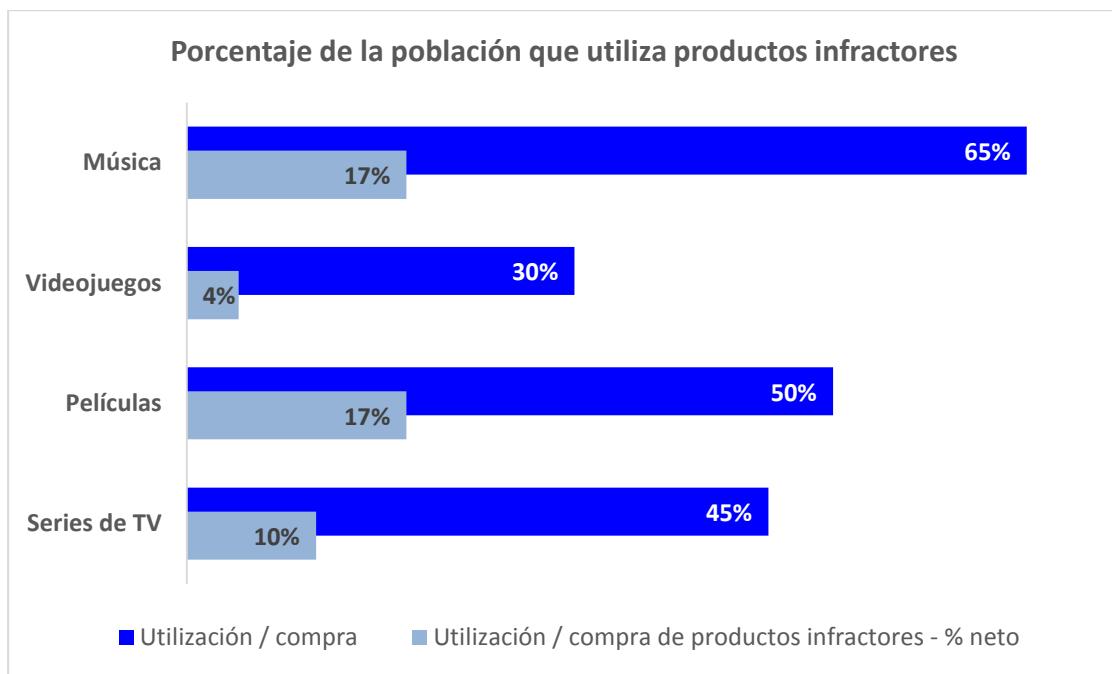


Figura 1 – Ejemplo de gráfico que ilustra los niveles totales de incidencia

Niveles de incidencia por tipo de producto y por categoría

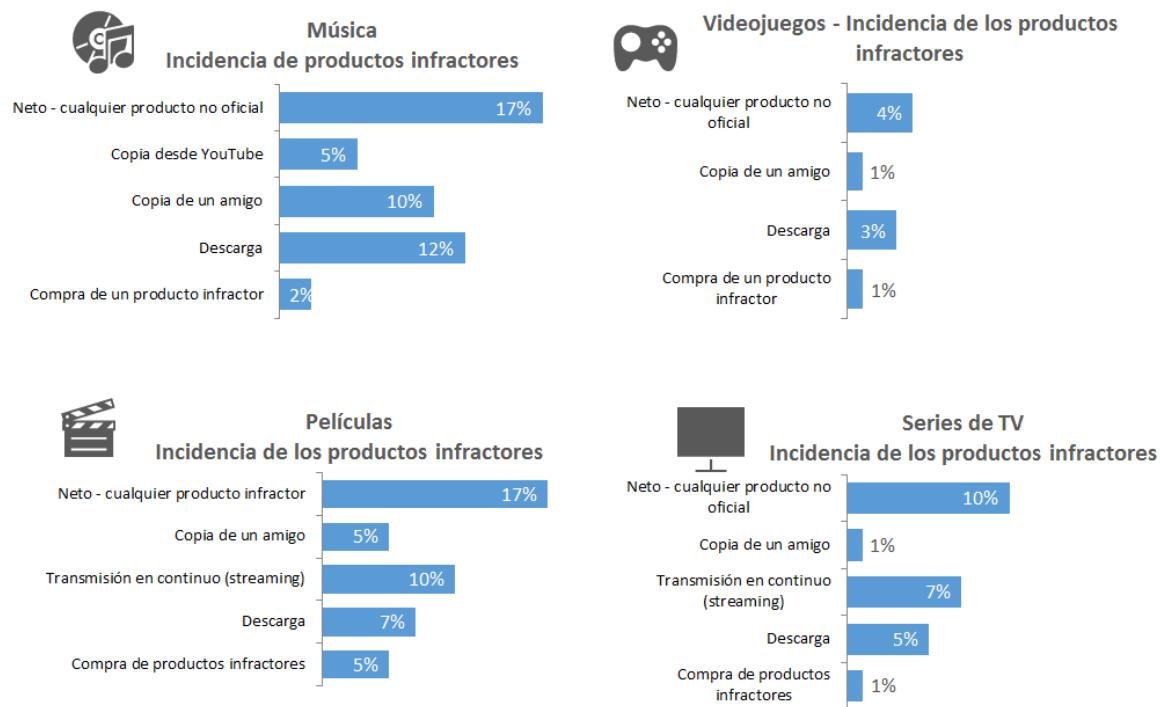


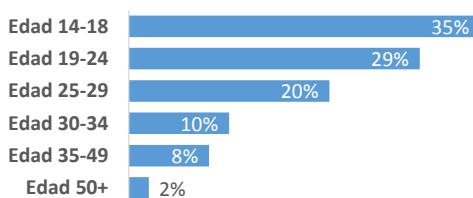
Figura 2- Ejemplo de gráfico que ilustra los niveles de incidencia por tipo de producto y por categoría

2. INCIDENCIA POR GRUPO DE EDAD

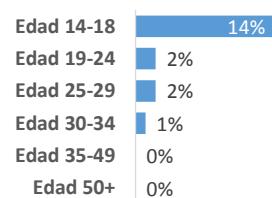
Dentro de las tasas de incidencia puede haber hipótesis particulares que demostrar o refutar. Por ejemplo, existe la creencia generalizada de que descargar copias ilegales de películas es un hábito principalmente de las generaciones más jóvenes. Sin embargo, es probable que comprar películas de manera legal también sea más frecuente entre los encuestados más jóvenes, especialmente si se incluyen las entradas de cine. Para añadir contexto a la información, sería útil en ese caso indicar la incidencia no solo por grupo de edad, sino también en referencia al nivel de consumo total de películas por grupo de edad.



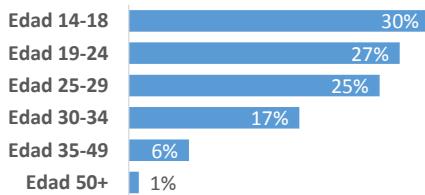
Música – Porcentaje de la población que utiliza productos infractores por grupo de edad



Videojuegos - Porcentaje de la población que utiliza productos infractores por grupo de edad



Películas - Porcentaje de la población que utiliza productos infractores por grupo de edad



Series de TV - Porcentaje de la población que utiliza productos infractores por grupo de edad

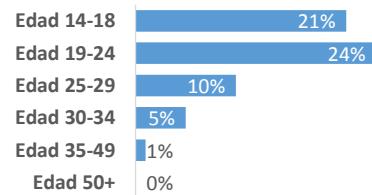


Figura 3 Ejemplo de gráfico que ilustra los niveles de incidencia por grupo de edad y por categoría

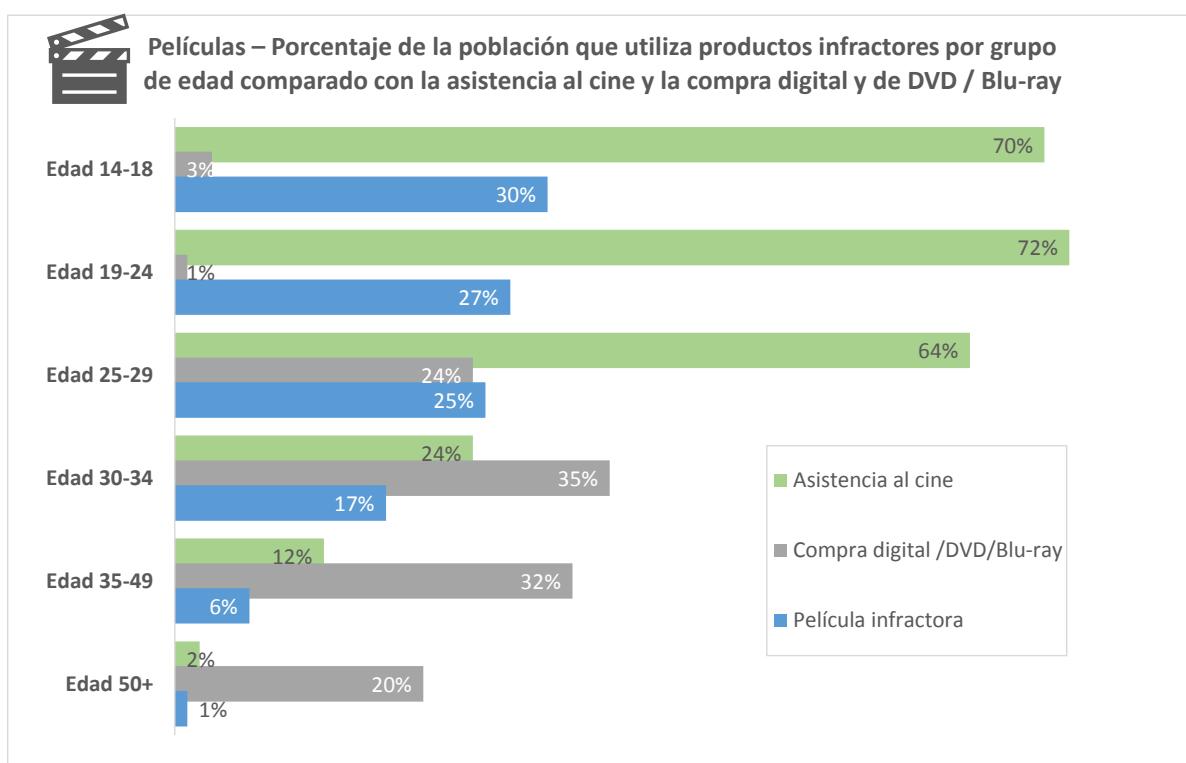


Figura 4 Ejemplo de gráfico que ilustra el uso de copias infractoras de películas comparado con la asistencia al cine y la compra legal por grupo de edad

3. INCIDENCIA POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO COMERCIAL Y PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD

Los siguientes gráficos ilustran cómo se puede dar vida a los datos examinando en detalle los diferentes establecimientos comerciales usados y estableciendo comparaciones entre las categorías de establecimientos.

De igual manera, la percepción de la calidad puede analizarse por tipo de producto. Para perfeccionar este análisis, se puede establecer una comparación entre la manera en que perciben la calidad quienes compran productos falsificados y quienes no compran ese tipo de productos.

Niveles de incidencia por tipo de establecimiento comercial Productos falsificados comprados en los 12 últimos meses

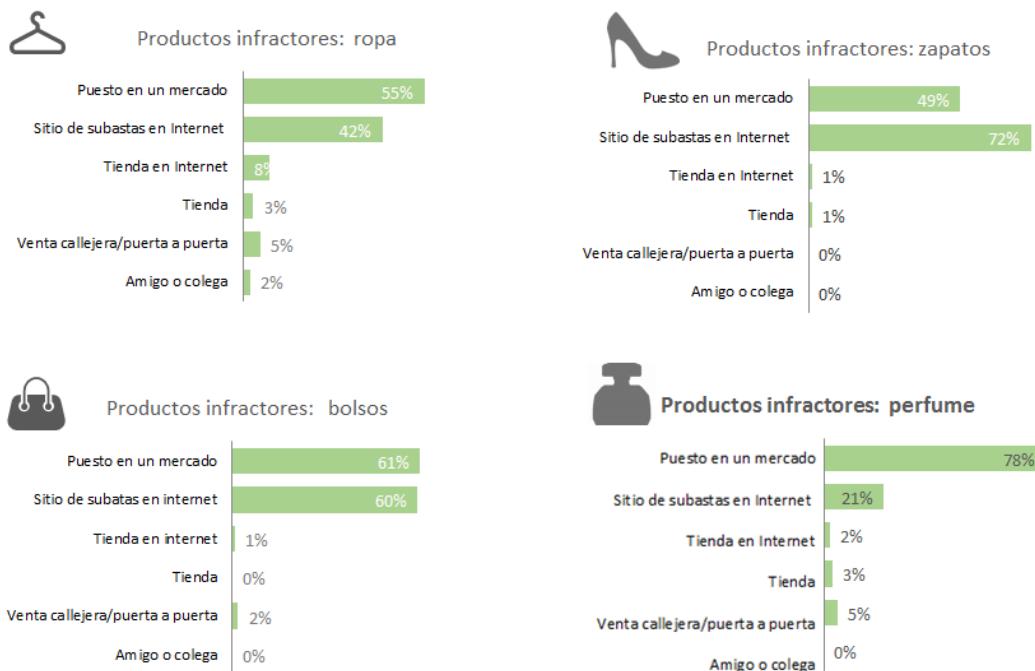


Figura 5 Ejemplo de gráfico que ilustra los principales establecimientos comerciales por productos de lujo

Percepción de la calidad de los productos infractores en comparación con los productos originales entre los usuarios de productos falsificados

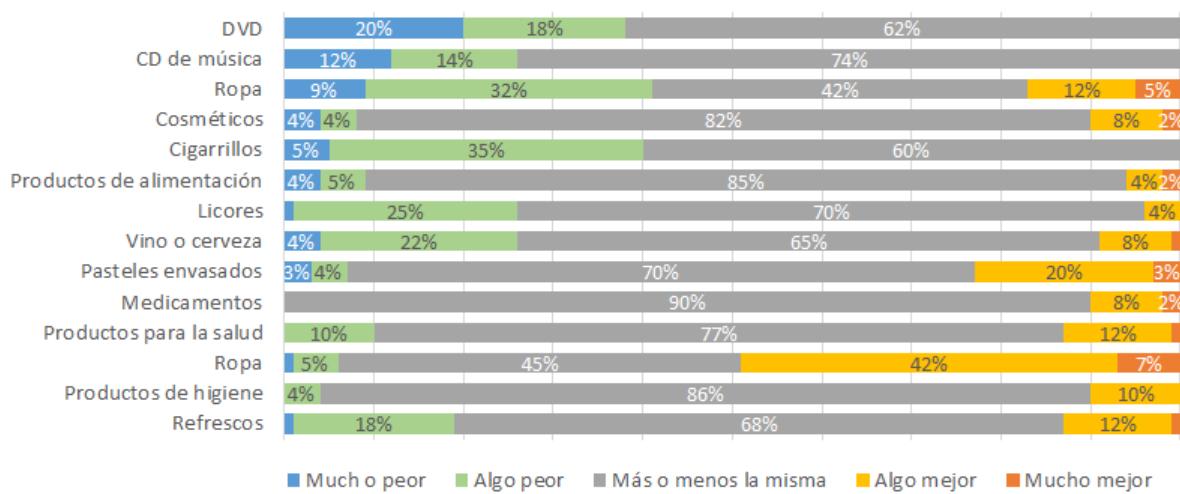


Figura 6 - Ejemplo de gráfico que muestra la percepción de la calidad de los productos infractores comparada con la de los productos originales

4. ACTITUD DE LOS ENCUESTADOS

Las plantillas de los cuestionarios incluyen secciones sobre las motivaciones para comprar productos y servicios infractores así como la actitud hacia ellos. Las respuestas a estas preguntas pueden usarse no solo para identificar actitudes prevalentes en un territorio, sino también para compararlas entre subgrupos clave. Estos subgrupos podrían determinarse por demografía o región, pero también por comportamiento. Por ejemplo, es aconsejable observar las diferencias de actitud entre los consumidores frecuentes de productos o servicios infractores y los que no lo son, de manera que se entienda cuáles podrían ser las causas principales del comportamiento del encuestado.

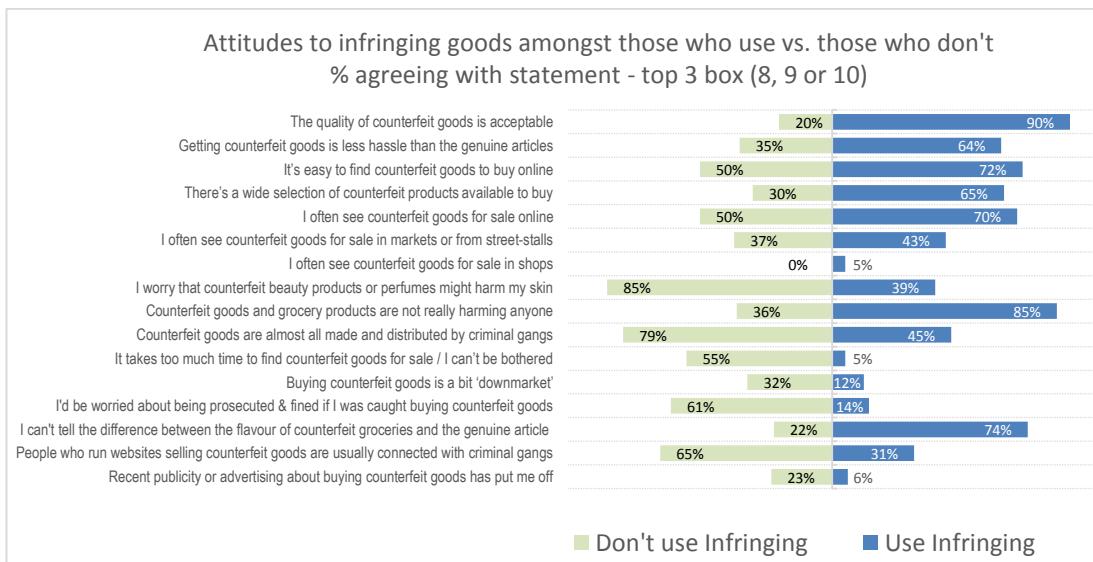


Figura 7 Ejemplo de gráfico que ilustra las diferencias de actitud entre las personas que utilizan productos infractores y las que no

Actitud hacia los productos infractores entre quienes utilizan ese tipo de productos en comparación con quienes no los utilizan
% de acuerdo con la afirmación – tres primeras casillas (8, 9 o 10)
La calidad de los productos falsificados es aceptable
Es menos molesto adquirir productos falsificados que productos auténticos
Es fácil encontrar y comprar productos falsificados en Internet
Hay una amplia gama de productos falsificados que se pueden comprar
Veo a menudo productos falsificados puestos a la venta en Internet
Veo a menudo productos falsificados puestos a la venta en mercados o puestos callejeros
Veo a menudo productos falsificados puestos a la venta en tiendas
Me preocupa que los productos de belleza o los perfumes falsificados me dañen la piel
Los productos y los alimentos falsificados no hacen daño a nadie
La mayoría de los productos falsificados están fabricados y distribuidos por bandas criminales
Lleva demasiado tiempo encontrar productos falsificados a la venta / No me tomo la molestia
Comprar productos falsificados es un poco para los "consumidores de bajos ingresos"
Me preocuparía que me procesaran y me multaran si me atraparan comprando productos falsificados
No noto la diferencia entre el sabor de los productos de alimentación falsificados y los productos originales
Las personas que llevan sitios de Internet de venta de productos falsificados a menudo están relacionadas con bandas criminales
La publicidad o los anuncios recientes sobre la compra de productos falsificados me han hecho desistir

5. EFICACIA DE LA CAMPAÑA

La eficacia de la campaña se mide mejor distinguiendo dos subgrupos de consumidores: los que posiblemente hayan estado expuestos a la campaña (es decir, que tuvieron la "oportunidad de ver" o "ODV") y los demás. Se comparan las actitudes hacia los productos y servicios infractores entre estos dos grupos para ver si la exposición a la campaña produce diferencias de opinión. En condiciones ideales, cada uno de los dos grupos se pondera usando una técnica de ponderación de datos antes de la comparación, debido a que podría haber diferencias inherentes de opinión provocadas por la demografía. A menos que la exposición a la campaña sea igual de probable para todos los grupos demográficos, comparar el grupo ODV con el no ODV puede simplemente revelar diferencias demográficas más que diferencias relacionadas con la campaña. Aplicar ponderaciones elimina cualquier posible sesgo demográfico y centra el análisis en determinar si hay o no alguna diferencia provocada por la campaña.

A continuación se expone un ejemplo sencillo de aplicación de la ponderación:

Estoy en contra de ello / pienso que está mal hacer copias no oficiales de música Base de la muestra % de la muestra Tres primeras casillas (está de acuerdo 8, 9 o 10 de 10)	Muestra total 1.000 100% 35,8%	Menores de 25 años 200 20% 15,0%	25 años o más 800 80% 41,0%	Muestra total		Menores de 25 años		25 años o más		Resultados ponderados	
				ODV	No ODV	ODV	No ODV	ODV	No ODV	ODV	No ODV
				369	631	160	40	209	591	20,9 %	59,1 %
				31,9%	38,2 %	16%	11%	44,0 %	40,0 %	38,4%	34,2 %

Este ejemplo examina la afirmación "Estoy en contra de ello / Pienso que está mal hacer copias no oficiales de música" de la sección de actitud de la plantilla digital. Aquí, podemos ver que, en una muestra de 1.000 personas, 35,8% (358 personas) estaban muy de acuerdo con la afirmación, lo que da una puntuación de 8, 9 o 10 de 10.

Dentro de la muestra total de 1.000 personas, 200 eran menores de 25 y entre este subgrupo solo el 15% estaba muy de acuerdo con la afirmación. Asimismo, 800 personas tenían 25 años o más y dentro de este subgrupo el 41% estaba muy de acuerdo con la afirmación. De estos datos se desprende que los encuestados de más edad tienen más posibilidades de estar de acuerdo con la afirmación.

La siguiente columna examina el número de personas que tuvo la oportunidad de ver (ODV) la campaña en los medios. En total, 369 personas tuvieron la oportunidad de ver la campaña y, dentro de este subgrupo, el 31,9% estuvo muy de acuerdo con la afirmación. Por el contrario, entre los 631 no ODV un 38,2 % estuvo muy de acuerdo con la afirmación. A la vista de ello, parecería que es menos probable, de hecho, que el subgrupo ODV, que ha estado expuesto a la campaña, esté de acuerdo con la afirmación, lo que indica que la campaña no funciona en absoluto.

Sin embargo, la principal razón de este resultado es que los menores de 25 están sobrerepresentados en el grupo ODV, ya que representan $160/(160+209) = 43\%$ de dicho grupo, en comparación con solo el 20% de la muestra total. Debido a que están menos de acuerdo con la afirmación, hacen que disminuya la puntuación del grupo expuesto a la campaña. Si aplicamos una ponderación para corregir la proporción de menores de 25 años dentro del grupo ODV dejándola en un 20% y aplicamos un cálculo similar para el grupo que no ha estado expuesto a la campaña, vemos que los resultados ponderados parecen más positivos, ya que los expuestos a la campaña tienen algo más de posibilidades (un 38,4% frente a un 34,2%) de estar de acuerdo con la afirmación.

Ejemplo de cálculo:

Para volver a ponderar el grupo ODV, hay que tomar el resultado de los menores de 25 años con ODV y multiplicarlo por el 20% (la proporción de menores de 25 dentro de la muestra total), y después añadir el resultado de los mayores de 25 con ODV y multiplicarlo por el 80% (la proporción de mayores de 25 dentro de la muestra total).

Menores de 25 25 o más

ODV ponderado: $(16,0\% \times 20,0\%) + (44,0\% \times 80,0\%) = 38,4\%$

ODV no ponderado: $(11,0\% \times 20,0\%) + (40,0\% \times 80,0\%) = 34,2\%$

6. COMPARACIÓN ENTRE TERRITORIOS

Las plantillas de cuestionario están concebidas para poder ser usadas fácilmente por varios países. Siempre que se haya empleado un enfoque similar y coherente, es totalmente válido establecer comparaciones entre datos para diferentes regiones geográficas o países.

LEYES DE PROTECCIÓN DE DATOS Y DEL CONSUMIDOR

Si se recopilan datos personales, como los nombres y direcciones de los encuestados, resulta esencial estar totalmente al tanto de cualquier normativa específica del territorio relativa a la gestión y almacenamiento de dichos datos. En muchos países existen normas estrictas sobre el almacenamiento de datos personales. Por otra parte, puede estar prohibido el uso de sistemas automatizados de llamadas u otras formas de contacto con los consumidores.

Toda agencia de trabajo de campo fiable debe estar al tanto de las normas y tomar las medidas que sean necesarias. Además, debe poder conservar en un fichero separado toda la información personal de los encuestados utilizada para la validación de datos, de modo que los datos compartidos con la organización que encargue la encuesta queden desprovistos de esa información personal y, por lo tanto, puedan gestionarse y almacenarse fácilmente sin riesgo de infringir la legislación sobre confidencialidad de los datos.

PLANTILLAS DE LOS CUESTIONARIOS DE ENCUESTA – NOTAS COMPLEMENTARIAS

Introducción

Estas notas tienen por objeto complementar las plantillas de los cuestionarios del Manual de la OMPI para la realización de encuestas entre los consumidores y ofrecer orientaciones sobre la mejor manera de utilizar las plantillas de encuestas y de adaptarlas a la metodología de encuesta elegida y a los requisitos específicos de cada caso.

Hay cuatro plantillas principales, dedicadas a: productos digitales, artículos de lujo y ropa, productos de consumo, y libros y artículos. Además, existen módulos específicos en relación con los programas informáticos y la evaluación de la eficacia de las campañas en los medios de comunicación, que pueden añadirse a los cuestionarios de base.

Este documento debe leerse junto con la introducción para garantizar que se elija la metodología más adecuada, junto con la muestra apropiada, etcétera.

La plantilla del cuestionario sobre **Productos digitales** abarca las categorías de música, videojuegos, películas, series de televisión y libros que se refieren tanto a los productos físicos, por ejemplo, las versiones falsificadas de DVD, Blu-ray, videojuegos, libros, etc., como a los productos digitales, por ejemplo, las descargas ilegales de Internet o los sitios web que proporcionan contenidos transmitidos en continuo (*streaming*) sin autorización.

La plantilla del cuestionario sobre **Libros y artículos** abarca libros de consumo como novelas y libros de no ficción, así como audiolibros, artículos académicos y libros de texto. Aunque los libros ya están incluidos en el cuestionario de productos digitales, en la plantilla de libros y artículos se recopila información mucho más detallada.

La plantilla del cuestionario sobre **Productos de consumo** abarca una amplia gama de productos que se pueden comprar en el mercado, incluidos los productos de alimentación como galletas, pasteles, vino o cerveza y otros productos de gran consumo como cosméticos, medicamentos, cigarrillos, refrescos, piezas de automóviles, cartuchos de tinta y pequeños artículos eléctricos, etcétera.

La plantilla del cuestionario sobre **Artículos de lujo y ropa** abarca los productos de diseño y de marca, incluidas la ropa y otras categorías de artículos de lujo como los perfumes, el calzado o los bolsos. En el cuestionario hay preguntas que también se refieren a la moda de alta costura y a la moda de marcas propias de los supermercados, que se incluyen para diferenciar claramente esas marcas de las marcas de diseño, más que porque constituyan un tema de interés de por sí.

El módulo sobre **Programas informáticos** puede añadirse a cualquiera de las plantillas principales anteriores para proporcionar preguntas adicionales sobre el uso de programas informáticos infractores: cada una de las plantillas principales contiene un marcador de referencia que indica dónde debe añadirse el módulo de programas informáticos si es necesario.

El módulo sobre **Campañas en los medios de comunicación** también puede añadirse a cualquiera de los cuestionarios de base para proporcionar preguntas adicionales si se desea analizar campañas recientes en los medios de comunicación del mercado. Cada una de las plantillas de base contiene un marcador de referencia para mostrar dónde se

debe insertar el módulo de evaluación de campañas de los medios de comunicación si es necesario.

Indicaciones que figuran en los documentos del cuestionario

Los cuestionarios se han elaborado partiendo del supuesto de que serán empleados por Internet.

Determinados textos de los documentos del cuestionario deben mostrarse al encuestado, algunos como texto introductorio, otros como preguntas concretas. Si se opta por que la entrevista sea realizada por un entrevistador, por ejemplo, una entrevista cara a cara o por teléfono, el entrevistador deberá leer estas secciones de texto introductorio. En los documentos del cuestionario, este texto introductorio está destacado en cursiva y va precedido de la instrucción "MOSTRAR / LEER:"

Todas las instrucciones del entrevistador se muestran en mayúsculas y en verde. Las notas que ayudan a personalizar el cuestionario de la encuesta se muestran en azul y entre corchetes.

Algunas preguntas van precedidas de una instrucción del tipo "PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES" o "PREGUNTAR POR TODOS LOS MÉTODOS CONOCIDOS Y UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES". Si se utiliza papel y lápiz, esas indicaciones deben figurar en los documentos del cuestionario como instrucciones para el entrevistador. Si la entrevista es realizada por computadora, esas instrucciones serán dadas al programador para que las siga cuando prepare el guion de la entrevista dándole una dirección clara sobre qué preguntas deben ser mostradas a qué encuestados y qué elementos de una pregunta anterior deben ser incluidos en las preguntas siguientes.

La mayor parte de las preguntas excluyentes irán seguidas de la instrucción 'RESPUESTA MÚLTIPLE' o 'RESPUESTA ÚNICA'. Si se trata de 'RESPUESTA MÚLTIPLE', debe incitarse al encuestado a ofrecer tantas respuestas como considere pertinente mientras que si se trata de 'RESPUESTA ÚNICA', solo deberá dar una respuesta, la que mejor corresponda a la pregunta.

Si la entrevista se lleva a cabo en persona y con papel y lápiz, entonces para todas las preguntas en las que haya una lista de posibles respuestas, deberán imprimirse esas respuestas en una tarjeta que se muestre a los encuestados y estos últimos podrán seleccionar su respuesta en la lista. Si se opta por una entrevista telefónica, entonces el entrevistador deberá leer todas las respuestas posibles y el encuestado responderá a medida que el entrevistador las lea. Si se decide que el encuestado responda por sí mismo al cuestionario o por Internet, entonces todas las respuestas posibles deberán mostrarse al encuestado a la vez para que seleccione las respuestas que correspondan.

Numeración de las preguntas

Las plantillas de los cuestionarios se han elaborado de manera que los usuarios puedan adaptarlas a las necesidades particulares de su territorio, y añadan o eliminen categorías de productos o comerciantes según sea necesario. Los cuestionarios se han configurado utilizando un contador secuencial para los números de las preguntas. Si se añaden preguntas adicionales, es importante utilizar el mismo contador secuencial; y la forma más sencilla de hacerlo es copiar y pegar uno de los otros números de pregunta. Conviene cerciorarse de seleccionar un número de pregunta inicial, por ejemplo, P9a en lugar de un

número subsiguiente como P9b. La numeración posterior se efectúa marcando (en Word, Insertar marcador) el número inicial (por ejemplo, el número 9 dentro de P9a) y luego insertando referencias al marcador (en Word, Insertar referencia cruzada, marcador). Para actualizar todos los números, con Word pulse CTRL + A para seleccionar el texto completo y F9 para actualizar.

Adaptación de la encuesta

Las plantillas de los cuestionarios deben poder adaptarse a las necesidades de cada territorio. Pueden añadirse preguntas de clasificación adicionales, o declaraciones adicionales a la pregunta actitudinal, tipos de establecimientos o categorías adicionales. Asimismo, las categorías consideradas como no pertinentes en un territorio dado pueden ser eliminadas. De hecho, hay secciones que se pueden eliminar si se desea, como por ejemplo, la sección de videojuegos de la plantilla de productos digitales si no es necesario.

Se debe tener cuidado para mantener el orden general de las preguntas y preservar la integridad de la numeración y la ramificación de las preguntas, pero mientras se sigan las directrices generales y se obtengan muestras similares de encuestados, los datos deben seguir siendo comparables entre una encuesta y otra.

Información de los documentos destinados al cuestionario

1. Sección de introducción

Todos los cuestionarios de encuesta empiezan con un texto introductorio en función de si esta se realiza por teléfono, en persona o por Internet. La formulación exacta deberá adaptarse para reflejar la metodología de la encuesta, pero siempre seguirá un formato similar. Es importante agradecer su participación a los encuestados, hacerles saber lo que eso conlleva, especialmente en lo relativo a la duración estimada de la entrevista, y asegurarles que sus respuestas serán tratadas con absoluta confidencialidad. Esto suele hacerse garantizando la legitimidad de la investigación que se está realizando, que no tiene por fin generar ventas, y que la entrevista se realizará de acuerdo con las normas del organismo local del sector (por ejemplo, en el Reino Unido se trabaja conforme a la normativa fijada por la *Market Research Society*). En el texto de ejemplo del cuestionario se sugiere introducir el nombre de una agencia; esto se basa en el supuesto de que una agencia de investigaciones de mercado sea la encargada de realizar la encuesta. De no ser así, la frase debe ser sustituida por una en la que se cite el organismo que llevará a cabo la investigación en la práctica.

En el caso de este manual específico para la realización de encuestas, la confirmación de la confidencialidad es especialmente importante, puesto que el tema de la entrevista abarca comportamientos considerados ilegales en algunos países.

2. Filtro demográfico de los encuestados

Es normal empezar cualquier encuesta con algunas preguntas demográficas sencillas. Estas tienen un doble objetivo. Todas las preguntas demográficas se utilizan para la clasificación de los encuestados y el análisis de los subgrupos. Algunas también se utilizan para asegurarse de que la muestra seleccionada es representativa de la población a la que está destinada. Por ejemplo, si con la muestra de la encuesta se prevé representar a la población nacional adulta, deberán fijarse objetivos de cuota en función de variables demográficas específicas como la edad y el sexo para garantizar que se

corresponden con los porcentajes de la población nacional determinados por los datos censales.

Lo normal es hacer solo las preguntas demográficas necesarias para establecer la cuota de la muestra al principio de la entrevista: toda pregunta de clasificación adicional se suele plantear al final de la entrevista. Si el encuestado siente fatiga por el proceso de entrevista, es más probable que se mantengan atentos y completen la entrevista si las preguntas finales son de tipo demográfico, es decir, factuales, en lugar de preguntas de reflexión.

En los documentos del cuestionario se incluyen sugerencias de preguntas basadas en la edad, el sexo, la situación laboral y la región de los encuestados, pero las preguntas exactas que se utilizarán en cada encuesta dependerán de la disponibilidad de los datos censales y de los requisitos de cada territorio.

3. Preguntas sobre la edad del encuestado

En el documento se ofrecen varios ejemplos de preguntas para la clasificación en función de la edad. El mejor dato que puede obtenerse es la edad exacta y hay que intentar conseguirlo en la medida de lo posible. Los datos siempre pueden juntarse en franjas de edad para su comparación con una muestra de la cuota, pero si solo se recogen datos por franja de edad, estos no podrán separarse.

En caso de que se comparan los datos de varios países y se hayan utilizado unos límites de edad ligeramente distintos (superiores o inferiores) o si se han usado diferentes franjas de edad para comparar los datos censales nacionales, disponer de la edad real del encuestado permite reintroducirla en una franja de edad para su comparación a nivel interno en el país.

Si no es posible obtener la edad exacta del encuestado o este se niega a facilitarla, siempre es útil seguir con una pregunta en la que se propongan franjas de edad, ya que puede que así esté dispuesto a dar una respuesta, pero dichas franjas deberían utilizarse como continuación de la primera pregunta y no como pregunta principal sobre la edad.

4. Verificación de los requisitos de cuota

Tras haber obtenido las respuestas a un mínimo de preguntas demográficas de clasificación, es el momento de decidir si se debe proseguir con la entrevista o no. Con independencia de que la encuesta se realice por computadora, en persona, por Internet o por teléfono, en este punto se comprobará si el encuestado cumple los requisitos para participar en ella. Por ejemplo, si los datos censales indican que la relación entre la población de hombres y mujeres es del 49% frente al 51% respectivamente y ya se ha entrevistado a 510 mujeres sobre una muestra objetivo de 1.000 entrevistas, en ese momento deberán rechazarse más entrevistas con mujeres para que la muestra de la encuesta se corresponda con los datos censales relativos a los criterios seleccionados.

Si la entrevista la lleva a cabo un entrevistador, por ejemplo, tomando notas con bolígrafo y papel, entonces el cuestionario deberá incluir instrucciones específicas en este punto para que el entrevistador pueda comprobar su cuota asignada para saber si debe continuar la entrevista o no. Si la metodología para la entrevista se basa en la toma de notas, lo normal sería pedir a cada entrevistador que realice una serie de entrevistas, por ejemplo, un total de 10, de las cuales debe hacer como mucho 5 a

hombres y 5 a mujeres. Se asignarán cuotas a todos los entrevistadores que realicen la encuesta para que los requisitos de cuota totales se alcancen al juntar todas las cuotas de los entrevistadores.

5. Separación de las preguntas de filtro y del cuestionario principal

Si el entrevistador prepara las entrevistas seleccionando a los encuestados en un lugar como, por ejemplo, un centro comercial y concertando después una cita en un segundo lugar (por ejemplo, el hogar del encuestado en una fecha posterior), lo normal es dividir el cuestionario en dos documentos distintos. En la primera sección se incluirán todas las preguntas que permitan verificar los requisitos de cuota para la selección del encuestado: si este cumple dichos requisitos, el entrevistador deberá concertar una cita para realizar la parte principal de la entrevista. El resto del cuestionario se imprimirá entonces en un documento distinto para la entrevista en el hogar del encuestado y, una vez se haya completado, se incorporará al cuestionario correspondiente de verificación de requisitos de cuota.

6. Introducción a la parte principal de la entrevista

Tras confirmar que el encuestado cumple los requisitos para participar en la entrevista, es importante presentar la labor que se va a realizar. En ese caso, la introducción que se lea o se presente servirá para especificar que la encuesta tratará sobre productos digitales de entretenimiento, la compra de ropa y otros accesorios de moda que el encuestado pueda comprar para sí mismo o para su familia, en las principales tiendas de moda o en línea, o sobre productos que el encuestado compre para sí mismo o para su familia en un supermercado o en una tienda de moda, en función de la plantilla.

Téngase presente que es posible que el texto exacto deba modificarse según la categoría exacta de bienes que se incluya en las preguntas posteriores y de los hábitos de compra habituales del territorio en donde se realice la entrevista.

Lo ideal es que estas plantillas de cuestionario se utilicen como parte de un estudio de seguimiento con encuestas posteriores que se lleven a cabo cada 6 o 12 meses. De este modo, pueden seguirse los cambios de comportamiento y actitud que se produzcan con el tiempo. Si la encuesta no forma parte de un estudio de seguimiento y se trata más bien de una evaluación independiente, tal vez sea conveniente añadir una pregunta opcional para cada tipo de producto del que el encuestado haya comprado falsificaciones, en la que se pregunte si este comportamiento ha aumentado o disminuido en los 12 últimos meses.

Téngase presente que la pregunta sobre los motivos por los que el encuestado compra mercancías falsificadas incluye una opción para “otros motivos”, seguida de la instrucción “sírvase indicar aquí ____”. Algunas preguntas más siguen esta mecánica. La idea es ofrecer a los encuestados otras razones para que puedan expresarse. El campo de texto debe incluirse en este caso para que pueda registrarse ese otro motivo que de otro modo se perdería. Al diseñar cada una de las plantillas de cuestionario, se ha intentado incluir listas completas para las preguntas cerradas, pero es posible que se haya omitido un motivo potencialmente importante.

A la hora de analizar los datos, si se recopilan suficientes respuestas de tipo “otros motivos”, estas pueden analizarse junto a la lista cerrada. Las respuestas de tipo “otros motivos” que hayan sido recopiladas se agruparán y toda respuesta que haya sido

ofrecida por más de unos pocos encuestados debe incorporarse a la presentación de datos como si se hubiese incluido en el cuestionario original. El umbral exacto dependerá de la pregunta y del tamaño de la muestra pero, como regla general, cualquier respuesta mencionada por un 3% o más de los encuestados debe incluirse a la lista cerrada.

7. Encuesta principal – Productos digitales

La siguiente pregunta sirve para determinar si el encuestado usa alguna de las categorías específicas mencionadas; las respuestas pueden utilizarse en preguntas posteriores. Por ejemplo, si el encuestado nunca usa videojuegos, deben facilitarse instrucciones para no volver a plantear preguntas al encuestado sobre el uso de videojuegos.

Las respuestas a estas preguntas iniciales sirven también para delimitar el contexto de cualquier análisis. Por ejemplo, cuando se observa la tasa de incidencia de comportamientos infractores, resulta útil compararla con la incidencia de uso legal de la categoría, así como con la población en su conjunto. Por ejemplo, es útil comparar el porcentaje de personas que descargan ilegalmente música con el número total de personas que escuchan música todas las semanas, así como observar la proporción de la población en su conjunto que descarga música ilegalmente.

Dentro de esta primera pregunta, las categorías de entretenimiento tienen códigos de colores en el documento del cuestionario y dichos conjuntos de códigos de colores deben presentarse o leerse siempre juntos. El uso de códigos de colores permite ofrecer claridad sobre cómo debe organizarse la entrevista, pero el texto que se presente al encuestado no debe tener colores.

Tras haber establecido unos rangos amplios de uso por categorías, se continuará con distintas secciones de música, videojuegos, películas, series de TV y libros. Para evitar cualquier posible sesgo por el orden, las secciones se rotarán en toda la muestra. Por ejemplo, una persona podría ver la sección de música después de la de videojuegos, películas y series de TV, mientras que otra debería ver la de series de TV primero, seguida de la de películas y las de videojuegos y música.

Secciones de música / videojuegos / películas / series de TV / libros

Todas las secciones tienen una estructura parecida. La primera pregunta trata sobre la sensibilización y la incidencia de uso de una categoría específica en la que se combinen medios de consumo legales e infractores (estos últimos se resaltan en celdas de colores para la claridad del diseño del cuestionario pero deben presentarse a los encuestados con el mismo color, sombreado, fuente, etc. como medios legales de consumo). A todo encuestado que compre o use contenido por medios infractores se le plantean preguntas posteriores. Se incluyen instrucciones para cada pregunta. Cualquier encuestado que no haya comprado o adquirido un producto infractor en los 12 últimos meses debe ser redirigido a la siguiente sección.

8. Encuesta principal – Libros y artículos

La plantilla de encuesta sobre libros y artículos posee una estructura similar a la utilizada en la plantilla sobre productos digitales y abarca las categorías de libros de lectura, audiolibros, artículos académicos y libros de texto. Tras determinar el uso de cada categoría, la entrevista se ramifica en diferentes secciones para cada categoría.

Si bien tiene sentido que todos los encuestados respondan a preguntas sobre libros de lectura y audiolibros, se recomienda que las preguntas sobre libros de texto y artículos académicos solo se planteen a los usuarios de dichas categorías, puesto que estas tienen más probabilidades ser categorías especializadas.

Al igual que con el cuestionario sobre los productos digitales, el orden en que se presentan las diferentes categorías debe rotarse a lo largo de la muestra a fin de eliminar un posible efecto de orden. En cada categoría se plantean preguntas para aquellos encuestados que hayan usado mercancías falsificadas y se incluyen ramificaciones para redirigir a la siguiente sección a los que no hayan usado estas mercancías.

9. Encuesta principal – Productos de consumo

Al final de la sección demográfica inicial hay una pregunta para determinar si la participación del encuestado en la compra de alimentos proporcionará información útil para su análisis en las preguntas sobre falsificaciones de productos de alimentación. En la encuesta sobre los comportamientos de compra de productos de consumo, es útil realizar el análisis entre los responsables de la compra de alimentos, así como del conjunto de la población.

La siguiente pregunta, relativa al establecimiento principal (P7) y los distintos tipos de mercancías, se plantea de modo similar a la del cuestionario sobre los productos de lujo y los productos digitales. Determinar el uso general de cada categoría facilita información contextual útil para establecer la comparación con la compra de falsificaciones de cada categoría y proporciona información que permite orientar la entrevista para evitar plantear a los encuestados preguntas sobre categorías que no compran.

Tras determinar el uso general por categoría, se aborda la cuestión de las falsificaciones por medio de preguntas sobre sensibilización y uso, seguidas de otras preguntas sobre los puntos de venta utilizados, las motivaciones, etc. Una vez más, vuelven a incluirse instrucciones para cada pregunta.

En la lista de productos de consumo puede encontrarse “Disco de DVD o Blu-ray”, “CD de música” y “Libros (lectura por placer)”. La incorporación de estas categorías permite realizar comparaciones del más alto nivel con los resultados de los demás cuestionarios.

A la hora de adaptar el cuestionario para su uso en un territorio específico, no debe olvidarse añadir categorías adicionales si son especialmente relevantes para el territorio en cuestión, o eliminarlas si no lo son. Del mismo modo, en apartados posteriores, si se pregunta sobre los lugares en los que el encuestado ha visto falsificaciones a la venta, se pueden añadir columnas adicionales para otros tipos de venta minorista, como “quiosco” o “vendedor callejero”, en función del territorio.

10. Encuesta principal – Artículos de lujo y ropa

La primera pregunta de la sección principal del cuestionario sirve para determinar si el encuestado ha comprado en los 12 últimos meses algún producto del conjunto de categorías específicas; las respuestas son útiles para las preguntas posteriores. Por ejemplo, si el encuestado no ha comprado ningún perfume en los 12 últimos meses, no se le preguntará más sobre perfumes.

Las respuestas a estas preguntas iniciales son también útiles para delimitar el contexto. Por ejemplo, cuando se observa la tasa de incidencia de comportamientos infractores, resulta útil compararla con la incidencia de uso de la categoría, así como con la población en su conjunto. Por ejemplo, resulta útil comparar el porcentaje de personas que compran productos con etiqueta de diseño falsificados con el número total de personas que compran artículos con etiqueta de diseño originales y medirlos como proporción de la población en su conjunto.

A la hora de adaptar el cuestionario para su uso en un territorio específico, no debe olvidarse añadir categorías adicionales de productos de lujo si son especialmente relevantes para el territorio en cuestión, o eliminarlas si no lo son. Del mismo modo, en apartados posteriores, si se pregunta sobre los lugares en los que el encuestado ha visto falsificaciones a la venta, se pueden añadir columnas adicionales para otros tipos de venta minorista, como “quiosco” o “vendedor callejero”, en función del territorio.

Para todo encuestado que compre productos infractores, conscientemente o no, hay preguntas de seguimiento preparadas. Se incluyen instrucciones para cada pregunta.

11. Módulo sobre programas informáticos

El módulo sobre programas informáticos está previsto como una sección complementaria para cualquiera de los cuatro módulos principales. Supone una breve sección de diez preguntas sobre el uso de programas informáticos y abarca los sistemas operativos y los programas de consumo (como, por ejemplo, los paquetes de Office o los programas de edición de fotos y videos). Deberá incorporarse este módulo al cuestionario en el lugar indicado en cada uno de los cuatro cuestionarios principales para garantizar que no interfiera con la estructura general del cuestionario y permita obtener información coherente.

12. Sección sobre las actitudes respecto de la piratería

Esta sección está concebida para medir la actitud general de los encuestados respecto de la piratería en distintas categorías. Si se desea, se pueden formular preguntas separadas para cada categoría; música, películas, videojuegos y series de TV / zapatos, bolsos, ropa de diseño, perfumes, etc. / pastelería, pastas, cigarrillos, cosméticos, etc., pero podría convertirse en un proceso largo, laborioso y repetitivo para los encuestados, lo cual puede poner en compromiso la calidad de los datos recopilados debido a la fatiga del encuestado.

El orden de presentación de las actitudes se debe aleatorizar o, como mínimo, rotar: esto resulta relativamente sencillo cuando el cuestionario se realiza por computadora; si se lleva a cabo manualmente, es habitual incluir instrucciones para que el entrevistador trabaje desde la parte superior de la lista hacia abajo en una entrevista y al revés en la siguiente.

Cada plantilla de encuesta posee, al final de la lista principal, otra lista de atributos específicos para cada sector; mientras que la lista principal se debe aleatorizar, los atributos específicos de cada sector deben preguntarse siempre al final y mantenerse juntos en un grupo.

En la fase de análisis, las respuestas a estas preguntas relativas a la actitud deben tabularse e incluirse en una tabla de contingencia para comparar los datos de las

personas que compran o adquieren productos falsificados con los de aquellas que no lo hacen. De esta forma, es posible ver las actitudes que diferencian a estos dos grupos de encuestados.

13. Sección de evaluación de la eficacia de las campañas en los medios de comunicación

De ser necesario, la sección de evaluación de la eficacia de las campañas en los medios de comunicación se incluirá después de la sección sobre la actitud (véase el documento aparte). Es importante colocar esta sección después de la sección sobre la actitud para que la observación del material creativo no influya en las respuestas de los encuestados sobre la actitud.

14. Preguntas demográficas adicionales

Se pueden añadir al cuestionario preguntas demográficas y de clasificación adicionales como sección final, después de la entrevista principal. Las respuestas a estas preguntas deben utilizarse para dividir la muestra total de la encuesta en diferentes subgrupos a efectos del análisis y de la prueba de las hipótesis. En el documento aparte se incluyen sugerencias de preguntas demográficas, pero no debe considerarse en modo alguno una lista exhaustiva.

15. Conclusión de la entrevista

Por último, es importante incluir instrucciones al final del cuestionario sobre cómo concluir la entrevista.

Si la encuesta es realizada por un entrevistador, debe haber instrucciones para que este lea una declaración en la que agradezca al encuestado su tiempo y participación.

Si la entrevista es finalizada por el encuestado sin necesidad de un entrevistador, por ejemplo, en una computadora, el programa deberá mostrar un mensaje claro al final de la entrevista en el que se indique que esta ha concluido y se agradezca al encuestado el tiempo dedicado.

Para obtener más información, diríjase a la OMPI: www.wipo.int.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
34, chemin des Colombettes
C.P. 18
CH-1211 Ginebra 20
Suiza
Tel: + 4122 338 91 11
Fax: + 4122 733 54 28
enforcement@wipo.int

**Manual de la OMPI para la realización de encuestas entre
los consumidores sobre el respeto por la PI**

PLANTILLAS

PLANTILLA DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA SOBRE PRODUCTOS DIGITALES

PRESENTACIÓN / LECTURA: "Hola. Muchas gracias por participar en esta encuesta. Soy de [insertar el nombre de la agencia] y nos gustaría hacerle algunas preguntas sobre la compra y el uso de productos digitales que es posible que utilice en el hogar o en otros lugares; música, programas informáticos, películas, series de televisión, libros electrónicos y videojuegos.

Permítame asegurarle que esta es una investigación legítima y que sus respuestas serán tratadas con total confidencialidad. [Añadir información sobre la normativa que rige la labor del organismo de investigación nacional]"

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P1a ¿Podría decirnos su edad?

PREGUNTAR SI EL ENCUESTADO SE NIEGA A INDICAR SU EDAD EN LA PREGUNTA 1a

P1b ¿Podría indicar en qué grupo de edad se encuentra usted?

RESPUESTA ÚNICA

Ejemplo A	Ejemplo B	Ejemplo C
13 o menos [CONCLUIR]	13 o menos [CONCLUIR]	13 o menos [CONCLUIR]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70+	55+
55-59		
60-64		
65+		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P2 Usted es.....

RESPUESTA ÚNICA

[Nota: El entrevistador completa la siguiente información mediante observación si la encuesta se realiza en persona]

Hombre.....

Mujer.....

Prefiero no responder.....

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P3 ¿Cuál es su situación laboral actualmente?

RESPUESTA ÚNICA

Trabajo a tiempo completo (más de 35 horas a la semana).....

Trabajo a tiempo parcial

Amo/a de casa.....

Estudiante
Jubilado
Sin trabajo

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P4 ¿En cuál de las siguientes regiones vive?

RESPUESTA ÚNICA

Región 1
Región 2
Región 3
Región 4
Región 5
Región 6
Región 7
Región 8
Región 9

VERIFICACIÓN DE LOS REQUISITOS DE CUOTA

COMPRUEBE QUE EL ENCUESTADO CUMPLE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS PARA SU SELECCIÓN.

SI EL ENCUESTADO **NO** CUMPLE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS, AGRADEZCALE SU COLABORACIÓN Y CONCLUYA LA ENTREVISTA.

SI EL ENCUESTADO **SÍ** CUMPLE LOS REQUISITOS, SIGA CON LA PARTE PRINCIPAL DEL CUESTIONARIO.

Encuesta principal – Uso por categoría

PRESENTACIÓN / LECTURA: “Esta encuesta trata de los productos y servicios digitales que es posible que utilice en el hogar o en otros lugares; música, programas informáticos, películas, series de televisión, libros electrónicos y videojuegos...”

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P5 Piense en las actividades que realiza usted personalmente y no en lo que se hace en general en su hogar. ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades?

RESPUESTA ÚNICA POR CADA TIPO DE ENTRETENIMIENTO

CAMBIAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN / LECTURA MANTENIENDO JUNTAS LAS CATEGORÍAS MARCADAS CON CÓDIGOS DE COLORES EN LA PANTALLA		Nunca	Menos de una vez al mes	Más de una vez pero menos de una vez por semana	Más de una vez por semana pero no a diario	A diario o varias veces al día
	Navegar por Internet en busca de entretenimiento					
	Escuchar música					
Películas	Ver películas en el cine					
	Ver películas en casa en el televisor o en pantalla grande (incluidas las computadoras portátiles y otros dispositivos conectados al televisor)					
	Ver películas en un dispositivo portátil en el hogar o en otros lugares (reproductor portátil de DVD, computadora portátil, tableta o teléfono). Nota: si el dispositivo está conectado al televisor, se considera como televisión por Internet, véase más arriba					
Series de TV	Ver series de televisión en casa en el televisor o en pantalla grande (incluidas las computadoras portátiles y otros dispositivos conectados al televisor)					
	Ver series de televisión en un dispositivo portátil en el hogar o en otros lugares (reproductor portátil de DVD, computadora portátil, tableta o teléfono). Nota: si el dispositivo está conectado al televisor, se considera como televisión por Internet, véase más arriba					
Videojuegos	Jugar a videojuegos en una consola conectada al televisor o en una computadora					
	Jugar a videojuegos en una consola portátil					
	Jugar a videojuegos en una tableta o en un teléfono inteligente					
Libros	Leer un libro impreso					
	Comprar u obtener un libro impreso para conservarlo					
	Leer un libro electrónico					
	Comprar u obtener un libro electrónico para conservarlo					
	Escuchar un audiolibro					

EN LAS PREGUNTAS SIGUIENTES FIGURAN SECCIONES DEDICADAS A LA MÚSICA, LOS VIDEOJUEGOS, LAS PELÍCULAS, LAS SERIES DE TELEVISIÓN Y LOS LIBROS. ESAS SECCIONES SON OPCIONALES – ELIMINE LAS SECCIONES QUE NO SEAN NECESARIAS. DEBERÍA ROTARSE ENTRE LOS ENCUESTADOS EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN LAS SECCIONES.

MÚSICA

PRESENTACIÓN / LECTURA: “A continuación vamos a mostrarle una lista de distintas maneras en las que se puede comprar, obtener o escuchar música actualmente.” [Sustituya “mostrarle” por “leerle” si la entrevista es por teléfono]

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P6a ¿Podría decirnos cuáles de esas maneras de comprar, obtener o escuchar música ya conocía personalmente?

RESPUESTA MÚLTIPLE

SI EN LA PREGUNTA 5 EL ENCUESTADO NO ESCUCHA NUNCA MÚSICA, PASE A LA PREGUNTA 6d

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOZCA EL ENCUESTADO EN LA PREGUNTA 6a

P6b ¿Qué método ha utilizado usted personalmente para comprar, obtener o escuchar música en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 6b

P6c En relación con esos métodos, piense en la manera en que escucha música más frecuentemente. ¿Qué método utiliza actualmente con más frecuencia para obtener la música que escucha?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS CONOCIDOS EN LA PREGUNTA 6a PERO NO UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 6b

P6d Entre los métodos que no utiliza actualmente, ¿hay alguno que haya utilizado hace dos o tres años pero que no utilice en la actualidad?

RESPUESTA MÚLTIPLE

EL ORDEN DE LA PRESENTACIÓN DEBE ALEATORIZARSE O ROTARSE, CON LA EXCEPCIÓN DE LAS LETRAS L Y M, QUE SIEMPRE DEBEN APARECER AL FINAL	P6a Conoce	P6b Utiliza actualmente	P6c Utiliza con más frecuencia	P6d Solía utilizar
A. Comprar música en discos de vinilo	<input type="checkbox"/>			
B. Comprar música en CD oficiales				
C. Comprar música en CD no oficiales / copiados o comprar archivos de mp3 en una memoria USB				
D. Descargar ficheros digitales de música comprada en un sitio oficial a fin de conservarla posteriormente				
E. Descarga gratuita de una fuente de Internet				
F. Descargar / copiar archivos de un amigo				
G. Servicio de suscripción en el que se escuchan anuncios pero no se paga una tasa de suscripción (por ejemplo, Spotify)				
H. Servicio de suscripción en el que se paga una tasa mensual (por ejemplo, Spotify)				
I. Escuchar la radio				
J. Copiar música de videos de YouTube o similares				
K. Comprar música de segunda mano en forma de CD, vinilo, cintas de casete, etc.				
L. Algun otro método (Sírvase indicar aquí _____)				
M. Ninguno de los anteriores / Nunca compra u obtiene música				
SI EN LA PREGUNTA 5 EL ENCUESTADO NUNCA ESCUCHA MÚSICA, PASE A LA PREGUNTA 13 (Sección siguiente)				

[La pregunta siguiente es facultativa – Se incluirá únicamente si la encuesta es una evaluación independiente y no forma parte de un estudio de seguimiento]

PREGUNTA SOBRE CADA MÉTODO UTILIZADO EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 6b

P7 Piense en la manera en que compra, obtiene o escucha música actualmente en relación con cada método que ha mencionado en la pregunta anterior. ¿Podría decirnos si utiliza ese método para obtener música en mayor, menor o igual medida que hace 12 meses?

RESPUESTA ÚNICA SEGÚN EL MÉTODO UTILIZADO

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA 6	Menos que hace 12 meses	Más o menos lo mismo que hace 12 meses	Más que hace 12 meses
A. Comprar música en discos de vinilo	<input type="checkbox"/>		
B. Comprar música en CD oficiales			
C. Comprar música en CD no oficiales / copiados o comprar archivos de mp3 en una memoria USB			
D. Descarga digital de música comprada en un sitio oficial a fin de conservarla posteriormente			
E. Descarga gratuita de una fuente de Internet			
F. Descargar / copiar archivos de un amigo			
G. Servicio de suscripción en el que se escuchan anuncios pero no se paga una tasa de suscripción (por ejemplo, Spotify)			
H. Servicio de suscripción en el que se paga una tasa mensual (por ejemplo, Spotify)			
I. Escuchar la radio			
J. Copiar música de videos de YouTube o similares			
K. Comprar música de segunda mano en forma de CD, vinilo, cintas de casete, etc.			
L. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, E, F o J EN LA PREGUNTA 6b

P8a Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de música en los 12 últimos meses. ¿Podría decirnos todas las razones por las que ha obtenido o escuchado música de esa manera?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, E, F o J EN LA PREGUNTA 6b

P8b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	P8a Todas las razones	P8b Razón más importante
Oportunidad: tener acceso a la música antes de que se venda en este país		
Ahorrar dinero: obtener música gratuita / a un precio inferior al oficial		
Comodidad: conseguir música cuando quiera		
Porque a mi juicio los productos oficiales son demasiado caros		
Facilidad de uso: porque las copias digitales no oficiales son más fáciles de manejar y almacenar que los productos oficiales		
Porque no tengo suficiente dinero para comprar productos oficiales		
Comodidad: porque es más fácil que comprar productos oficiales de una tienda o en línea		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
Otros motivos (Sírvase indicar aquí _____)		

**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C EN LA PREGUNTA 6b
(COMPRAR COPIAS NO OFICIALES EN CD O EN UNA MEMORIA USB)**

P9 Ha dicho que ha comprado al menos una copia no oficial de música en CD o algunos archivos de mp3 en una memoria USB. ¿Puede decirnos todos los tipos de lugares en que ha comprado música de esa manera en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA RESPECTO DE CADA LUGAR DE COMPRA EN LA PREGUNTA 9

P10 ¿Ha comprado música de esa manera en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de un producto oficial y descubrió después que realmente era una copia no oficial al llegar a casa o una vez recibido el producto?

RESPUESTA MÚLTIPLE

	Comprado en los 12 últimos meses en	Comprado creyendo que era un producto oficial en
Tienda o comercio minorista		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Tienda en Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, E, F o J EN LA PREGUNTA 6b (COMPRAR / UTILIZAR COPIAS NO OFICIALES DE MÚSICA)

P11 Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de música. ¿Qué opinión tiene de la calidad de la música que ha obtenido de este modo?

RESPUESTA ÚNICA

La calidad es....	Copias no oficiales de música
Mucho peor que la del producto oficial	
Un poco peor que la del producto oficial	
Casi igual que la del producto oficial	
Un poco mejor que la del producto oficial	
Mucho mejor que la del producto oficial	

Pregunta sobre los factores disuasorios

Si se ha de añadir la pregunta sobre los factores disuasorios respecto de la categoría de música, debería incluirse en este punto; véase más adelante el modelo de pregunta (P48)

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P12a ¿Qué seguro está de poder reconocer si un servicio o sitio web particular que ofrece música en Internet para descargar, compartir o transmitir en continuo (*streaming*) ofrece productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P12b ¿Qué seguro está de poder reconocer si la música ofrecida a la venta en CD en una tienda o puesto de mercado es un producto oficial o no oficial?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P12c ¿Qué seguro está de poder reconocer si la música ofrecida a la venta en CD por medio de un sitio web de subastas es un producto oficial o no oficial?

RESPUESTA ÚNICA

	P12a Descarga o transmisión en continuo	P12b Compra de CD en una tienda / puesto de mercado	P12c Compra de CD en un sitio web de subastas
Muy seguro			
Ligeramente seguro			
No especialmente seguro			
Nada seguro			
No sabe			

VIDEOJUEGOS

PRESENTACIÓN / LECTURA: “A continuación vamos a mostrarle una lista de distintas maneras en las que se puede comprar u obtener videojuegos o jugar con ellos.” [Sustituya “mostrarle” por “leerle” si la entrevista es por teléfono]

PRESENTACIÓN / LECTURA: “Por **videojuegos** se entiende los juegos que se juegan en una consola de video como la X-Box One o PlayStation o los juegos que se juegan en la computadora. No se incluyen los juegos que se juegan en consolas portátiles, teléfonos móviles o tabletas.”

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P13a ¿Podría decirnos cuáles de esas maneras de comprar u obtener videojuegos o de jugar con ellos ya conocía personalmente?

RESPUESTA MÚLTIPLE

SI EN LA PREGUNTA P5 EL ENCUESTADO NUNCA JUEGA A VIDEOJUEGOS EN UNA CONSOLA CONECTADA AL TELEVISOR O EN UNA COMPUTADORA, PASE A LA PREGUNTA 13d

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOZCA EL ENCUESTADO EN LA PREGUNTA 13a

P13b ¿Qué métodos ha utilizado personalmente para comprar u obtener videojuegos, o jugar con ellos, en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 13b

P13c ¿Cuál de esos métodos utiliza con mayor frecuencia actualmente para comprar u obtener videojuegos?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS CONOCIDOS EN LA PREGUNTA 13a PERO NO UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 13b

P13d Entre los métodos que no utiliza actualmente, ¿hay alguno que haya utilizado hace dos o tres años pero que no utilice en la actualidad?

RESPUESTA MÚLTIPLE

EL ORDEN DE LA PRESENTACIÓN DEBE ALEATORIZARSE O ROTARSE, CON LA EXCEPCIÓN DE LAS LETRAS H e I, QUE SIEMPRE DEBEN APARECER AL FINAL	P13a Conoce	P13b Utiliza actualmente	P13c Utiliza con más frecuencia	P13d Solía utilizar
A. Ha comprado una versión oficial en disco de un juego informático				
B. Ha descargado un juego en la computadora o consola (pagando por conservar el juego)				
C. Ha comprado una copia no oficial en disco de un juego informático				
D. Ha descargado de Internet una copia gratuita de un juego				
E. Ha descargado archivos o ha hecho una copia del juego de un amigo				
F. Ha utilizado un servicio de suscripción (por ejemplo, PlayStation Now) en el que se paga una suscripción mensual por transmitir en continuo (<i>streaming</i>) juegos a la consola				
G. Ha comprado juegos de segunda mano				
H. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)				
I. Ninguno de los anteriores / Nunca ha comprado u obtenido videojuegos				

SI EN LA PREGUNTA 5 EL ENCUESTADO NUNCA JUEGA A VIDEOJUEGOS EN UNA CONSOLA CONECTADA AL TELEVISOR O EN UNA COMPUTADORA, PASE A LA PREGUNTA 20 (Sección siguiente)

[La pregunta siguiente es facultativa – Se incluirá únicamente si la encuesta es independiente y no forma parte de un estudio de seguimiento]

PREGUNTA SOBRE CADA MÉTODO UTILIZADO EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 13b

P14 Piense en la manera en que compra u obtiene videojuegos o juega con ellos actualmente en relación con cada método que ha mencionado en la pregunta anterior. ¿Podría decirnos si utiliza ese método para obtener videojuegos en mayor, menor o igual medida que hace 12 meses?

RESPUESTA ÚNICA SEGÚN EL MÉTODO UTILIZADO

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA 13	Menos que hace 12 meses	Más o menos lo mismo que hace 12 meses	Más que hace 12 meses
A. Ha comprado una versión oficial en disco de un juego informático			
B. Ha descargado un juego en la computadora o consola (pagando por conservar el juego)			
C. Ha comprado una copia no oficial en disco de un juego informático			
D. Ha descargado de Internet una copia gratuita de un juego			
E. Ha descargado archivos o ha hecho una copia del juego de un amigo			
F. Ha utilizado un servicio de suscripción (por ejemplo, PlayStation Now) en el que se paga una suscripción mensual por transmitir en continuo (<i>streaming</i>) juegos a la consola			
G. Ha comprado juegos de segunda mano			
H. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)			
I. Ninguno de los anteriores / Nunca ha comprado u obtenido videojuegos			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, D o E EN LA PREGUNTA 13b

P15a Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de videojuegos en los 12 últimos meses. ¿Podría decirnos todas las razones por las que ha obtenido videojuegos de esa manera?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, D o E EN LA PREGUNTA 13b

P15b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	P15a Todas las razones	P15b Razón más importante
Oportunidad: tener acceso a los videojuegos antes de que se vendan en este país		
Ahorrar dinero: obtener videojuegos gratuitos / a un precio inferior al oficial		
Comodidad: conseguir videojuegos cuando quiera		
Porque a mi juicio los videojuegos oficiales son demasiado caros		
Facilidad de uso: porque las copias digitales no oficiales de videojuegos son más fáciles de manejar y almacenar que los videojuegos oficiales		
Porque no tengo suficiente dinero para comprar videojuegos oficiales		
Comodidad - Porque es más fácil que comprar videojuegos oficiales de una tienda o en línea		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
Otros motivos (Sírvase indicar aquí _____)		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C EN LA PREGUNTA 13b (COMPRAR VIDEOJUEGOS NO OFICIALES)

P16 Ha dicho que ha comprado al menos una copia no oficial de un videojuego en disco, ¿puede decirnos todos los tipos de lugares en que ha comprado videojuegos de esa manera en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA RESPECTO DE CADA LUGAR DE COMPRA EN LA PREGUNTA 16

P17 ¿Ha comprado videojuegos de esa manera en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de un videojuego oficial y descubrió después que realmente era una copia no oficial de un videojuego al llegar a casa o una vez recibido el producto?

RESPUESTA MÚLTIPLE

	Comprado en los 12 últimos meses en	Comprado creyendo que era un videojuego oficial en
Tienda o comercio minorista		
Puesto de mercado, incluidos los informales		

Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Tienda en Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, D, o E EN LA PREGUNTA 13b (UTILIZAR O COMPRAR VIDEOJUEGOS NO OFICIALES)

P18 Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de videojuegos. ¿Qué opinión tiene de la calidad de las copias no oficiales que ha obtenido de este modo?

RESPUESTA ÚNICA

La calidad es...	Copias no oficiales de videojuegos
Mucho peor que la de un videojuego oficial	
Un poco peor que la de un videojuego oficial	
Casi igual que la de un videojuego oficial	
Un poco mejor que la de un videojuego oficial	
Mucho mejor que la de un videojuego oficial	

Pregunta sobre los factores disuasorios

Si se ha de añadir la pregunta sobre los factores disuasorios respecto de la categoría de videojuegos, debería incluirse en este punto; véase más adelante el modelo de pregunta (P48)

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P19a ¿Qué seguro está de poder reconocer si un servicio o sitio web particular que ofrece videojuegos en Internet para descargar, compartir o transmitir en continuo (*streaming*) ofrece videojuegos oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P19b ¿Qué seguro está de poder reconocer si los videojuegos en disco ofrecidos a la venta en una tienda o puesto de mercado son videojuegos oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P19c ¿Qué seguro está de poder reconocer si los videojuegos en disco ofrecidos a la venta por medio de un sitio web de subastas son videojuegos oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

Videojuegos	P19a Descarga o transmisión en continuo	P19b Compra de disco en tienda / puesto de mercado	P19c Compra de disco en un sitio web de subastas
Muy seguro			
Ligeramente seguro			
No especialmente seguro			
Nada seguro			
No sabe			

PELÍCULAS

PRESENTACIÓN / LECTURA: “A continuación vamos a mostrarle / leerle una lista de distintas maneras en las que la gente puede comprar, obtener o ver películas actualmente. Para esta pregunta, piense únicamente en las películas que se han estrenado recientemente, por ejemplo, en los 12 últimos meses, en lugar de películas más antiguas o clásicas. [Si se considera necesario, se puede modificar la frase ...*por películas se entiende los largometrajes cinematográficos que se exhiben en una sala de cine, en televisión o en DVD.*] [Sustituya “mostrarle” por “leerle” si la entrevista es por teléfono]

PRESENTACIÓN / LECTURA: “Responda a la pregunta teniendo en cuenta las actividades que realiza usted personalmente y no en lo que se hace en general en su hogar.”

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P20a ¿Podría decirnos cuáles de esas maneras de comprar u obtener películas para ver en casa o en otro lugar en un dispositivo como una tableta o teléfono móvil ya conocía personalmente?

RESPUESTA MÚLTIPLE

SI EN LA PREGUNTA 5 EL ENCUESTADO NUNCA COMPRA O VE PELÍCULAS EN CASA, PASE A LA PREGUNTA 20d

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOZCA EL ENCUESTADO EN LA PREGUNTA 20a

P20b ¿Qué método ha utilizado usted personalmente para comprar, obtener o ver películas en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 20b

P20c Piense en la manera en que ve películas más frecuentemente en relación con los distintos métodos que utiliza para comprar y obtener películas. ¿Qué método utiliza actualmente con más frecuencia para comprar u obtener películas?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS CONOCIDOS EN LA PREGUNTA 20a PERO NO UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 20b

P20d Entre los métodos que no utiliza actualmente para comprar u obtener películas, ¿hay alguno que haya utilizado hace dos o tres años pero que no utilice estos días?

RESPUESTA MÚLTIPLE

EL ORDEN DE LA PRESENTACIÓN DEBE ALEATORIZARSE O ROTARSE, CON LA EXCEPCIÓN DE LAS LETRAS Q Y R, QUE SIEMPRE DEBEN APARECER AL FINAL	P20a Conoce	P20b Utiliza actualmente	P20c Utiliza con más frecuencia	P20d Solía utilizar
A. Comprar un DVD o Blu-ray oficial en un establecimiento o una tienda en línea				
B. Alquilar un DVD o Blu-ray oficial en un establecimiento o un servicio de alquiler en línea				
C. Comprar un DVD o Blu-ray no oficial o una copia				
D. Descarga digital a una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo que se compra y conserva a partir de una fuente oficial como iTunes				
E. Descarga / transmisión en continuo (<i>streaming</i>) y bajo pago de archivos a una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo a partir de una fuente oficial como iTunes				
F. Alquiler digital en su propia TV u otro dispositivo de su proveedor de servicios de televisión				
G. Descargar gratuitamente en una computadora desde una fuente de Internet				
H. Descargar o intercambiar archivos con un amigo (ya sea por Internet, una memoria USB, DVD, etc.)				
I. Servicio de suscripción mediante el cual se paga una cuota mensual para acceder a una colección de películas y series de TV				
J. Ver películas por medio de un servicio oficial de televisión a la carta que permite ver los programas en una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo o por medio del decodificador del proveedor de servicios de televisión				
K. Ver copias no oficiales en Internet de manera gratuita a partir de un sitio web de transmisión en continuo				
L. Ver películas por medio de una suscripción adicional al proveedor de servicios de televisión, por ejemplo, una suscripción mensual al servicio de películas o a canales de películas				
M. Ver películas a través de una emisión normal de televisión				
N. DVD o Blu-ray prestado por un amigo o familiar				
O. Películas copiadas de DVD /Blu-ray prestados por amigos o familiares				
P. Comprar películas de segunda mano en DVD, Blu-ray o videocasete				
Q. Algun otro método (Sírvase indicar aquí _____)				
R. Ninguno de los anteriores / Nunca compra u obtiene películas				

SI EN LA PREGUNTA 5 EL ENCUESTADO NUNCA COMpra O VE PELÍCULAS, PASE A LA PREGUNTA 29 (Sección siguiente)

[La pregunta siguiente es facultativa – Se incluirá únicamente si la encuesta es una evaluación independiente y no forma parte de un estudio de seguimiento]

PREGUNTA SOBRE CADA MÉTODO UTILIZADO EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 20b

P21 Piense en la manera en que compra, obtiene o ve películas actualmente en relación con cada método que ha mencionado en la pregunta anterior. ¿Podría decirnos si utiliza ese método para obtener películas en mayor, menor o igual medida que hace 12 meses?

RESPUESTA ÚNICA SEGÚN EL MÉTODO UTILIZADO

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA 20	Menos que hace 12 meses	Más o menos lo mismo que hace 12 meses	Más que hace 12 meses
A. Comprar un DVD o Blu-ray oficial en un establecimiento o una tienda en línea			
B. Alquilar un DVD o Blu-ray oficial en un establecimiento o un servicio de alquiler en línea			
C. Comprar un DVD o Blu-ray no oficial o una copia			
D. Descarga digital a una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo que se compra y conserva a partir de una fuente oficial como iTunes			
E. Descarga / transmisión en continuo (<i>streaming</i>) y bajo pago de archivos a una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo a partir de una fuente oficial como iTunes			
F. Alquiler digital en su propia TV u otro dispositivo de su proveedor de servicios de televisión			
G. Descargar gratuitamente en una computadora desde una fuente de Internet			
H. Descargar o intercambiar archivos con un amigo (ya sea por Internet, una memoria USB, DVD, etc.)			
I. Servicio de suscripción mediante el cual se paga una cuota mensual para acceder a una colección de películas y series de TV			
J. Ver películas por medio de un servicio oficial de televisión a la carta que permite ver los programas en una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo o por medio del decodificador del proveedor de servicios de televisión			
K. Ver copias no oficiales en Internet de manera gratuita a partir de un sitio web de transmisión en continuo			
L. Ver películas por medio de una suscripción adicional al proveedor de servicios de televisión, por ejemplo, una suscripción mensual al servicio de películas o a canales de películas			
M. Ver películas a través de una emisión normal de televisión			
N. DVD o Blu-ray prestado por un amigo o familiar			
O. Películas copiadas de DVD /Blu-ray prestados por amigos o familiares			
P. Comprar películas de segunda mano en DVD, Blu-ray o videocasete			
Q. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, G, H, K u O EN LA PREGUNTA 20b

P22a Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de películas en los 12 últimos meses. ¿Podría decirnos todas las razones por las que ha obtenido películas de esa manera?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, G, H, K u O EN LA PREGUNTA 20b

P22b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	P22a Todas las razones	P22b Razón más importante
Oportunidad: tener acceso a las películas antes de que se estrenen en este país		
Oportunidad: significa que no tengo que esperar a la puesta a la venta oficial en las tiendas		
Oportunidad: me resulta más difícil ir al cine actualmente, pero sigo queriendo ver las películas más recientes en cuanto se estrenan		
Ahorrar dinero: ver películas de manera gratuita / a un precio inferior al de la copia oficial		
Comodidad: conseguir películas cuando quiera		
Compatibilidad: si compro versiones oficiales, tengo que comprar varias veces la misma película para verla en todos mis dispositivos		
Comodidad: porque es más fácil que comprar versiones oficiales en una tienda o en Internet		
Porque a mi juicio las versiones oficiales de películas son demasiado caras		
Porque las copias no oficiales de películas en formato digital son más fáciles de manejar y almacenar que las versiones oficiales		
Porque no tengo suficiente dinero para comprar versiones oficiales		
Se disfruta más viendo una película en casa, ver una película en el cine no es tan agradable como solía serlo		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
Otros motivos (Sírvase indicar aquí _____)		

**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C EN LA PREGUNTA 20b
(COMPRAR COPIAS NO OFICIALES EN DVD/BLU-RAY)**

P23 Ha dicho que ha comprado al menos una copia no oficial en DVD/Blu-ray en los 12 últimos meses, ¿puede decirnos todos los tipos de lugares en que ha comprado películas de esa manera en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA RESPECTO DE CADA LUGAR DE COMPRA EN LA PREGUNTA 23

P24 ¿Ha comprado películas de esa manera en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de una versión oficial y descubrió después que realmente era una copia no oficial al llegar a casa o una vez recibido el producto?

RESPUESTA MÚLTIPLE

	Ha comprado en los 12 últimos meses en	Ha comprado creyendo que era una versión oficial en
Tienda o comercio minorista		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Tienda en Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C EN LA PREGUNTA 20b
(COMPRAR COPIAS NO OFICIALES EN DVD/BLU-RAY)**

P25 ¿Cuándo suele comprar copias no oficiales de películas en DVD/Blu-ray?

RESPUESTA ÚNICA

- Antes de que se estrenen en los cines de este país
- Mientras se exhiben en los cines de este país
- Después de que hayan terminado de exhibirse en el cine / antes de que se pongan a la venta en DVD/Blu-ray o mediante descargas oficiales
- Después de que se hayan puesto a la venta en DVD/Blu-ray/mediante descargas oficiales
- Solo hago eso en el caso de películas que no se estrenan en este país
- No suelo estar al corriente de si la película se ha estrenado en el cine o en DVD, etc. Me limito a obtener las películas cuando las encuentro en versión no oficial de DVD/Blu-ray

**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO G o K EN LA PREGUNTA 20b
(DESCARGA DE COPIAS NO OFICIALES O TRANSMISIÓN EN CONTINUO)**

P26 ¿Cuándo suele descargar copias no oficiales de películas en DVD/Blu-ray o acceder a su transmisión en continuo (streaming)?

RESPUESTA ÚNICA

- Antes de que se estrenen en los cines de este país□
 Mientras se exhiben en los cines de este país□
 Despues de que hayan terminado de exhibirse en el cine / antes de que se pongan a la venta en DVD/Blu-ray o mediante descargas oficiales□
 Despues de que se hayan puesto a la venta en DVD/Blu-ray/mediante descargas oficiales□
 Solo hago eso en el caso de películas que no se estrenan en este país□
 No suelo estar al corriente de si la película se ha estrenado en el cine o en DVD, etc.
 Me limito a obtener las películas cuando las encuentro en Internet□

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, G, H o K EN LA PREGUNTA 20b (COMPRAR / UTILIZAR COPIAS NO OFICIALES DE PELÍCULAS)

P27 Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de películas.
 ¿Qué opinión tiene de la calidad de las copias no oficiales que ha obtenido de este modo?

RESPUESTA ÚNICA

La calidad es....	Copias no oficiales de películas
Mucho peor que la de la versión oficial	
Un poco peor que la de la versión oficial	
Casi igual que la de la versión oficial	
Un poco mejor que la de la versión oficial	
Mucho mejor que la de la versión oficial	

Pregunta sobre los factores disuasorios

Si se ha de añadir la pregunta sobre los factores disuasorios respecto de la categoría de películas, debería incluirse en este punto; véase más adelante el modelo de pregunta (P48)

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P28a ¿Qué seguro está de poder reconocer si un servicio o sitio web particular que ofrece películas en Internet para descargar, compartir o transmitir en continuo (*streaming*) ofrece versiones oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P28b ¿Qué seguro está de poder reconocer si las películas ofrecidas a la venta en DVD o en Blu-ray en una tienda o puesto de mercado son versiones oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P28c ¿Qué seguro está de poder reconocer si las películas ofrecidas a la venta en DVD o en Blu-ray por medio de un sitio web de subastas son versiones oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

	P28a Descarga o transmisión en continuo	P28b Compra de DVD o Blu-ray en una tienda / puesto de mercado	P28c Compra de DVD o Blu-ray en un sitio web de subastas
Muy seguro			
Ligeramente seguro			
No especialmente seguro			
Nada seguro			
No sabe			

SERIES DE TELEVISIÓN

PRESENTACIÓN / LECTURA: "A continuación vamos a mostrarle una lista de distintas maneras en las que la gente compra, obtiene o ve actualmente series de televisión en casa, ya sean episodios sueltos o series completas." [Sustituya "mostrarle" por "leerle" si la entrevista es por teléfono]

PRESENTACIÓN / LECTURA: "Responda a la pregunta teniendo en cuenta las actividades que realiza **usted personalmente** y no en lo que se hace en general en su hogar."

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P29a ¿Podría decirnos cuáles de esas maneras de comprar u obtener series de televisión para ver en casa o en otro lugar en un dispositivo como una tableta o teléfono móvil ya conocía personalmente?

RESPUESTA MÚLTIPLE

SI EN LA PREGUNTA P5 EL ENCUESTADO NUNCA COMPRA O VE SERIES DE TELEVISIÓN, PASE A LA PREGUNTA 29d

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOZCA EL ENCUESTADO EN LA PREGUNTA 29a

P29b ¿Qué método ha utilizado usted personalmente para comprar, obtener o ver series de televisión en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 29b

P29c Piense en la manera en que compra u obtiene más frecuentemente series de televisión. ¿Qué método utiliza actualmente con más frecuencia para comprar u obtener series de televisión?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS CONOCIDOS EN LA PREGUNTA 29a PERO NO UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 29b

P29d Entre los métodos que no utiliza actualmente, ¿hay alguno que haya utilizado hace dos o tres años pero que no utilice en la actualidad?

RESPUESTA MÚLTIPLE

EL ORDEN DE LA PRESENTACIÓN DEBE ALEATORIZARSE O ROTARSE, CON LA EXCEPCIÓN DE LAS LETRAS Q Y R, QUE SIEMPRE DEBEN APARECER AL FINAL	P29a Conoce	P29b Utiliza actualmente	P29c Utiliza con más frecuencia	P29d Solía utilizar
A. Comprar un DVD o Blu-ray oficial en un establecimiento o una tienda en línea				
B. Alquilar un DVD o Blu-ray oficial en un establecimiento o un servicio de alquiler en línea				
C. Comprar un DVD o Blu-ray no oficial o una copia				
D. Descarga digital a una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo que se compra y conserva a partir de una fuente oficial como iTunes				
E. Descarga / transmisión en continuo (<i>streaming</i>) y bajo pago de archivos a una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo a partir de una fuente oficial como iTunes [no disponible en la mayoría de los territorios]				
F. Alquiler digital en su propia TV u otro dispositivo de su proveedor de servicios de televisión [no disponible en la mayoría de los territorios]				
G. Descargar gratuitamente en una computadora desde una fuente de Internet				
H. Descargar o intercambiar archivos con un amigo (ya sea por Internet, una memoria USB, DVD, etc.)				
I. Servicio de suscripción mediante el cual se paga una cuota mensual para acceder a una colección de películas y series de TV				
J. Ver las series por medio de un servicio oficial de televisión a la carta que permite ver los programas en una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo o por medio del decodificador del proveedor de servicios de televisión				
K. Ver las series en Internet de manera gratuita a partir de un sitio web de transmisión en continuo				
L. Ver las series por medio de una suscripción adicional al proveedor de servicios de televisión, por ejemplo, [se incluirá si es pertinente en el territorio y se añadirá un ejemplo local] o por medio del decodificador incluido gratuitamente en el servicio de suscripción de televisión				
M. Ver las series a través de una emisión normal de televisión				
N. DVD o Blu-ray prestado por un amigo o familiar				
O. Series de TV copiadas de DVD /Blu-ray prestados por amigos o familiares				
P. Comprar series de televisión de segunda mano en DVD, Blu-ray o videocasete				
Q. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)				
R. Ninguno de los anteriores / Nunca compra u obtiene series de televisión				

SI EN LA PREGUNTA 5 EL ENCUESTADO NUNCA COMPRA O VE SERIES DE TELEVISIÓN, PASE A LA PREGUNTA P38 (Sección siguiente)

[La pregunta siguiente es facultativa – Se incluirá únicamente si la encuesta es una evaluación independiente y no forma parte de un estudio de seguimiento]

PREGUNTA SOBRE CADA MÉTODO UTILIZADO EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 29b

P30 Piense en la manera en que compra, obtiene o ve actualmente series de televisión en relación con cada método que ha mencionado en la pregunta anterior. ¿Podría decirnos si utiliza ese método para obtener series de televisión en mayor, menor o igual medida que hace 12 meses?

RESPUESTA ÚNICA SEGÚN EL MÉTODO UTILIZADO

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA 29	Menos que hace 12 meses	Más o menos lo mismo que hace 12 meses	Más que hace 12 meses
A. Comprar un DVD o Blu-ray oficial en un establecimiento o una tienda en línea			
B. Alquilar un DVD o Blu-ray oficial en un establecimiento o un servicio de alquiler en línea			
C. Comprar un DVD o Blu-ray no oficial o una copia			
D. Descarga digital a una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo que se compra y conserva a partir de una fuente oficial como iTunes			
E. Descarga / transmisión en continuo y (streaming) bajo pago de archivos a una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo a partir de una fuente oficial como iTunes [no disponible en la mayoría de los territorios]			
F. Alquiler digital en su propia TV u otro dispositivo de su proveedor de servicios de televisión [no disponible en la mayoría de los territorios]			
G. Descargar gratuitamente en una computadora desde una fuente de Internet			
H. Descargar o intercambiar archivos con un amigo (ya sea por Internet, una memoria USB, DVD, etc.)			
I. Servicio de suscripción mediante el cual se paga una cuota mensual para acceder a una colección de películas y series de TV			
J. Ver las series por medio de un servicio oficial de televisión a la carta que permite ver los programas en una computadora, tableta, teléfono, televisor conectado a Internet u otro dispositivo o por medio del decodificador del proveedor de servicios de televisión			
K. Ver las series en Internet de manera gratuita a partir de un sitio web de transmisión en continuo			
L. Ver las series por medio de una suscripción adicional al proveedor de servicios de televisión, por ejemplo, [se incluirá si es pertinente en el territorio y se añadirá un ejemplo local] o por medio del decodificador incluido gratuitamente en el servicio de suscripción de televisión			
M. Ver las series a través de una emisión normal de televisión			
N. DVD o Blu-ray prestado por un amigo o familiar			
O. Series de TV copiadas de DVD /Blu-ray prestados por amigos o familiares			
P. Comprar series de televisión de segunda mano en DVD, Blu-ray o videocasete			
Q. Algun otro método (Sírvase indicar aquí _____)			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, G, H, K u O EN LA PREGUNTA 29b

P31a Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de series de televisión en los 12 últimos meses. ¿Podría decirnos todas las razones por las que ha obtenido de esa manera series de televisión?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, G, H, K u O EN LA PREGUNTA 29b

P31b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	P31a Todas las razones	P31b Razón más importante
Oportunidad: tener acceso a las series de televisión antes de que se estrenen en este país		
Oportunidad: significa que no tengo que esperar a la puesta a la venta oficial en las tiendas		
Disponibilidad: puedo ver determinadas series de televisión que han dejado de estar disponibles en la tele		
Disponibilidad: puedo ver determinadas series de televisión que están disponibles únicamente en canales de los que no dispongo personalmente		
Visión a la carta: puedo ver determinadas series de televisión / episodios que me he perdido anteriormente		
Ahorrar dinero: ver series de televisión de manera gratuita / a un precio inferior al de las versiones oficiales		
Compatibilidad: si compro versiones oficiales, tengo que comprar varias de ellas para verlas en todos mis dispositivos		
Comodidad: conseguir series de televisión cuando quiera		
Comodidad: porque es más fácil que comprar versiones oficiales en una tienda o en Internet		
Porque a mi juicio las versiones oficiales de series de televisión son demasiado caras		
Porque las copias no oficiales de series de televisión en formato digital son más fáciles de manejar y almacenar que las versiones oficiales		
Porque no tengo suficiente dinero para comprar versiones oficiales		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
Otros motivos (Sírvase indicar aquí _____)		

**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C EN LA PREGUNTA 29b
(COMPRAR COPIAS NO OFICIALES EN DVD/BLU-RAY)**

P32 Ha dicho que ha comprado al menos una copia no oficial de una serie de televisión en DVD/Blu-ray en los 12 últimos meses, ¿puede decirnos todos los tipos de lugares en que ha comprado de esa manera series de televisión en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA RESPECTO DE CADA LUGAR DE COMPRA EN LA PREGUNTA 32

P33 ¿Ha comprado de esa manera series de televisión en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de una versión oficial y descubrió después que realmente era una copia no oficial al llegar a casa o una vez recibido el producto?

RESPUESTA MÚLTIPLE

	Comprado en los 12 últimos meses en	Comprado creyendo que era una versión oficial en
Tienda o comercio minorista		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Tienda en Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C EN LA PREGUNTA 29b
(COMPRAR COPIAS NO OFICIALES EN DVD/BLU-RAY)**

P34 ¿Cuándo suele comprar copias no oficiales de series de televisión en DVD/Blu-ray?

RESPUESTA ÚNICA

- Antes de que se emitan en los canales de televisión de este país.....
- Antes de que se emitan en los canales de televisión de pago de este país.....
- Mientras se emiten en este país en canales de televisión de pago
- Mientras se emiten en este país en canales de televisión gratuitos
- Después de que se hayan emitido en este país en al menos un canal de televisión pero antes de que se pongan a la venta en DVD, Blu-ray o mediante descarga oficial.....
- Después de que se hayan puesto a la venta en DVD, Blu-ray o mediante descarga oficial
- Solo hago eso en el caso de series que no se estrenan en este país
- No suelo estar al corriente de si la serie se ha emitido o puesto a la venta en DVD, etc. Me limito a obtener las series cuando las encuentro en copias no oficiales de DVD o Blu-ray.....

**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO G O K EN LA PREGUNTA 29b
(DESCARGA DE COPIAS NO OFICIALES O TRANSMISIÓN EN CONTINUO)**

P35 ¿Cuándo suele descargar copias no oficiales de series de televisión o acceder a su transmisión en continuo (*streaming*)?

RESPUESTA ÚNICA

- Antes de que se emitan en los canales de televisión de este país.....
- Antes de que se emitan en los canales de televisión de pago de este país.....
- Mientras se emiten en este país en canales de televisión de pago
- Mientras se emiten en este país en canales de televisión gratuitos
- Después de que se hayan emitido en este país en al menos un canal de televisión pero antes de que se pongan a la venta en DVD, Blu-ray o mediante descarga oficial.....

- Después de que se hayan puesto a la venta en DVD, Blu-ray o mediante descarga oficial
- Solo hago eso en el caso de series que no se estrenan en este país
- No suelo estar al corriente de si la serie se ha emitido o puesto a la venta en DVD, etc. Me limito a obtener las series cuando las encuentro en copias no oficiales de DVD o Blu-ray.....

**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO C, G, H o K EN LA PREGUNTA 29b
(UTILIZAR O COMPRAR COPIAS NO OFICIALES DE SERIES DE TELEVISIÓN)**

P36 Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de series de televisión.

¿Qué opinión tiene de la calidad de las copias no oficiales que ha obtenido de este modo?

RESPUESTA ÚNICA

La calidad es...	Copias no oficiales de series de televisión
Mucho peor que la de la versión oficial	
Un poco peor que la de la versión oficial	
Casi igual que la de la versión oficial	
Un poco mejor que la de la versión oficial	
Mucho mejor que la de la versión oficial	

Pregunta sobre los factores disuasorios

Si se ha de añadir la pregunta sobre los factores disuasorios respecto de la categoría de series de televisión, debería incluirse en este punto; véase más adelante el modelo de pregunta (P48)

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P37a ¿Qué seguro está de poder reconocer si un servicio o sitio web particular que ofrece series de televisión en Internet para descargar, compartir o transmitir en continuo (*streaming*) ofrece versiones oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P37b ¿Qué seguro está de poder reconocer si las series de televisión ofrecidas a la venta en DVD o en Blu-ray en una tienda o puesto de mercado son versiones oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P37c ¿Qué seguro está de poder reconocer si las series de televisión ofrecidas a la venta en DVD o en Blu-ray por medio de un sitio web de subastas son versiones oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

	P37a Descarga o transmisión en continuo	P37b Compra de DVD o Blu-ray en una tienda / puesto de mercado	P37c Compra de DVD o Blu-ray en un sitio web de subastas
Muy seguro			
Ligeramente seguro			
No especialmente seguro			
Nada seguro			
No sabe			

LIBROS ELECTRÓNICOS

PRESENTACIÓN / LECTURA: "A continuación vamos a mostrarle una lista de distintas maneras en las que se pueden comprar y obtener libros en la actualidad. Piense en los libros que podría leer por placer y no en los libros de texto, libros de referencia o cualquier otra clase de libros" [Sustituya "enseñar" por "leer" si la entrevista es por teléfono]

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P38a ¿Podría decirnos cuáles de esas maneras de comprar y obtener libros ya conocía personalmente?

RESPUESTA MÚLTIPLE

SI EN LA PREGUNTA 5 EL ENCUESTADO NUNCA COMpra LIBROS, PASE A LA PREGUNTA P38d

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOZCA EL ENCUESTADO EN LA PREGUNTA P38a

P38b ¿Qué método ha utilizado usted personalmente para comprar u obtener libros en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA P38b

P38c En relación con esos métodos, piense en la manera en que lee libros más a menudo. ¿Qué método utiliza actualmente con más frecuencia para obtener los libros que lee?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOZCA EN LA PREGUNTA 38a PERO NO UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA P38b

P38d Entre los métodos que no utiliza actualmente, ¿hay alguno que haya utilizado hace dos o tres años pero que no utilice en la actualidad?

RESPUESTA MÚLTIPLE

Libros EL ORDEN DE LA PRESENTACIÓN DEBE ALEATORIZARSE O ROTARSE, CON LA EXCEPCIÓN DE LAS LETRAS N Y O, QUE SIEMPRE DEBEN APARECER AL FINAL	P38a Conoce	P38b Utiliza actualmente	P38c Utiliza con más frecuencia	P38d Solía utilizar
A. Comprar ejemplares de libros impresos en ediciones oficiales				
B. Comprar ejemplares de libros impresos en ediciones no oficiales				
C. Tomar prestados libros impresos de un amigo o de una biblioteca				
D. Comprar versiones oficiales de audiolibros en CD o memoria USB				
E. Comprar copias no oficiales de audiolibros en CD o memoria USB				
F. Comprar versiones digitales de libros electrónicos en un sitio oficial a fin de conservarlas posteriormente				
G. Comprar versiones digitales no oficiales de libros electrónicos en un sitio oficial a fin de conservarlas posteriormente				
H. Descargar copias no oficiales de libros electrónicos de manera gratuita a partir de una fuente de Internet				
I. Descargar o copiar archivos de libros electrónicos de un amigo				
J. Descargar copias escaneadas de libros de manera gratuita de una fuente de Internet				
K. Leer versiones en línea o mediante <i>streaming</i> de libros electrónicos por medio de una fuente de Internet				
L. Acceder a un servicio de suscripción en el que se paga una cuota mensual y se pueden tomar libros prestados				
M. Comprar libros de segunda mano				
N. Algun otro método (Sírvase indicar aquí _____)				
O. Ninguno de los anteriores / Nunca ha comprado ni obtenido libros				

**SI EN LA PREGUNTA 5 EL ENCUESTADO NUNCA COMPRA LIBROS, PASAR A LA PREGUNTA P47
(sección siguiente)**

[La pregunta siguiente es facultativa – Se incluirá únicamente si la encuesta es una evaluación independiente y no forma parte de un estudio de seguimiento]

PREGUNTA SOBRE CADA MÉTODO UTILIZADO EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA P38b

P39 Piense en la manera en que compra u obtiene libros actualmente en relación con cada método que ha mencionado en la pregunta anterior. ¿Podría decírnos si utiliza ese método para obtener libros en mayor, menor o igual medida que hace 12 meses?

RESPUESTA ÚNICA SEGÚN EL MÉTODO UTILIZADO

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA P38	A. Menos que hace 12 meses	B. Más o menos lo mismo que hace 12 meses	C. Más que hace 12 meses
A. Comprar ejemplares de libros impresos en ediciones oficiales	<input type="checkbox"/>		
B. Comprar ejemplares de libros impresos en ediciones no oficiales			
C. Tomar prestados libros impresos de un amigo o de una biblioteca			
D. Comprar versiones oficiales de audiolibros en CD o memoria USB			
E. Comprar copias no oficiales de audiolibros en CD o memoria USB			
F. Comprar versiones digitales de libros electrónicos en un sitio oficial a fin de conservarlas posteriormente			
G. Comprar versiones digitales no oficiales de libros electrónicos en un sitio oficial a fin de conservarlas posteriormente			
H. Descargar copias no oficiales de libros electrónicos de manera gratuita a partir de una fuente de Internet			
I. Descargar o copiar archivos de libros electrónicos de un amigo			
J. Descargar copias escaneadas de libros de manera gratuita de una fuente de Internet			
K. Leer versiones en línea o mediante <i>streaming</i> de libros electrónicos por medio de una fuente de Internet			
L. Acceder a un servicio de suscripción en el que se paga una cuota mensual y se pueden tomar libros prestados			
M. Comprar libros de segunda mano			
N. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, E, G, H, I, J, K EN LA PREGUNTA P38b

P40a Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de libros en los 12 últimos meses.

¿Podría indicarnos las razones por las que ha obtenido libros de esa manera?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, E, G, H, I, J, K EN LA PREGUNTA P40b

P40b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	P40a Todas las razones	P40b Razón más importante
Oportunidad: tener acceso a los libros antes de que se publiquen en este país		
Ahorrar dinero: obtener libros gratis o a un precio inferior al de los ejemplares oficiales		
Comodidad: obtener libros cuando quiera		
Porque a mi juicio los ejemplares oficiales son demasiado caros		
Facilidad de uso: porque las copias no oficiales de libros electrónicos son más fáciles de manejar y almacenar que las versiones oficiales		
Porque no tengo suficiente dinero para comprar ejemplares oficiales de libros impresos o versiones oficiales de libros electrónicos		
Comodidad: porque es más fácil que comprar versiones oficiales de libros electrónicos en una tienda o en Internet		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
Otras razones (Sírvase indicar aquí _____)		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B o E EN LA PREGUNTA P38b (COMPRAR COPIAS NO OFICIALES DE LIBROS IMPRESOS O AUDIOLIBROS)

P41 Ha dicho que ha comprado al menos una copia no oficial de un libro impreso o de un audiolibro. ¿Puede decírnos todos los tipos de lugares en que ha comprado libros de esa manera en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS LUGARES DE COMPRA EN LA PREGUNTA P41

P42 ¿Ha comprado libros de esa manera en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de ejemplares oficiales y descubrió después que realmente eran copias no oficiales al llegar a casa o una vez recibido el producto?

RESPUESTA MÚLTIPLE

	Comprado en los 12 últimos meses en	Comprado creyendo que era un producto oficial en
Tienda o comercio minorista		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Tienda en Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO G EN LA PREGUNTA P38b (COMPRAR COPIAS NO OFICIALES DE LIBROS ELECTRÓNICOS EN CD O UNA MEMORIA USB)

P43 Ha dicho que ha comprado al menos una copia no oficial de un libro electrónico en CD o en un archivo mp3 en una memoria USB. ¿Puede decírnos todos los tipos de lugares en que ha comprado libros electrónicos de esa manera en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS LUGARES DE COMPRA EN LA PREGUNTA P43

P44 ¿Ha comprado libros electrónicos de esa manera en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de ediciones oficiales y descubrió después que realmente eran copias no oficiales al llegar a casa o una vez recibido el producto?

RESPUESTA MÚLTIPLE

	Ha comprado en los 12 últimos meses en	Ha comprado creyendo que era un producto oficial en
Tienda o comercio minorista		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Minorista por Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, E, G, H, I, J o K EN LA PREGUNTA P38b (COMPRAR O UTILIZAR COPIAS NO OFICIALES DE LIBROS, AUDIOLIBROS O LIBROS ELECTRÓNICOS)

P45 Ha dicho que a veces obtiene copias no oficiales de libros, audiolibros o libros electrónicos. ¿Qué opinión tiene de la calidad de las copias no oficiales que ha obtenido de este modo?

RESPUESTA ÚNICA

La calidad es	Copias no oficiales de libros	Copias no oficiales de audiolibros	Copias no oficiales de libros electrónicos
Mucho peor que la del producto oficial			
Un poco peor que la del producto oficial			
Casi igual que la del producto oficial			
Un poco mejor que la del producto oficial			
Mucho mejor que la del producto oficial			

Pregunta sobre los factores disuasorios

Si se ha de añadir la pregunta sobre los factores disuasorios respecto de la categoría de libros electrónicos, debería incluirse en este punto; véase más adelante el modelo de pregunta (P45 en la página 100).

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P46a ¿Qué seguro está de poder reconocer si un servicio o sitio web particular que ofrece libros electrónicos en línea para descargar o compartir ofrece productos oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P46b ¿Qué seguro está de poder reconocer si los libros electrónicos a la venta en sitios de subastas en Internet son versiones oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P46c ¿Qué seguro está de poder reconocer si los libros impresos que se ofrecen a la venta en tiendas o puestos de mercado son ejemplares oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P46d ¿Qué seguro está de poder reconocer si los libros impresos que se ofrecen a la venta en sitios de subastas en Internet son ejemplares oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

	P46a Descargar / Compartir libros en línea	P46b Comprar libros electrónicos en un sitio web de subastas	P46c Comprar libros impresos en una tienda o un puesto de mercado	P46d Comprar libros impresos en un sitio web de subastas
Muy seguro				
Ligeramente seguro				
No especialmente seguro				
Nada seguro				
No sabe				

Sección sobre las actitudes respecto de la piratería

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P47 A continuación voy a mostrarle una serie de afirmaciones que han hecho algunas personas en relación con el tema de comprar, obtener, escuchar, ver o reproducir copias no oficiales de productos digitales como música, libros electrónicos, videojuegos, películas y series de TV. Le agradeceríamos que nos indicara si está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las frases siguientes. En una escala del 1 al 10, si está totalmente de acuerdo, ponga 10. Si está completamente en desacuerdo, ponga 1; utilice la escala para indicar en qué medida está de acuerdo con cada frase.

UNA ÚNICA RESPUESTA POR FRASE

ACTITUDES ESPECÍFICAS RESPECTO DE CADA SECTOR MOSTRAR SIEMPRE AL FINAL	Totalmente en desacuerdo 1	Totalmente de acuerdo 10									No sabe o no tiene experiencia al respecto
		2	3	4	5	6	7	8	9		
Estoy en contra de ello / Pienso que está mal hacer copias no oficiales de música											
Las copias no oficiales de música están teniendo un efecto negativo importante en la industria musical											
Tengo la sensación de apoyar al artista si compro la música en soportes oficiales											
Estoy en contra de ello / Pienso que está mal hacer copias no oficiales de videojuegos											
Las copias no oficiales de videojuegos están teniendo un efecto negativo importante en la industria de los videojuegos											
Estoy en contra de ello / Pienso que está mal hacer copias no oficiales de películas											
La industria cinematográfica gana demasiado dinero											
Estoy en contra de ello / Pienso que está mal hacer copias no oficiales de series de TV											
La industria de la televisión gana demasiado dinero											
Hay tantas maneras oficiales de ver series de TV que no es necesario recurrir a las copias no oficiales											
Estoy en contra de ello / Pienso que está mal hacer copias no oficiales de libros electrónicos											
Las copias no oficiales de libros electrónicos están teniendo un efecto negativo importante en la industria editorial											
Tengo la sensación de apoyar al autor si compro un libro o un libro electrónico en versión oficial											
Hay tantas maneras de tomar prestados libros y libros electrónicos de amigos o bibliotecas que no es necesario utilizar copias no oficiales											

Módulo sobre programas informáticos

Si se incluye el módulo sobre programas informáticos en la encuesta, debe añadirse en este punto. Véase el documento aparte.

Sección sobre los factores disuasorios

Esta pregunta se puede hacer de manera general a los que participan en cualquier forma de comportamiento infractor de todas las categorías, o se puede hacer sobre cada una de las categorías. Si se va a preguntar sobre cada una de las categorías, debería incluirse dentro de la sección correspondiente a cada categoría inmediatamente después de la pregunta sobre la calidad de los productos infractores en comparación con la de los productos auténticos, y la redacción debería modificarse ligeramente para dejar claro que la pregunta solo se refiere al comportamiento respecto de esa categoría. Si la pregunta se hace en relación con cada categoría, es esencial añadir una instrucción antes de la pregunta indicando que solo debería preguntarse a las personas que participan en comportamientos infractores dentro de esa categoría.

Sin embargo, se recomienda conservar solo la pregunta genérica que aparece más adelante para evitar repeticiones excesivas y que la entrevista tenga una duración demasiado larga.

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE ACCEDAN A VERSIONES NO OFICIALES DE CONTENIDO EN LÍNEA MEDIANTE STREAMING O DESCARGA

PREGUNTAR SI EL ENCUESTADO RESPONDE A ALGUNA DE LAS SIGUIENTES RESPUESTAS:

RESPUESTAS C, E, F o J EN LA PREGUNTA 6b (VERSIONES NO OFICIALES DE MÚSICA)

RESPUESTAS C, D o E EN LA PREGUNTA 13b (VERSIONES NO OFICIALES DE VIDEOJUEGOS)

RESPUESTAS C, G, H, K u O EN LA PREGUNTA 20b (VERSIONES NO OFICIALES DE PELÍCULAS)

RESPUESTAS C, G, H, K, u O EN LA PREGUNTA 29b (VERSIONES NO OFICIALES DE SERIES DE TV)

RESPUESTAS B, E, G, H, I, J o K EN LA PREGUNTA P38b (EDICIONES NO OFICIALES DE LIBROS ELECTRÓNICOS)

P48 Ha dicho que a veces accede a versiones no oficiales de música / videojuegos / películas / series de TV / libros electrónicos [borre las categorías que no correspondan].

¿Qué le animaría a dejar de descargar copias no oficiales en Internet o acceder a ellas?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN, EXCEPTO EN LOS TRES ÚLTIMOS CASOS, QUE SIEMPRE IRÁN AL FINAL

- Que los servicios oficiales fueran más baratos
- Que los servicios oficiales fueran más cómodos
- Que los servicios oficiales tuvieran una mayor gama de productos
- Que todo lo que quiero estuviera disponible mediante los servicios oficiales tan pronto como estuviera disponible en los demás lugares
- Que pensara en que podrían demandarme
- Que pensara que van a descubrirme
- Que todo el mundo dejara de hacerlo
- Que mi proveedor de servicios de Internet me enviara una carta diciendo que mi cuenta ha sido usada para descargar versiones no oficiales o acceder a ellas
- Que mi proveedor de servicios de Internet me enviara una carta diciendo que van a limitar mi velocidad de Internet
- Que mi proveedor de servicios de Internet me enviara una carta diciendo que van a cancelar mi acceso a Internet
- Que atraparan a mis amigos o familiares descargando copias no oficiales o accediendo a ellas
- Que hubiera artículos en los medios de comunicación sobre personas demandadas por descargar copias no oficiales o acceder a ellas

- Que estuviera más claro qué es oficial y qué no lo es□
 Que tuviera mejor información sobre cómo averiguar si algo es oficial o no□
 No descargo ni descargaría conscientemente copias no oficiales ni tampoco accedo ni
 accedería conscientemente a ellas□
 Otras razones (Sírvase indicar aquí _____)□
 Nada haría que dejara de descargar copias no oficiales o de acceder a ellas□

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P49 Piense en los servicios de Internet que ofrecen acceso para descargar o ver en *streaming* música, películas, series de TV, videojuegos o libros electrónicos. ¿Qué medidas podrían adoptar esa clase de servicios para convencerle de que el contenido disponible es oficial?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DE LOS ATRIBUTOS

- El servicio es suministrado por una empresa o marca conocida o de prestigio□
 Presencia de una aprobación o de un sistema de acreditación gubernamental□
 Que existiera una norma o símbolo del sector que mostrara que es oficial□
 Presencia de medidas de seguridad en el sitio web (pago, certificados, cláusulas, contraseñas, etc.)□
 Que el sitio web afirmara de forma clara que proporciona contenido oficial□
 Que hubiera un sitio web o una organización a la que pudiera acceder para comprobar la lista de sitios autorizados a vender contenido oficial□
 Respaldo de la industria discográfica, de videojuegos o editorial□
 Respaldo de artistas, actores o autores□

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P50 ¿Qué otros aspectos de un sitio web o un servicio de Internet le ayudan a decidir si el contenido o los productos disponibles son oficiales o no?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DE LOS ATRIBUTOS

- Tener que pagar por el contenido que se ofrece□
 El precio de los productos y servicios a la venta□
 Que mi programa de seguridad de Internet me deje visitar el sitio sin hacer advertencias□
 Estoy seguro de que el contenido es oficial□
 Que el sitio no contenga anuncios emergentes que invaden la privacidad, etc.□
 Porque está ahí. No se permitiría si el contenido disponible no fuera oficial□
 Se sabe cuándo es oficial el contenido, es de sentido común□
 Averiguaciones que he hecho sobre la empresa□
 Confío en las indicaciones de terceros, en el “boca a boca” o en reseñas□
 Calidad o apariencia profesional del sitio web□
 Comentarios de los consumidores sobre los productos a la venta□
 Ninguno / No lo sé□ [Estos dos siempre van al final]
 No me importa si es oficial o no□ [Estos dos siempre van al final]

Sección sobre la eficacia de las campañas de lucha contra la falsificación y la piratería en los medios de comunicación

Si fuera necesario, las preguntas de la sección de evaluación de la eficacia de la campaña en los medios de comunicación deberían añadirse al documento del cuestionario en este punto. Véase el documento aparte

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P51a ¿Cuál de estos proveedores de servicios de TV conocía de antemano?

RESPUESTA MÚLTIPLE**PREGUNTA SOBRE TODOS LOS SERVICIOS QUE CONOCE EN LA PREGUNTA P51a**

P51b ¿A cuál de estos proveedores de servicios de televisión tiene actualmente acceso en su domicilio?

RESPUESTA MÚLTIPLE**PREGUNTA SOBRE TODOS LOS SERVICIOS UTILIZADOS EN LA PREGUNTA P51b**

P51c ¿Cuál de estos proveedores de TV usa como principal servicio de TV? ¿Cuál usa más a menudo?

RESPUESTA ÚNICA

	Servicios que conoce P51a	Servicios que usa normalmente P51b	Servicio que usa más a menudo P51c
Transmisión gratuita de TV (mediante una antena)			
Televisión gratuita por satélite			
Televisión de pago por satélite (suscripción anual de pago)			
Televisión de pago por satélite (mediante una tarjeta de suscripción no oficial)			
Televisión por cable (suscripción mensual de pago)			
Televisión por cable (mediante una tarjeta de suscripción no oficial)			
Sin proveedor de TV			

Añadir las preguntas demográficas finales

Al final de la encuesta se suelen añadir algunas preguntas demográficas o de clasificación. En un documento aparte figuran ejemplos de esas preguntas.

Agradecer al encuestado su colaboración y concluir la entrevista

PRESENTACIÓN / LECTURA: "Gracias por su tiempo y su participación. La encuesta ha terminado."

PLANTILLA DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA SOBRE LIBROS Y ARTÍCULOS

PRESENTACIÓN / LECTURA: "Hola. Muchas gracias por participar en esta encuesta. Soy de [insertar el nombre de la agencia] y nos gustaría hacerle algunas preguntas sobre la compra y el uso de libros y artículos, incluidos los libros que lea por placer y los artículos que utilice para sus estudios o investigaciones.

Permítame asegurarle que esta es una investigación legítima y que sus respuestas serán tratadas con total confidencialidad. [Añadir información sobre la normativa que rige la labor del organismo de investigación nacional]".

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P1a ¿Podría decirnos su edad?

PREGUNTAR SI EL ENCUESTADO SE NIEGA A INDICAR SU EDAD EN LA PREGUNTA 1a

P1b ¿Podría indicar en qué grupo de edad se encuentra usted?

RESPUESTA ÚNICA

Ejemplo A	Ejemplo B	Ejemplo C
13 o menos [CONCLUIR]	13 o menos [CONCLUIR]	13 o menos [CONCLUIR]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70+	55+
55-59		
60-64		
65+		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P2 Usted es.....

RESPUESTA ÚNICA

[Nota: El entrevistador completa la siguiente información mediante observación si la encuesta se realiza en persona]

Hombre.....

Mujer.....

Prefiero no responder.....

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P3 ¿Cuál es su situación laboral actualmente?

RESPUESTA ÚNICA

- Trabajo a tiempo completo (más de 35 horas a la semana)
- Trabajo a tiempo parcial
- Amo/a de casa
- Estudiante
- Jubilado
- Sin trabajo

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P4 ¿En cuál de las siguientes regiones vive?

RESPUESTA ÚNICA

- Región 1
- Región 2
- Región 3
- Región 4
- Región 5
- Región 6
- Región 7
- Región 8
- Región 9

VERIFICACIÓN DE LOS REQUISITOS DE CUOTA

COMPRUEBE QUE EL ENCUESTADO CUMPLE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS PARA SU SELECCIÓN.

SI EL ENCUESTADO NO CUMPLE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS, AGRADEZCALE SU COLABORACIÓN Y CONCLUYA LA ENTREVISTA.

SI EL ENCUESTADO SÍ CUMPLE LOS REQUISITOS, SIGA CON LA PARTE PRINCIPAL DEL CUESTIONARIO.

Encuesta principal – Uso por categoría

PRESENTACIÓN / LECTURA: “Esta encuesta es sobre libros, incluidos los libros que lee por placer, los que utiliza para su trabajo o estudio, y los artículos académicos, tanto ejemplares impresos como audiolibros, además de ediciones en línea o digitalizadas que lea en una computadora o lector electrónico.”

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P5 Piense en las actividades que realiza usted personalmente y no en lo que se hace en general en su hogar. ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades?

RESPUESTA ÚNICA POR CADA TIPO DE ENTRETENIMIENTO

CAMBIAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN / LECTURA	Nunca	Menos de una vez al mes	Más de una vez al mes pero menos de una vez por semana	Más de una vez por semana pero no a diario	A diario o varias veces al día
A. Leer libros por placer (libros impresos y libros electrónicos o digitalizados que lea desde un lector electrónico, una computadora o un dispositivo similar a una tableta)					
B. Escuchar audiolibros					
C. Leer artículos académicos o consultar artículos con fines de investigación o estudio (ejemplares impresos, en línea o versiones digitalizadas que lea desde un lector electrónico, una computadora o un dispositivo similar a una tableta)					
D. Leer o consultar libros de texto con fines de investigación o estudio (ejemplares impresos, en línea o versiones digitalizadas que lea desde un lector electrónico, una computadora o un dispositivo similar a una tableta)					

EN LAS PREGUNTAS SIGUIENTES FIGURAN SECCIONES DEDICADAS A LOS LIBROS, LOS AUDIOLIBROS, LOS ARTÍCULOS ACADÉMICOS Y LOS LIBROS DE TEXTO. ESAS SECCIONES SON OPCIONALES – ELIMINE LAS SECCIONES QUE NO SEAN NECESARIAS. DEBERÍA ROTARSE ENTRE LOS ENCUESTADOS EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN LAS SECCIONES.

Libros – Lectura por placer**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P6a Si piensa en la lectura de **libros por placer**, ¿podría decirnos cuáles de estas maneras de comprar y obtener libros conocía personalmente?

RESPUESTA MÚLTIPLE

SI EN LA PREGUNTA P5 EL ENCUESTADO RESPONDE QUE NUNCA LEE LIBROS POR PLACER, PASE A LA PREGUNTA P6

PREGUNTAR POR TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOCE EL ENCUESTADO EN LA PREGUNTA P6a

P6b ¿Qué método ha utilizado usted personalmente a fin de comprar u obtener libros para leerlos por placer en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE**PREGUNTAR POR TODOS LOS MÉTODOS UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA P6b**

P6c En relación con esos métodos, piense en la manera en que lee libros más frecuentemente. ¿Qué método utiliza actualmente con más frecuencia para obtener los libros que lee por placer?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTAR POR TODOS LOS MÉTODOS CONOCIDOS EN LA PREGUNTA P6a PERO NO UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA P6b**

P6d Entre los métodos que no utiliza actualmente, ¿hay alguno que haya utilizado hace 2 o 3 años pero que no utilice estos días?

RESPUESTA MÚLTIPLE

Libros – lectura por placer EL ORDEN DE LA PRESENTACIÓN DEBE ALEATORIZARSE O ROTARSE, CON LA EXCEPCIÓN DE LAS LETRAS R Y S, QUE SIEMPRE DEBEN APARECER AL FINAL	P6a Conoce	P6b Utiliza actualmente	P6c Utiliza con más frecuencia	P6d Solía utilizar
A. Comprar ejemplares originales en una tienda – en la calle o en Internet	<input type="checkbox"/>			
B. Comprar copias no oficiales impresas de libros en una tienda – en la calle o en Internet				
C. Comprar ejemplares originales en un puesto de mercado o a un vendedor callejero				
D. Comprar copias no oficiales impresas de libros en un puesto de mercado o a un vendedor callejero				
E. Comprar ejemplares originales nuevos, impresos, en un sitio web de subastas				
F. Comprar copias nuevas no oficiales, impresas, de libros en un sitio web de subastas				
G. Comprar libros de segunda mano				
H. Tomar prestados (en bibliotecas públicas, escolares o universitarias) ejemplares impresos o versiones digitales o libros electrónicos				
I. Descargar libros electrónicos o versiones digitalizadas originales desde una tienda en Internet (previo pago)				
J. Descargar libros electrónicos o versiones digitalizadas originales desde una tienda en Internet (de forma gratuita, por ejemplo, ediciones no sujetas al derecho de autor)				
K. Descargar copias no oficiales de libros electrónicos o versiones digitalizadas desde una tienda en Internet				
L. Descargar copias no oficiales desde una fuente en Internet				
M. Comprar copias no oficiales de libros electrónicos o versiones digitalizadas en CD / memoria USB en un puesto de mercado o a un vendedor callejero				
N. Comprar copias no oficiales de libros electrónicos o versiones digitalizadas en CD / memoria USB en un sitio web de subastas				

O. Acceder a la edición digital mediante el uso de un servicio de suscripción por licencia o pago (por ejemplo, Scribd o Audible)				
P. Leer versiones en línea o mediante <i>streaming</i> desde una fuente en Internet				
Q. Recibir por correo-e / ejemplar en disco / memoria USB de un amigo / grupo				
R. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)				
S. Ninguno de los anteriores / Nunca compro ni adquiero libros				

SI EN LA PREGUNTA P5 EL ENCUESTADO RESPONDE QUE NUNCA LEE LIBROS POR PLACER, PASE A LA PREGUNTA 16 [Sección siguiente]

[La pregunta siguiente es facultativa – Se incluirá únicamente si la encuesta es una evaluación independiente y no forma parte de un estudio de seguimiento]

PREGUNTAR POR CADA MÉTODO UTILIZADO EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA P6b

P7 Piense en la manera en que compra u obtiene actualmente libros para leer por placer. En relación con cada método que ha mencionado en la pregunta anterior, ¿podría decírnos si utiliza ese método para obtener libros en mayor, menor o igual medida que hace 12 meses?

RESPUESTA ÚNICA SEGÚN EL MÉTODO UTILIZADO

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA P6	Menos que hace 12 meses	Más o menos lo mismo que hace 12 meses	Más que hace 12 meses
A. Comprar ejemplares originales en una tienda – en la calle o en Internet			
B. Comprar copias no oficiales impresas de libros en una tienda – en la calle o en Internet			
C. Comprar ejemplares originales en un puesto de mercado o a un vendedor callejero			
D. Comprar copias no oficiales impresas de libros en un puesto de mercado o a un vendedor callejero			
E. Comprar ejemplares originales nuevos, impresos, en un sitio web de subastas			
F. Comprar copias nuevas no oficiales, impresas, de libros en un sitio web de subastas			
G. Comprar libros de segunda mano			
H. Tomar prestados (en bibliotecas públicas, escolares o universitarias) ejemplares impresos o versiones digitales o en formato de libro electrónico			
I. Descargar libros electrónicos o versiones digitalizadas originales desde una tienda en Internet (previo pago)			
J. Descargar libros electrónicos o versiones digitalizadas originales desde una tienda en Internet (de forma gratuita, por ejemplo, ediciones no sujetas al derecho de autor)			
K. Descargar copias no oficiales de libros electrónicos o versiones digitalizadas desde una tienda en Internet			
L. Descargar copias no oficiales desde una fuente en Internet			
M. Comprar copias no oficiales de libros electrónicos o versiones digitalizadas en CD / memoria USB en un puesto de mercado o a un vendedor callejero			
N. Comprar copias no oficiales de libros electrónicos o versiones digitalizadas en CD / memoria USB en un sitio web de subastas			
O. Acceder a la edición digital mediante el uso de un servicio de suscripción por licencia o pago (por ejemplo, Scribd o Audible)			
P. Leer versiones en línea o mediante <i>streaming</i> por medio de una fuente en Internet			
Q. Recibir por correo-e / ejemplar en disco / memoria USB de un amigo / grupo			
T. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, D, F, K, L, M, N, P o Q EN LA PREGUNTA P6b

P8a Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de libros en los 12 últimos meses.

¿Podría indicarnos las razones por las que ha obtenido libros de esa manera?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, D, F, K, L, M, N, P o Q EN LA PREGUNTA P6b

P8b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	P8a Todas las razones	P8b Razón más importante
Oportunidad: tener acceso a los libros antes de que se publiquen en este país		
Ahorrar dinero: obtener los libros a un precio inferior al oficial o de forma gratuita		
Comodidad: conseguir libros cuando quiera		
Porque a mi juicio los ejemplares oficiales son demasiado caros		
Facilidad de uso: porque las copias no oficiales de los libros electrónicos o las copias digitalizadas son más fáciles de manejar y almacenar que las oficiales		
Porque no tengo dinero suficiente para comprar ejemplares oficiales de los libros que quiero		
Comodidad - Porque es más fácil que comprar ejemplares oficiales de los libros en una tienda o en Internet		
Porque puedo utilizar en varios dispositivos las copias no oficiales de libros electrónicos / versiones digitalizadas		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
En aquel momento no sabía que estaba adquiriendo una copia no oficial- No habría escogido ese tipo de producto si lo hubiese sabido		
Disponibilidad: No puedo encontrar en venta ejemplares oficiales de los libros que quiero		
Otras razones (Sírvase indicar aquí _____)		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, D o F EN LA PREGUNTA P6b (COMPRAR COPIAS NO OFICIALES IMPRESAS)

P9 Ha dicho que ha comprado al menos un ejemplar de un libro impreso en una edición no oficial. ¿Puede decirnos todos los tipos de lugares en que ha comprado ejemplares de libros en ediciones no oficiales en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA RESPECTO DE CADA LUGAR DE COMPRA EN LA PREGUNTA P9

P10 ¿Ha comprado de esa manera algún ejemplar de un libro en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de un producto oficial y descubrió después que realmente era una copia no oficial al llegar a casa o una vez recibido el producto?

RESPUESTA MÚLTIPLE

Copias no oficiales impresas de libros	Compradas en los 12 últimos meses	Compradas creyendo que eran oficiales
Tienda o comercio minorista		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Tienda en Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO K, M, N EN LA PREGUNTA P6b (COMPRAR UNA DESCARGA NO OFICIAL)

P11 Ha dicho que ha pagado para descargar al menos una copia no oficial de libros electrónicos o versiones digitalizadas, ¿puede decirnos todos los tipos de lugares en que ha comprado copias no oficiales de libros electrónicos o versiones digitalizadas de libros en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE**PREGUNTA RESPECTO DE CADA LUGAR DE COMPRA EN LA PREGUNTA P11**

P12 ¿Ha comprado de esa manera algún libro electrónico o versión digitalizada de un libro en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de un producto oficial y descubrió después que realmente era una copia no oficial al llegar a casa o una vez recibido el producto?

RESPUESTA MÚLTIPLE

Copias no oficiales de libros electrónicos	Compradas en los 12 últimos meses	Compradas creyendo que eran oficiales
Tienda o comercio minorista		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Tienda en Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, D, F, K, L, M, N, P o Q EN LA PREGUNTA P6b (COMPRAR/UTILIZAR COPIAS NO OFICIALES DE LIBROS)

P13 Ha dicho que a veces ha adquirido copias no oficiales de libros que lee por placer. ¿Qué opinión tiene de la calidad de las copias no oficiales que ha adquirido de este modo?

RESPUESTA ÚNICA

La calidad es	Copias no oficiales de libros
Mucho peor que la de un ejemplar oficial	
Un poco peor que la de un ejemplar oficial	
Casi igual que la de un ejemplar oficial	
Un poco mejor que la de un ejemplar oficial	
Mucho mejor que la de un ejemplar oficial	

Pregunta sobre los factores disuasorios

Si se ha de añadir la pregunta sobre los factores disuasorios respecto de la categoría de lectura por placer, debería incluirse en este punto; véase más adelante el modelo de pregunta (P45)

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P14a ¿Qué seguro está de poder reconocer si los libros (ejemplares impresos) ofrecidos a la venta en una tienda o puesto de mercado son productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P14b ¿Qué seguro está de poder reconocer si un servicio o sitio web particular que ofrece libros (ejemplares impresos) para su compra en Internet ofrece productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P14c ¿Qué seguro está de poder reconocer si los libros (ejemplares impresos) ofrecidos a la venta por medio de un sitio web de subastas son productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

Libros – Ejemplares impresos	P14a Tienda o puesto de mercado	P14b Tienda en Internet	P14c Sitio web de subastas
Muy seguro			
Ligeramente seguro			
No especialmente seguro			
Nada seguro			
No sabe			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P15a ¿Qué seguro está de poder reconocer si los libros electrónicos y las versiones digitalizadas ofrecidos a la venta en una tienda o puesto de mercado son productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P15b ¿Qué seguro está de poder reconocer si un servicio o sitio web particular que ofrece libros electrónicos y versiones digitalizadas de libros para su compra en Internet ofrece productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P15c ¿Qué seguro está de poder reconocer si los libros electrónicos y versiones digitalizadas de libros ofrecidos a la venta por medio de un sitio web de subastas son productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

Libros electrónicos y copias digitales	P15a Tienda o puesto de mercado	P15b Tienda en Internet	P15c Sitio web de subastas
Muy seguro			
Ligeramente seguro			
No especialmente seguro			
Nada seguro			
No sabe			

Audiolibros

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P16a Piense en la escucha de **audiolibros**. Independientemente de si usted los usa o no, ¿podría decirnos cuáles de estas maneras de comprar y obtener audiolibros conocía personalmente?

RESPUESTA MÚLTIPLE

SI EN LA PREGUNTA P5 EL ENCUESTADO RESPONDE QUE NUNCA ESCUCHA AUDIOLIBROS, PASE A LA PREGUNTA 16d

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOZCA EL ENCUESTADO EN LA PREGUNTA 16a

P16b ¿Qué método ha utilizado usted personalmente para comprar u obtener audiolibros en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 16b

P16c En relación con esos métodos, piense en la manera en que escucha audiolibros más frecuentemente. ¿Qué método utiliza actualmente con más frecuencia para obtener los audiolibros que escucha?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS CONOCIDOS EN LA PREGUNTA 16a PERO NO UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 16b

P16d Entre los métodos que no utiliza actualmente, ¿hay alguno que haya utilizado hace 2 o 3 años pero que no utilice estos días?

RESPUESTA MÚLTIPLE

Audiolibros EL ORDEN DE LA PRESENTACIÓN DEBE ALEATORIZARSE O ROTARSE, CON LA EXCEPCIÓN DE LAS LETRAS M Y N, QUE SIEMPRE DEBEN APARECER AL FINAL	P16a Conoce	P16b Utiliza actualmente	P16c Utiliza con más frecuencia	P16d Utiliza con más frecuencia
A. Comprar en CD / memoria USB en una tienda en la calle o en Internet	<input type="checkbox"/>			
B. Comprar una copia no oficial en CD / memoria USB en una tienda en la calle o en Internet				
C. Comprar una copia no oficial en CD/ memoria USB en un puesto de mercado o a un vendedor callejero				
D. Descargar de una tienda en línea				
E. Descargar una copia no oficial desde una tienda en línea				
F. Comprar audiolibros originales nuevos en un sitio web de subastas				
G. Comprar una copia no oficial de audiolibros en CD / memoria USB en un sitio web de subastas				
H. Acceder a la edición digital mediante el uso de un servicio de suscripción por licencia (por ejemplo, Scribd o Audible)				
I. Tomar prestada una copia digital de una biblioteca pública, escolar o universitaria				
J. Descargar de una fuente en Internet				
K. Escuchar mediante <i>streaming</i> desde una fuente en Internet				
L. Recibir por correo-e / ejemplar en disco / memoria USB de un amigo / grupo				
M. Algún otro método				

(Sírvase indicar aquí _____)				
N. Ninguno de los anteriores / Nunca compro ni adquiero audiolibros				

SI EN LA PREGUNTA P5 EL ENCUESTADO RESPONDE QUE NUNCA ESCUCHA AUDIOLIBROS, PASE A LA PREGUNTA P24 [Sección siguiente]

[La pregunta siguiente es facultativa – Se incluirá únicamente si la encuesta es una evaluación independiente y no forma parte de un estudio de seguimiento]

PREGUNTA SOBRE CADA MÉTODO UTILIZADO EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 16b

P17 Piense en la manera en que compra o adquiere actualmente audiolibros. En relación con cada método que ha mencionado en la pregunta anterior, ¿podría decírnos si utiliza ese método para obtener audiolibros en mayor, menor o igual medida que hace 12 meses?

RESPUESTA ÚNICA SEGÚN EL MÉTODO UTILIZADO

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA 16	Menos que hace 12 meses	Más o menos lo mismo que hace 12 meses	Más que hace 12 meses
A. Comprar en CD / memoria USB en una tienda en la calle o en Internet			
B. Comprar una copia no oficial en CD / memoria USB en una tienda en la calle o en Internet			
C. Comprar una copia no oficial en CD / memoria USB en un puesto de mercado o a un vendedor callejero			
D. Descargar de una tienda en línea			
E. Descargar una copia no oficial desde una tienda en línea			
F. Comprar audiolibros originales nuevos en un sitio web de subastas			
G. Comprar una copia no oficial de audiolibros en CD / memoria USB en un sitio web de subastas			
H. Acceder a la edición digital mediante el uso de un servicio de suscripción por licencia (por ejemplo, Scribd o Audible)			
I. Tomar prestada una copia digital de una biblioteca pública, escolar o universitaria			
J. Descargar de una fuente en Internet			
K. Escuchar mediante <i>streaming</i> por medio de una fuente en Internet			
L. Recibir por correo-e / ejemplar en disco / memoria USB de un amigo / grupo			
M. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, C, E, G, J, K o L EN LA PREGUNTA 16b

P18a Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de audiolibros en los 12 últimos meses. ¿Podría indicarnos las razones por las que ha obtenido audiolibros de esa manera?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, C, E, G, J, K o L EN LA PREGUNTA 16b

P18b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	P18a Todas las razones	P18b Razón más importante
Oportunidad: tener acceso a los audiolibros antes de que se publiquen en este país		
Ahorrar dinero: obtener los audiolibros a un precio inferior al oficial o de forma gratuita		
Comodidad: conseguir nuevos audiolibros cuando quiera		
Porque a mi juicio los ejemplares de audiolibros son demasiado caros		
Facilidad de uso: porque las copias no oficiales de los audiolibros y las copias digitalizadas son más fáciles de manejar y almacenar que las oficiales		
Porque no tengo dinero suficiente para comprar ejemplares oficiales de los audiolibros que quiero		
Comodidad - Porque es más fácil que comprar ejemplares oficiales de los audiolibros en una tienda o en Internet		
Porque puedo utilizar en varios dispositivos las copias no oficiales de audiolibros / versiones digitalizadas		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
En aquel momento no sabía que estaba obteniendo una copia no oficial – no habría escogido ese tipo de producto si lo hubiese sabido		
Disponibilidad – No puedo encontrar a la venta los ejemplares oficiales de los audiolibros que quiero		
Otras razones (Sírvase indicar aquí _____)		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, C o G EN LA PREGUNTA 16b (COMPRAR COPIAS IMPRESAS NO OFICIALES)

P19 Ha dicho que ha comprado al menos una copia no oficial de un audiolibro (en CD / memoria USB). ¿Puede decirnos todos los tipos de lugares en que ha comprado copias no oficiales de audiolibros en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA RESPECTO DE CADA LUGAR DE COMPRA EN LA PREGUNTA P19

P20 ¿Ha comprado algún audiolibro de esa manera en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de un producto oficial y descubrió después que realmente era una copia no oficial al llegar a casa o una vez recibido el producto?

RESPUESTA MÚLTIPLE

Copias no oficiales de audiolibros	Compradas en los 12 últimos meses	Compradas creyendo que eran oficiales
Tienda o comercio minorista		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Tienda en Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, C, E, G, J, K o L EN LA PREGUNTA 16b (COMPRAR / UTILIZAR COPIAS NO OFICIALES DE AUDIOLIBROS)

P21 Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de audiolibros.

¿Qué opinión tiene de la calidad de las copias no oficiales que ha obtenido de este modo?

RESPUESTA ÚNICA

La calidad es....	Copias no oficiales de audiolibros
Mucho peor que la de un ejemplar oficial	
Un poco peor que la de un ejemplar oficial	
Casi igual que la de un ejemplar oficial	
Un poco mejor que la de un ejemplar oficial	
Mucho mejor que la de un ejemplar oficial	

Pregunta sobre los factores disuasorios

Si se ha de añadir la pregunta sobre los factores disuasorios respecto de la categoría de audiolibros, debería incluirse en este punto; véase más adelante el modelo de pregunta (P45)

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P22a ¿Qué seguro está de poder reconocer si las copias de audiolibros (en CD / memoria USB) ofrecidas a la venta en una tienda o puesto de mercado son productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P22b ¿Qué seguro está de poder reconocer si un servicio o sitio web particular que ofrece audiolibros (en CD / memoria USB) para su compra en Internet ofrece productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P22c ¿Qué seguro está de poder reconocer si los audiolibros (en CD / memoria USB) ofrecidos a la venta por medio de un sitio web de subastas son productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

Audiolibros – Copias	P22a Tienda o puesto de mercado	P22b Tienda en línea	P22c Sitio web de subastas
Muy seguro			
Ligeramente seguro			
No especialmente seguro			
Nada seguro			
No sabe			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P23a ¿Qué seguro está de poder reconocer si un servicio o sitio web particular que ofrece audiolibros para su compra y descarga ofrece productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P23b ¿Qué seguro está de poder reconocer si los audiolibros ofrecidos para su compra y descarga por medio de un sitio web de subastas son productos oficiales o no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

	P23a Tienda en Internet	P23b Sitio web de subastas
Muy seguro		
Ligeramente seguro		
No especialmente seguro		
Nada seguro		
No sabe		

Artículos académicos

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE RESPONDAN QUE UTILIZAN ARTÍCULOS ACADÉMICOS EN LA PREGUNTA P5 – Y PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE INDICAN QUE SON ESTUDIANTES EN LA PREGUNTA P3 – DE LO CONTRARIO PASE A LA PREGUNTA P34 [Sección siguiente]

P24a Ha dicho que **lee artículos académicos** o accede a ellos con fines de investigación o estudio. ¿Podría decirnos cuáles de estas maneras de comprar y obtener artículos académicos **conocía** personalmente?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOZCA EL ENCUESTADO EN LA PREGUNTA P24a

P24b ¿Qué método ha utilizado usted personalmente para comprar u obtener artículos académicos en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA P24b

P24c En relación con esos métodos, piense en la manera en que lee artículos académicos o accede a ellos más frecuentemente. ¿Qué método utiliza actualmente con más frecuencia para obtener artículos académicos o acceder a ellos?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOZCA EN LA PREGUNTA P24a PERO NO UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA P24b

P24d Entre los métodos que no utiliza actualmente, ¿hay alguno que haya utilizado hace 2 o 3 años pero que no utilice estos días?

RESPUESTA MÚLTIPLE

Artículos académicos EL ORDEN DE LA PRESENTACIÓN DEBE ALEATORIZARSE O ROTARSE, CON LA EXCEPCIÓN DE LAS LETRAS M Y N, QUE SIEMPRE DEBEN APARECER AL FINAL	P24a Conoce	P24b Utiliza actualmente	P24c Utiliza con más frecuencia	P24d Solía utilizar
A. Comprar un ejemplar original impreso de los artículos en una tienda – en la calle o en Internet	<input type="checkbox"/>			
B. Comprar una copia impresa no oficial de los artículos en una tienda –en la calle o en Internet				
C. Comprar una copia impresa no oficial de los artículos en una copistería				
D. Recibir un ejemplar impreso de los artículos por suscripción				
E. Comprar ejemplares impresos de segunda mano de los artículos				
F. Biblioteca pública / escolar / universitaria – ejemplares impresos o versiones digitales de los artículos – tomar en préstamo la publicación o leerla en la biblioteca				
G. Realizar una copia en papel de un artículo a partir de un artículo disponible en una biblioteca				
H. Comprar una copia digital de los artículos en una tienda oficial en Internet				
I. Descargar desde una fuente en Internet o visualizar en línea una copia no oficial				
J. Acceder a la edición digital mediante el uso de un servicio de suscripción por licencia o pago				
K. Recibir los artículos por correo-e / ejemplar en disco / memoria USB de un amigo / grupo				
L. Tomar prestado un ejemplar impreso de un amigo / colega				
M. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)				

N. Ninguno de los anteriores / Nunca compro ni obtengo artículos académicos				
---	--	--	--	--

SI EL ENCUESTADO RESPONDE QUE NUNCA COMPRA ARTÍCULOS ACADÉMICOS EN LA PREGUNTA P5, PASE A LA PREGUNTA P34 (Sección siguiente)

[La pregunta siguiente es facultativa – Se incluirá únicamente si la encuesta es una evaluación independiente y no forma parte de un estudio de seguimiento]

PREGUNTA SOBRE CADA MÉTODO UTILIZADO EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA P24b

P25 Piense en la manera en que compra o adquiere actualmente artículos académicos en relación con cada método que ha mencionado en la pregunta anterior. ¿Podría decírnos si utiliza ese método para obtener artículos académicos en mayor, menor o igual medida que hace 12 meses?

RESPUESTA ÚNICA SEGÚN EL MÉTODO UTILIZADO

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA P24	Menos que hace 12 meses	Más o menos lo mismo que hace 12 meses	Más que hace 12 meses
A. Comprar un ejemplar original impreso de un artículo en una tienda – en la calle o en Internet			
B. Comprar una copia impresa no oficial de un artículo en una tienda – en la calle o en Internet			
C. Comprar una copia impresa no oficial de un artículo en una copistería			
D. Recibir un ejemplar impreso de un artículo por suscripción			
E. Comprar de segunda mano un ejemplar impreso de un artículo			
F. Biblioteca pública / escolar / universitaria – ejemplares impresos o versiones digitales de artículos –tomar en préstamo la publicación o leerla en la biblioteca			
G. Realizar una copia impresa de un artículo disponible en una biblioteca			
H. Comprar un ejemplar digital de un artículo en una tienda oficial en Internet			
I. Descargar desde una fuente en Internet o visualizar en línea una copia no oficial de un artículo			
J. Acceder a una edición digital mediante el uso de un servicio de suscripción por licencia o pago			
K. Recibir artículos por correo–e / en disco / memoria USB de un amigo / grupo			
L. Tomar prestado un ejemplar impreso de un amigo / colega			
M. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)			
N. Ninguno de los anteriores / Nunca compro ni obtengo artículos académicos			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, C, I o K EN LA PREGUNTA P24b

P26a Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de artículos académicos en los 12 últimos meses. ¿Podría decirnos todas las razones por las que ha obtenido artículos de esa manera?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, C, I o K EN LA PREGUNTA P24b

P26b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	P26a Todas las razones	P26b Razón más importante
Oportunidad: tener acceso a los artículos antes de que se publiquen en este país		
Ahorrar dinero: obtener los artículos a un precio inferior al oficial o de forma gratuita		
Comodidad: conseguir nuevos artículos cuando quiera		
Porque a mi juicio los ejemplares oficiales de los artículos cuestan demasiado dinero		
Facilidad de uso: las copias electrónicas / digitalizadas no oficiales de los artículos son más fáciles de manejar y almacenar que las oficiales		
Porque no tengo dinero suficiente para comprar ejemplares oficiales de los artículos que quiero		
Comodidad: Porque es más fácil que comprar ejemplares oficiales de artículos en una tienda o en Internet		
Porque puedo utilizar en varios dispositivos las copias digitales no oficiales / versiones digitalizadas de los artículos		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
En ese momento no sabía que estaba obteniendo una copia no oficial – No habría escogido ese tipo de producto si lo hubiese sabido		
Disponibilidad – No puedo encontrar en venta los ejemplares oficiales de los artículos que necesito		
Otras razones (Sírvase indicar aquí _____)		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, D o F EN LA PREGUNTA P24b (COMPRAR UNA COPIA IMPRESA NO OFICIAL)

P27 Ha dicho que ha comprado al menos una copia impresa no oficial de un artículo – ¿Podría decirnos todos los tipos de lugares en que ha comprado de esa manera copias no oficiales de artículos en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA RESPECTO DE CADA LUGAR DE COMPRA EN LA PREGUNTA P27

P28 Ha comprado de esa manera ejemplares impresos de artículos en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de un ejemplar oficial, y descubrió después que realmente era una copia no oficial al llegar a casa o una vez recibido el ejemplar?

RESPUESTA MÚLTIPLE

Copia impresa no oficial de un artículo	Comprada en los 12 últimos meses	Comprada creyendo que era oficial
Tienda o comercio minorista		
Copistería		
De un amigo o colega		
Minorista por Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO L, N u O EN LA PREGUNTA P24b (COMPRAR UNA DESCARGA NO OFICIAL)

P29 Ha dicho que ha pagado para descargar al menos una copia no oficial de un artículo en formato electrónico o digitalizada – ¿Puede decirnos todos los tipos de lugares en que ha comprado de esa manera copias no oficiales de artículos en formato electrónico o digitalizadas en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE**PREGUNTA RESPECTO DE CADA LUGAR DE COMPRA EN LA PREGUNTA P29**

P30 Ha comprado de esa manera copias de artículos en formato electrónico o digitalizadas en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de ejemplares oficiales, y descubrió después que realmente era una copia no oficial al examinarlas?

RESPUESTA MÚLTIPLE

	Comprado en los 12 últimos meses	Comprado creyendo que era oficial
Tienda o comercio minorista		
Copistería		
De un amigo o colega		
Minorista por Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, D, F, L, M, N, O o Q EN LA PREGUNTA P24b (COMPRAR / UTILIZAR COPIAS NO OFICIALES DE ARTÍCULOS)

P31 Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de artículos académicos.

¿Qué opinión tiene de la calidad de las copias no oficiales que ha obtenido de este modo?

RESPUESTA ÚNICA

La calidad es	Copias no oficiales de artículos
Mucho peor que la de un ejemplar oficial	
Un poco peor que la de un ejemplar oficial	
Casi igual que la de un ejemplar oficial	
Un poco mejor que la de un ejemplar oficial	
Mucho mejor que la de un ejemplar oficial	

Pregunta sobre los factores disuasorios

Si se ha de añadir la pregunta sobre los factores disuasorios respecto de la categoría de artículos académicos, debería incluirse en este punto; véase más adelante el modelo de pregunta (P45)

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P32a ¿Qué seguro está de poder reconocer si los artículos académicos (impresos) ofrecidos a la venta en una tienda u otro comercio en Internet son ejemplares oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P32b ¿Qué seguro está de poder reconocer si un sitio web u otra fuente en Internet que ofrece a la venta artículos académicos (impresos) está ofreciendo ejemplares oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

Artículos académicos (impresos)	P32a Tienda u otro comercio en la calle	P32b Fuente en línea
Muy seguro		
Ligeramente seguro		
No especialmente seguro		
Nada seguro		
No sabe		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P33a ¿Qué seguro está de poder reconocer si un sitio web u otra fuente en Internet que ofrece a la venta artículos académicos en versión electrónica / digitalizada está ofreciendo ejemplares oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

Artículos académicos – versiones digitales	P33a Fuente en línea
Muy seguro	
Ligeramente seguro	
No especialmente seguro	
Nada seguro	
No sabe	

Libros de texto

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE UTILIZAN LIBROS DE TEXTO (CONFORME A LA PREGUNTA P5) – Y PREGUNTA PARA TODOS LOS ESTUDIANTES (SEGÚN LO INDICADO EN LA PREGUNTA P3) – EN OTROS CASOS, PASE A LA PREGUNTA P44 [Sección siguiente]

P34a Ha dicho que lee **libros de texto** o accede a ellos con fines de investigación o estudio.

¿Podría decirnos cuáles de esas maneras de comprar y obtener **libros de texto** ya conocía personalmente?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOZCA EL ENCUESTADO EN LA PREGUNTA P34a

P34b ¿Qué método ha utilizado usted personalmente para comprar u obtener libros de texto en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA P34b

P34c En relación con esos métodos, piense en la manera en que lee libros de texto más frecuentemente. ¿**Qué método** utiliza actualmente con más frecuencia para obtener los libros de texto que lee o acceder a ellos?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS MÉTODOS CONOCIDOS EN LA PREGUNTA P34a PERO NO UTILIZADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES CONFORME A LA PREGUNTA P34b

P34d Entre los métodos que no utiliza actualmente, ¿hay alguno que haya utilizado hace dos o tres años pero que no utilice en la actualidad?

RESPUESTA MÚLTIPLE

Libros de texto EL ORDEN DE LA PRESENTACIÓN DEBE ALEATORIZARSE O ROTARSE, CON LA EXCEPCIÓN DE LAS LETRAS Q Y R, QUE SIEMPRE DEBEN APARECER AL FINAL	P34a Conoce	P34b Utiliza actualmente	P34c Utiliza con más frecuencia	P34d Solía utilizar
A. Comprar ejemplares originales impresos de libros de texto en una tienda – en la calle o en Internet				
B. Comprar copias no oficiales impresas de libros de texto en una tienda – en la calle o en Internet				
C. Comprar una fotocopia de una sección específica de un libro de texto en una copistería				
D. Comprar libros de texto originales en un puesto de mercado o a un vendedor callejero				
E. Comprar copias impresas no oficiales de libros de texto en un puesto de mercado o a un vendedor callejero				
F. Comprar libros de texto originales nuevos en un sitio web de subastas				
G. Comprar copias impresas no oficiales de libros de texto nuevos en un sitio web de subastas				
H. Comprar libros de texto de segunda mano				
I. Tomar en préstamo de una biblioteca pública / escolar / universitaria copias impresas o versiones digitales o en formato electrónico				
J. Descargar versiones digitalizadas o en formato electrónico (pagadas) de una tienda en Internet				
K. Descargar copias no oficiales de versiones digitalizadas o en formato electrónico de una tienda en Internet				
L. Descargar desde una fuente en Internet o visualizar en línea una copia no oficial				
M. Comprar una versión no oficial digitalizada / en formato electrónico en CD / memoria USB de un puesto de mercado / vendedor callejero				
N. Comprar una versión no oficial digitalizada / en formato electrónico en CD / memoria USB en un sitio web de subastas				

O. Acceder a la edición digital mediante el uso de un servicio de suscripción por licencia o pago				
P. Recibir por correo-e / copia en disco / memoria USB de un amigo / grupo				
Q. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)				
R. Ninguno de los anteriores / Nunca compra o adquiere libros de texto				

**SI EL ENCUESTADO RESPONDE QUE NUNCA COMPRA LIBROS DE TEXTO EN LA PREGUNTA P5,
PASE A LA PREGUNTA P44 (Sección siguiente)**

[La pregunta siguiente es facultativa – Se incluirá únicamente si la encuesta es una evaluación independiente y no forma parte de un estudio de seguimiento]

PREGUNTA SOBRE CADA MÉTODO UTILIZADO EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES CONFORME A LA PREGUNTA P34b

P35 Piense en la manera en que compra o adquiere libros de texto actualmente en relación con cada método que ha mencionado en la pregunta anterior. ¿Podría decirnos si utiliza ese método para obtener libros de texto en mayor, menor o igual medida que hace 12 meses?

RESPUESTA ÚNICA SEGÚN EL MÉTODO UTILIZADO

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA P34	Menos que hace 12 meses	Más o menos lo mismo que hace 12 meses	Más que hace 12 meses
A. Comprar ejemplares originales impresos de libros de texto en una tienda – en la calle o en Internet			
B. Comprar copias no oficiales impresas de libros de texto en una tienda – en la calle o en Internet			
C. Comprar una fotocopia de una sección específica de un libro de texto en una copistería			
D. Comprar copias impresas no oficiales de libros de texto en un puesto de mercado o a un vendedor callejero			
E. Comprar copias impresas no oficiales de libros de texto en un puesto de mercado o a un vendedor callejero			
F. Comprar libros de texto originales nuevos en un sitio web de subastas			
G. Comprar copias impresas no oficiales de libros de texto nuevos en un sitio web de subastas			
H. Comprar libros de texto de segunda mano			
I. Tomar en préstamo de una biblioteca pública / escolar / universitaria copias impresas o versiones digitales o en formato electrónico			
J. Descargar versiones digitalizadas o en formato electrónico (pagadas) de una tienda en Internet			
K. Descargar copias no oficiales de versiones digitalizadas o en formato electrónico desde una tienda en Internet			
L. Descargar una copia no oficial de una fuente en Internet			
M. Comprar versiones no oficiales digitalizadas / en formato electrónico en CD / memoria USB en un puesto de mercado / vendedor callejero			
N. Comprar versiones no oficiales digitalizadas / en formato electrónico en CD / memoria USB en un sitio web de subastas			
O. Acceder a la edición digital mediante el uso de un servicio de suscripción por licencia o pago			
P. Recibir en streaming / visualizar en línea desde una fuente en Internet			
Q. Recibir por correo-e / copia en disco / memoria USB de un amigo / grupo			
R. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, C, E, G, K, L, M, N o P EN LA PREGUNTA P34b

P36a Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de libros de texto en los 12 últimos meses. ¿Podría decírnos todas las razones por las que ha obtenido libros de texto de esa manera?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, C, E, G, K, L, M, N o P EN LA PREGUNTA P34b

P36b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	P36a Todas las razones	P36b Razón más importante
Oportunidad: tener acceso a los libros de texto antes de que se publiquen en este país		
Ahorrar dinero: obtener los libros de texto a un precio inferior al oficial o de forma gratuita		
Comodidad: conseguir nuevos libros de texto cuando quiera		
Porque a mi juicio los ejemplares oficiales de los libros de texto cuestan demasiado dinero		
Facilidad de uso: porque las copias electrónicas / digitalizadas no oficiales de los libros de texto son más fáciles de manejar y almacenar que las oficiales		
Porque no tengo dinero suficiente para comprar ejemplares oficiales de los libros de texto que quiero		
Comodidad: Porque es más fácil que comprar ejemplares oficiales de libros de texto en una tienda o en Internet		
Porque puedo utilizar en varios dispositivos las copias digitales no oficiales / versiones digitalizadas de libros de texto		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
En ese momento no sabía que estaba obteniendo una copia no oficial – no habría escogido ese tipo de producto si lo hubiese sabido		
Disponibilidad: No puedo encontrar en venta los ejemplares oficiales de los libros de texto que necesito		
Otras razones (Sírvase indicar aquí _____)		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, C, E O G EN LA PREGUNTA P34b (COMPRAR COPIAS IMPRESAS NO OFICIALES)

P37 Ha dicho que ha comprado al menos una copia impresa no oficial de un libro de texto – ¿Podría decirnos todos los tipos de lugares en que ha comprado de esa manera copias no oficiales de artículos en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA RESPECTO DE CADA LUGAR DE COMPRA EN LA PREGUNTA P37

P38 Ha comprado de esa manera ejemplares impresos de libros de texto en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de un ejemplar oficial, y descubrió después que realmente era una copia no oficial al llegar a casa o una vez recibido el ejemplar?

RESPUESTA MÚLTIPLE

Copia impresa no oficial de libros de texto	Comprada en los 12 últimos meses	Comprada creyendo que era oficial
Tienda o comercio minorista		
Copistería		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Minorista por Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO K, M, N EN LA PREGUNTA P34b (COMPRAR UNA DESCARGA NO OFICIAL)

P39 Ha dicho que ha pagado para descargar al menos una copia no oficial de un libro de texto en formato electrónico o digitalizada – ¿Puede decirnos todos los tipos de lugares en que ha comprado de esa manera copias no oficiales de libros de texto en formato electrónico o digitalizadas en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA RESPECTO DE CADA LUGAR DE COMPRA EN LA PREGUNTA P39

P40 Ha comprado de esa manera copias de libros de texto en formato electrónico o digitalizadas en los 12 últimos meses creyendo que se trataba de ejemplares oficiales, y descubrió después que realmente era una copia no oficial al llegar a casa o una vez recibido el producto?

RESPUESTA MÚLTIPLE

Versión no oficial en formato electrónico o digitalizada de libros de texto	Comprada en los 12 últimos meses	Comprada creyendo que era oficial
Tienda o comercio minorista		
Copistería		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Minorista por Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, C, E, G, K, L, M, N o P EN LA PREGUNTA P34b (COMPRAR / UTILIZAR COPIAS NO OFICIALES DE LIBROS DE TEXTO)

P41 Ha dicho que a veces ha obtenido copias no oficiales de libros de texto.

¿Qué opinión tiene de la calidad de las copias no oficiales que ha obtenido de esa manera?

RESPUESTA ÚNICA

La calidad es	Copias no oficiales de libros de texto
Mucho peor que la de un ejemplar oficial	
Un poco peor que la de un ejemplar oficial	
Casi igual que la de un ejemplar oficial	
Un poco mejor que la de un ejemplar oficial	
Mucho mejor que la de un ejemplar oficial	

Pregunta sobre los factores disuasorios

Si se ha de añadir la pregunta sobre los factores disuasorios respecto de la categoría de libros de texto, debería incluirse en este punto; véase más adelante el modelo de pregunta (P45)

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P42a ¿Qué seguro está de poder reconocer si los libros de texto (impresos) ofrecidos a la venta en una tienda u otro comercio en Internet son ejemplares oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P42b ¿Qué seguro está de poder reconocer si un sitio web u otra fuente en Internet que ofrece a la venta libros de texto (impresos) está ofreciendo ejemplares oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P42c ¿Qué seguro está de poder reconocer si los libros de texto (impresos) ofrecidos a la venta en un sitio web de subastas son ejemplares oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

Libros de texto – copias impresas	P42a Tienda o puesto de mercado	P42b Comercio minorista en Internet	P42c Sitio web de subastas
Muy seguro			
Ligeramente seguro			
No especialmente seguro			
Nada seguro			
No sabe			

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P43a ¿Qué seguro está de poder reconocer si las versiones electrónicas y digitalizadas de los libros de texto ofrecidas a la venta en una tienda o en un puesto de mercado son ejemplares oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P43b ¿Qué seguro está de poder reconocer si un servicio o sitio web particular que ofrece a la venta versiones electrónicas y digitalizadas de libros de texto está ofreciendo ejemplares oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES**

P43c ¿Qué seguro está de poder reconocer si las versiones electrónicas y digitalizadas de los libros de texto ofrecidas a la venta en un sitio web de subastas son ejemplares oficiales o copias no oficiales?

RESPUESTA ÚNICA

Libros de texto – versiones digitales	P43a Tienda o puesto de mercado	P43b Comercio minorista en Internet	P43c Sitio web de subastas
Muy seguro			
Ligeramente seguro			
No especialmente seguro			
Nada seguro			
No sabe			

Sección sobre las actitudes respecto de la piratería

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P44 A continuación le mostraremos una serie de afirmaciones que han hecho algunas personas en relación con el tema de comprar y obtener libros que se leen por placer, artículos académicos y libros de texto, incluidas las versiones impresas, los audiolibros, los libros electrónicos y otras ediciones digitalizadas. Le agradeceríamos que nos indicara si está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las frases siguientes. En una escala del 1 al 10, si está totalmente de acuerdo, ponga 10. Si está completamente en desacuerdo, ponga 1; utilice la escala para indicar en qué medida está de acuerdo con cada frase.

UNA ÚNICA RESPUESTA POR FRASE

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DE LAS FRASES	Totalmente en desacuerdo 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Totalmente de acuerdo 10	No sabe o no tiene experiencia al respecto
Hay tantas maneras de tomar prestados ejemplares oficiales de libros y libros electrónicos de amigos o bibliotecas que no es necesario utilizar copias no oficiales											

Módulo sobre programas informáticos

Si se incluye el módulo sobre programas informáticos en la encuesta, debe añadirse en este punto. Véase el documento aparte

Sección sobre los factores disuasorios

Esta pregunta se puede hacer de manera general a los que participan en cualquier forma de comportamiento infractor de todas las categorías, o se puede hacer sobre cada una de las categorías. Si se va a preguntar sobre cada una de las categorías, debería incluirse dentro de la sección correspondiente a cada categoría inmediatamente después de la pregunta sobre la calidad de los productos infractores en comparación con la de los productos auténticos, y la redacción debería modificarse ligeramente para dejar claro que la pregunta solo se refiere al comportamiento respecto de esa categoría. Si la pregunta se hace en relación con cada categoría, es esencial añadir una instrucción antes de la pregunta indicando que solo debería preguntarse a las personas que participan en comportamientos infractores dentro de esa categoría.

Sin embargo, se recomienda conservar solo la pregunta genérica que aparece más adelante para evitar repeticiones excesivas y que la entrevista tenga una duración demasiado larga.

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE ACCEDAN A COPIAS NO OFICIALES DE LIBROS/ARTÍCULOS, IMPRESOS O EN LÍNEA, MEDIANTE STREAMING O DESCARGA

PREGUNTAR SI EL ENCUESTADO RESPONDE A ALGUNA DE LAS SIGUIENTES RESPUESTAS:
RESPUESTAS B, D, F, K, L, M, N, P o Q EN LA PREGUNTA P6b (COPIAS NO OFICIALES DE LIBROS)
RESPUESTAS B, C, E, G, J, K o L EN LA PREGUNTA 16b (COPIAS NO OFICIALES DE AUDIOLIBROS)
RESPUESTAS B, D, F, L, M, N, O o Q EN LA PREGUNTA P24b (COPIAS NO OFICIALES DE ARTÍCULOS ACADÉMICOS)
RESPUESTAS B, C, E, G, K, L, M, N o P EN LA PREGUNTA P34b (COPIAS NO OFICIALES DE LIBROS DE TEXTO)

P45 Ha dicho que a veces ha tenido acceso a copias no oficiales de libros que lee por placer, artículos académicos o libros de texto, por ejemplo, copias impresas, audiolibros, libros electrónicos y otras versiones digitalizadas. **[borre las categorías que no correspondan].**

¿Qué le animaría a dejar de comprar, descargar o tener acceso a copias no oficiales en Internet o acceder a ellas?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN, EXCEPTO EN LOS TRES ÚLTIMOS CASOS, QUE SIEMPRE IRÁN AL FINAL

Que los ejemplares / servicios oficiales fueran más baratos

Que los ejemplares / servicios oficiales fueran más cómodos

- Que las tiendas oficiales / los servicios en línea tuvieran una mayor gama de productos
- Que todo lo que quiero estuviera disponible mediante las tiendas/los servicios oficiales tan pronto como estuviera disponible en los demás lugares
- Que pensara que podrían demandarme
- Que pensara que van a descubrirme
- Que todo el mundo dejara de hacerlo
- Que mi proveedor de servicios de Internet me enviara una carta diciendo que mi cuenta ha sido usada para descargar copias no oficiales o acceder a ellas
- Que mi proveedor de servicios de Internet me enviara una carta diciendo que van a limitar mi velocidad de Internet
- Que mi proveedor de servicios de Internet me enviara una carta diciendo que van a cancelar mi acceso a Internet
- Que atraparan a mis amigos o familiares descargando copias no oficiales en Internet o accediendo a ellas
- Que hubiera artículos en los medios de comunicación sobre personas demandadas por descargar copias no oficiales o acceder a ellas
- Que estuviera más claro qué es oficial y qué no lo es
- Que tuviera mejor información sobre cómo averiguar si algo es oficial o no
- No descargo ni descargaría conscientemente copias no oficiales ni tampoco accedo ni accedería conscientemente a ellas
- Otras razones (Sírvase indicar aquí _____)
- Nada haría que dejara de descargar copias no oficiales o de acceder a ellas

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P46 Piense en los servicios de Internet que ofrecen acceso para descargar o ver en línea ejemplares de libros o artículos académicos. ¿Qué medidas podrían adoptar esa clase de servicios para convencerle de que el contenido disponible es oficial?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DE LOS ATRIBUTOS

- El servicio es suministrado por una empresa o marca conocida o de prestigio
- Presencia de una aprobación o de un sistema de acreditación gubernamental
- Que existiera una norma o símbolo del sector que mostrara que es oficial
- Presencia de medidas de seguridad en el sitio web (pago, certificados, cláusulas, contraseñas, etc.)
- Que el sitio web afirmara de forma clara que proporciona contenido oficial
- Que hubiera un sitio web o una organización a la que pudiera acceder para comprobar la lista de sitios autorizados a vender contenido oficial
- Respaldo de la industria editorial
- Respaldo de los autores

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P47 ¿Qué otros aspectos de un sitio web o un servicio de Internet le ayudan a decidir si el contenido o los productos disponibles son oficiales o no?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DE LOS ATRIBUTOS

- Tener que pagar por el contenido que se ofrece
- El precio de los productos y servicios a la venta
- Que mi programa de seguridad de Internet me deje visitar el sitio
- Estoy seguro de que el contenido es oficial
- Que el sitio no contenga anuncios emergentes que invaden la privacidad, etc.
- Porque está ahí. No se permitiría si el contenido disponible no fuera oficial
- Se sabe cuándo es oficial el contenido, es de sentido común
- Averiguaciones que he hecho sobre la empresa

- Confío en las indicaciones de terceros, en el "boca a boca" o en reseñas
- Calidad o apariencia profesional del sitio web
- Comentarios de los consumidores sobre los productos a la venta
- Ninguno / No lo sé [Estas dos siempre van al final]
- No me importa si es oficial o no [Estas dos siempre van al final]

Sección sobre la eficacia de las campañas de lucha contra la falsificación y la piratería en los medios de comunicación

Si fuera necesario, las preguntas de la sección de evaluación de la eficacia de la campaña en los medios de comunicación deberían añadirse al documento del cuestionario en este punto. Véase el documento aparte

Añadir las preguntas demográficas finales

Al final de la encuesta se suelen añadir algunas preguntas demográficas o de clasificación. En un documento aparte figuran ejemplos de esas preguntas.

Agradecer al encuestado su colaboración y concluir la entrevista

PRESENTACIÓN / LECTURA: “*Gracias por su tiempo y su participación. La encuesta ha terminado.*”

PLANTILLA DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA SOBRE PRODUCTOS DE CONSUMO

PRESENTACIÓN / LECTURA: "Hola. Muchas gracias por participar en esta encuesta. Soy de [insertar el nombre de la agencia] y nos gustaría hacerle algunas preguntas sobre la compra de productos de alimentación y otros productos que es posible que compre en la calle.

Permítame asegurarle que esta es una investigación legítima y que sus respuestas serán tratadas con total confidencialidad. [Añadir información sobre la normativa que rige la labor del organismo de investigación nacional]"

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P1a ¿Podría decirnos su edad?

PREGUNTAR SI EL ENCUESTADO SE NIEGA A INDICAR SU EDAD EN LA PREGUNTA 1a

P1b ¿Podría indicar en qué grupo de edad se encuentra usted?

RESPUESTA ÚNICA

Ejemplo A	Ejemplo B	Ejemplo C
13 o menos [CONCLUIR]	13 o menos [CONCLUIR]	13 o menos [CONCLUIR]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70+	55+
55-59		
60-64		
65+		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P2 Usted es...

RESPUESTA ÚNICA

[Nota: El entrevistador completa la siguiente información mediante observación si la encuesta se realiza en persona]

Hombre.....

Mujer.....

Prefiero no responder.....

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P3 Situación laboral

RESPUESTA ÚNICA

Trabajo a tiempo completo (más de 35 horas a la semana)

Trabajo a tiempo parcial

Amo/a de casa.....

Estudiante

Jubilado

Sin trabajo

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P4 ¿En cuál de las siguientes regiones vive?

RESPUESTA ÚNICA

Región 1

Región 2

Región 3

Región 4

Región 5

Región 6

Región 7

Región 8

Región 9

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P5 En primer lugar, ¿qué papel desempeña en la compra de productos de alimentación para su hogar?

RESPUESTA ÚNICA

Soy el comprador principal, en solitario o conjuntamente con otra persona de mi hogar

Solo compro para reponer las existencias

Raramente / nunca tomo parte en la compra de productos de alimentación para el hogar

VERIFICACIÓN DE LOS REQUISITOS DE CUOTA

COMPRUEBE QUE EL ENCUESTADO CUMPLE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS PARA SU SELECCIÓN.

SI EL ENCUESTADO **NO** CUMPLE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS, AGRADEZCALE SU COLABORACIÓN Y CONCLUYA LA ENTREVISTA.

SI EL ENCUESTADO **SÍ** CUMPLE LOS REQUISITOS, SIGA CON LA PARTE PRINCIPAL DEL CUESTIONARIO.

Encuesta principal – Uso por categoría

PRESENTACIÓN / LECTURA: “Esta encuesta trata de los productos que es posible que usted o su familia compren en el supermercado o en una tienda...”

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P6 ¿Cuál de los productos siguientes ha comprado para sí mismo o para su familia en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR / ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LOS PRODUCTOS

- Discos de DVD o Blu-ray
- CD de música
- Ropa
- Cosméticos
- Cigarrillos
- Productos de alimentación como galletas o cereales para el desayuno
- Bebidas alcohólicas, por ejemplo, vodka o whisky
- Vino o cerveza
- Pasteles envasados
- Medicamentos
- Productos dietéticos o para la salud, por ejemplo, comprimidos vitamínicos
- Ropa de diseño
- Productos de tocador, por ejemplo desodorantes, champús o acondicionadores
- Bebidas refrescantes
- Detergente en polvo u otro tipo de detergente
- Productos para la limpieza del hogar
- Accesorios y cargadores de teléfono móvil
- Herramientas eléctricas
- Pequeños artículos eléctricos para el hogar
- Recambios de automóvil (piezas de repuesto o de mejora)
- Cartuchos de tinta
- Libros (para leer por placer)
- Audiolibros

PRESENTACIÓN / LECTURA: “La siguiente pregunta trata de los productos falsificados; esos productos que se fabrican y empaquetan de tal manera que parece que han sido producidos por una marca o un fabricante notoriamente conocidos, pero que de hecho han sido fabricados por otros. No hablamos de los productos de marca propia, sino de los que se venden con un embalaje en el que se afirma que han sido fabricados por una marca notoriamente conocida, cuando de hecho son copias fabricadas por terceros. Tenga presente que estamos realizando una investigación legítima: lo que nos interesa es determinar en qué medida están disponibles los productos falsificados y sus respuestas se mantendrán en la más absoluta confidencialidad.”

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P7a ¿Cuáles de estas categorías de productos conocía ya en cuanto que productos disponibles en forma de falsificaciones?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS CONOCIDAS EN LA PREGUNTA 7a

P7b ¿Ha visto productos falsificados a la venta en alguna de esas categorías en los 12 últimos meses, incluidos los productos que se venden en las tiendas, en Internet o en los mercados?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS CONOCIDAS EN LA PREGUNTA 7a

P7c ¿Ha comprado productos falsificados de alguna de esas categorías en los 12 últimos meses, independientemente de que supiera que se trataba de productos falsificados cuando los compró?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE CADA CATEGORÍA DE PRODUCTOS FALSIFICADOS COMPRADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA 7c

P7d Cuando compró los productos falsificados **[LEER / MOSTRAR EL PRODUCTO]** ¿sabía antes de comprarlos que se trataba de productos falsificados?

UNA ÚNICA RESPUESTA POR CATEGORÍA

PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS COMPRADAS SIN SABERLO EN LA PREGUNTA 7d

P7e Acaba de decirnos que ha comprado productos falsificados en los 12 últimos meses sin saber que se trataba de ese tipo de productos. ¿Podría decirnos si en el caso de estos productos **[LEER / MOSTRAR CATEGORÍA]**, los hubiera comprado de haber sabido en aquel momento que se trataba de productos falsificados?

UNA ÚNICA RESPUESTA POR CATEGORÍA

[Se pueden añadir otras categorías de productos a esta lista en caso necesario]

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN / LECTURA DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA 6	P7a Conoce	P7b Ha visto que se venden	P7c Ha comprado productos falsificados en los 12 últimos meses	P7d Sabía que eran productos falsificados al comprarlos	P7e Los hubiera comprado en cualquier caso
Discos de DVD o Blu-ray				Sí / No	Sí / No
CD de música				Sí / No	Sí / No
Ropa				Sí / No	Sí / No
Cosméticos				Sí / No	Sí / No
Cigarrillos				Sí / No	Sí / No
Productos de alimentación como galletas o cereales para el desayuno				Sí / No	Sí / No
Bebidas alcohólicas, por ejemplo, vodka o whisky				Sí / No	Sí / No
Vino o cerveza				Sí / No	Sí / No
Pasteles envasados				Sí / No	Sí / No
Medicamentos				Sí / No	Sí / No
Productos dietéticos o para la salud, por ejemplo, comprimidos vitamínicos				Sí / No	Sí / No
Ropa de diseño				Sí / No	Sí / No
Productos de tocador, por ejemplo, desodorantes, champús o acondicionadores				Sí / No	Sí / No
Bebidas refrescantes				Sí / No	Sí / No
Detergente en polvo u otro tipo de detergente				Sí / No	Sí / No
Productos para la limpieza del hogar				Sí / No	Sí / No
Accesorios y cargadores de teléfono móvil				Sí / No	Sí / No
Herramientas eléctricas				Sí / No	Sí / No
Pequeños artículos eléctricos para el hogar				Sí / No	Sí / No
Recambios de automóvil				Sí / No	Sí / No
Cartuchos de tinta				Sí / No	Sí / No
Libros (para leer por placer)				Sí / No	Sí / No
Audiolibros				Sí / No	Sí / No
Ninguno de los anteriores					

SI EL ENCUESTADO NO HA COMPRADO PRODUCTOS FALSIFICADOS EN LA PREGUNTA 7c, PASE A LA PREGUNTA 9

[La pregunta siguiente es facultativa – Se incluirá únicamente si la encuesta es una evaluación independiente y no forma parte de un estudio de seguimiento]

PREGUNTA SOBRE CADA PRODUCTO MENCIONADO EN LA PREGUNTA 7d (COMPRADO EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES SABIENDO QUE ERA UN PRODUCTO FALSIFICADO)

P8 Ha dicho que ha comprado conscientemente productos falsificados en los 12 últimos meses. En relación con cada tipo de producto que ha comprado, ¿podría decírnos si actualmente compra ese tipo de productos falsificados en mayor, menor o igual medida que hace 12 meses?

RESPUESTA ÚNICA SEGÚN EL TIPO DE PRODUCTO

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN / LECTURA DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA 6	Compra menos que hace 12 meses	Compra más o menos lo mismo que hace 12 meses	Compra más que hace 12 meses
Discos de DVD o Blu-ray			
CD de música			
Ropa			
Cosméticos			
Cigarrillos			
Productos de alimentación como galletas o cereales para el desayuno			
Bebidas alcohólicas, por ejemplo, vodka o whisky			
Vino o cerveza			
Pasteles envasados			
Medicamentos			
Productos dietéticos o para la salud, por ejemplo, comprimidos vitamínicos			
Ropa de diseño			
Productos de tocador, por ejemplo, desodorantes, champús o acondicionadores			
Bebidas refrescantes			
Detergente en polvo u otro tipo de detergente			
Productos para la limpieza del hogar			
Accesorios y cargadores de teléfono móvil			
Herramientas eléctricas			
Pequeños artículos eléctricos para el hogar			
Recambios de automóvil			
Cartuchos de tinta			
Libros (para leer por placer)			
Audiolibros			

**PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS QUE SE HAN VISTO A LA VENTA EN LA PREGUNTA 7b
– SI NO SE HA VISTO NINGUNA, PASE A LA PREGUNTA 13**

P9 Ha dicho que ha visto versiones falsificadas de productos **[LEER / MOSTRAR LAS CATEGORÍAS DE LA PREGUNTA 7b]** a la venta en los 12 últimos meses. ¿Podría decirnos todos los lugares en que ha visto a la venta esos productos?

RESPUESTA MÚLTIPLE

[Se pueden añadir otras categorías de puestos de venta a estas preguntas, según convenga en función del territorio, por ejemplo, los quioscos]

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN / LECTURA DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA 6	Tienda o comercio minorista	Puesto de mercado, incluidos los informales	Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares	De un amigo o colega	Tienda en Internet	Sitio web de subastas	En el extranjero / de vacaciones	Ninguno de los anteriores
Discos de DVD o Blu-ray								
CD de música								
Ropa								
Cosméticos								
Cigarrillos								
Productos de alimentación como galletas o cereales para el desayuno								
Bebidas alcohólicas, por ejemplo, vodka o whisky								
Vino o cerveza								
Pasteles envasados								
Medicamentos								
Productos dietéticos o para la salud, por ejemplo, comprimidos vitamínicos								
Ropa de diseño								
Productos de tocador, por ejemplo, desodorantes, champús o acondicionadores								
Bebidas refrescantes								
Detergente en polvo u otro tipo de detergente								
Productos para la limpieza del hogar								
Accesorios y cargadores de teléfono móvil								
Herramientas eléctricas								
Pequeños artículos eléctricos para el hogar								
Recambios de automóvil								
Cartuchos de tinta								
Libros (para leer por placer)								
Audiolibros								

SI EL ENCUESTADO NO HA COMPRADO PRODUCTOS FALSIFICADOS EN LA PREGUNTA 7c, PASE A LA PREGUNTA 13

PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS DE PRODUCTOS COMPRADOS CONSCIENTEMENTE EN LA PREGUNTA 7d

P10a Ha dicho que ha comprado conscientemente versiones falsificadas de productos **[LEER / MOSTRAR LAS CATEGORÍAS]** en los 12 últimos meses. ¿Podría decírnos todos los lugares en que ha comprado esos productos?

RESPUESTA MÚLTIPLE POR CATEGORÍA DE PRODUCTO COMPRADO CONSCIENTEMENTE

[Se pueden añadir otras categorías de puestos de venta a estas preguntas, según convenga en función del territorio, por ejemplo, los quioscos]

PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS DE PRODUCTOS COMPRADOS INCONSCIENTEMENTE EN LA PREGUNTA 7d

P10b Ha dicho que ha comprado versiones falsificadas de productos [\[LEER / MOSTRAR LAS CATEGORÍAS\]](#) en los 12 últimos meses sin darse cuenta en aquel momento de que se trataba de falsificaciones. ¿Podría decírnos todos los lugares en que ha comprado sin saberlo esos productos en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

[Se pueden añadir otras categorías de puestos de venta a estas preguntas, según convenga en función del territorio, por ejemplo, los quioscos]

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN MENCIONADO AL MENOS UN TIPO DE PRODUCTO EN LA PREGUNTA 7d (HA COMPRADO CONSCIENTEMENTE) O QUE HAYAN RESPONDIDO AFIRMATIVAMENTE RESPECTO DE AL MENOS UNO DE LOS PRODUCTOS DE LA PREGUNTA 7e (LO HABRÍA COMPRADO EN CUALQUIER CASO)

P11a Ha dicho que ha comprado conscientemente productos de alimentación falsificados que se pueden comprar en la calle, o que seguiría comprándolos aunque supiera que se trate de falsificaciones. ¿Podría decirnos todas las razones por las que compraría esa clase de productos falsificados?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN MENCIONADO AL MENOS UN TIPO DE PRODUCTO EN LA PREGUNTA 7d (HA COMPRADO CONSCIENTEMENTE) O QUE HAYAN RESPONDIDO AFIRMATIVAMENTE RESPECTO DE AL MENOS UN PRODUCTO DE LA PREGUNTA 7e (LO HABRÍA COMPRADO EN CUALQUIER CASO)

P11b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	P11a Todas las razones	P11b Razón más importante
Ahorrar dinero: obtener productos de marca a un precio inferior al de los productos auténticos		
Comodidad: conseguir los productos cuando quiera		
Porque a mi juicio los productos de marca auténticos son demasiado caros		
Porque no tengo suficiente dinero para comprar productos de marca auténticos		
Comodidad: porque es más fácil que comprar productos de marca auténticos de una tienda o en Internet		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
Otras razones (Sírvase indicar aquí _____)		

PREGUNTA PARA TODOS QUIENES HAYAN COMPRADO AL MENOS UN TIPO DE PRODUCTO DE LA PREGUNTA 7c (HA COMPRADO PRODUCTOS FALSIFICADOS)

PREGUNTA SOLO RESPECTO DE LOS TIPOS DE PRODUCTOS QUE EL ENCUESTADO HA COMPRADO EN LA PREGUNTA 7c

P12 Ha dicho que ha comprado algún producto falsificado en los 12 últimos meses. Piense en general en la calidad de cada tipo de producto falsificado que haya comprado. ¿Podría decirnos qué calidad tienen los productos falsificados en comparación con la de los productos auténticos? Nos interesa saber su opinión personal acerca de la calidad.

RESPUESTA ÚNICA POR PRODUCTO

MOSTRAR / PREGUNTAR ÚNICAMENTE LAS CATEGORÍAS RESPECTO DE LAS QUE EL ENCUESTADO HA COMPRADO PRODUCTOS FALSIFICADOS

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN / LECTURA DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA 6	<i>La calidad es...</i>				
	Mucho peor que la de los productos auténticos	Un poco peor que la de los productos auténticos	Más o menos la misma que la de los productos auténticos	Un poco mejor que la de los productos auténticos	Mucho mejor que la de los productos auténticos
Discos de DVD o Blu-ray					
CD de música					
Ropa					
Cosméticos					
Cigarrillos					
Productos de alimentación como galletas o cereales para el desayuno					
Bebidas alcohólicas, por ejemplo, vodka o whisky					
Vino o cerveza					
Pasteles envasados					
Medicamentos					
Productos dietéticos o para la salud, por ejemplo, comprimidos vitamínicos					
Ropa de diseño					
Productos de tocador, por ejemplo, desodorantes, champús o acondicionadores					
Bebidas refrescantes					
Detergente en polvo u otro tipo de detergente					
Productos para la limpieza del hogar					
Accesorios y cargadores de teléfono móvil					
Herramientas eléctricas					
Pequeños artículos eléctricos para el hogar					
Recambios de automóvil					
Cartuchos de tinta					
Libros (para leer por placer)					
Audiolibros					

Sección sobre las actitudes respecto de los productos falsificados

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P13 A continuación voy a mostrarle una serie de afirmaciones que han hecho algunas personas en relación con las versiones falsificadas de productos que podría comprar en un supermercado o tienda, por ejemplo, productos de alimentación, bebidas alcohólicas, cosméticos y productos de belleza, productos de limpieza del hogar o pequeños artículos eléctricos. [Es posible que se tenga que ajustar la redacción teniendo en cuenta el territorio y la prevalencia de los productos falsificados]. Le agradeceríamos que nos indicara si está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las frases siguientes. En una escala del 1 al 10, si está totalmente de acuerdo, ponga 10. Si está completamente en desacuerdo, ponga 1; utilice la escala para indicar en qué medida está de acuerdo con cada frase.

UNA ÚNICA RESPUESTA POR FRASE

ACTITUDES ESPECÍFICAS RESPECTO DE CADA SECTOR MOSTRAR SIEMPRE AL FINAL	Totalmente en desacuerdo 1	Totalmente de acuerdo 10									No sabe o no tiene experiencia al respecto
		2	3	4	5	6	7	8	9		
Estoy en contra de ello / Pienso que está mal comprar productos falsificados											
Las productos de alimentación falsificados están teniendo un efecto negativo importante en la industria alimentaria											
Las falsificaciones de [INSERTAR EL TIPO DE PRODUCTO] están teniendo un efecto negativo importante en el sector [INSERTAR EL NOMBRE DEL SECTOR]											

[Se pueden añadir otras declaraciones sobre la actitud, según convenga, para abarcar otros sectores / tipos de productos específicos. Le rogamos mencionar un máximo de cinco sectores para evitar que se canse el encuestado]

Módulo sobre programas informáticos

Si se incluye el módulo sobre programas informáticos en la encuesta, debe añadirse en este punto. Véase el documento aparte

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN COMPRADO AL MENOS UN TIPO DE PRODUCTO DE LA PREGUNTA 7c (HA COMPRADO PRODUCTOS FALSIFICADOS)

P14 Ha dicho que ha comprado algunos productos falsificados en los 12 últimos meses. Piense de manera general en esa clase de productos. ¿Qué le animaría a dejar de comprar esas copias no oficiales y pasar a comprar los productos de marca auténticos?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN, EXCEPTO EN LOS TRES ÚLTIMOS CASOS, QUE SIEMPRE IRÁN AL FINAL

- Que las marcas auténticas fueran más baratas
- Que hubiera disponible una gama más amplia de marcas auténticas en establecimientos comerciales cercanos
- Que pensara que van a descubrirme comprado productos falsificados
- Que pensara que van a demandarme por comprar productos falsificados
- Que todo el mundo dejara de hacerlo
- Que resultara mucho más difícil encontrar a la venta productos falsificados
- Que atraparan / demandaran a mis amigos o familiares por comprar productos falsificados
- Que hubiera artículos en los medios de comunicación sobre personas demandadas por comprar productos falsificados
- Que estuviera más claro qué es auténtico y qué no lo es
- Que tuviera mejor información sobre cómo averiguar si algo es auténtico o no
- No compro / compraría conscientemente productos falsificados
- Otras razones (Sírvase indicar aquí _____)
- Nada haría que dejara de comprar productos falsificados

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P15 Piense en los sitios de Internet que venden la clase de productos que podría comprar en un supermercado o tienda de la calle. ¿Qué medidas podrían adoptar esa clase de sitios web para convencerle de que los productos disponibles son auténticos?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DE LOS ATRIBUTOS

- El servicio es suministrado por una empresa o marca conocida o de prestigio
- Presencia de una aprobación o de un sistema de acreditación gubernamental.....
- Que existiera una norma o símbolo del sector que mostrara que es oficial
- Presencia de medidas de seguridad en el sitio web (pago, certificados, cláusulas, contraseñas, etc.)
- Que el sitio web afirmara de forma clara que proporciona productos de marca auténticos.....
- Que hubiera un sitio web o una organización a la que pudiera acceder para comprobar la lista de sitios autorizados para vender productos de marca auténticos.....
- Respaldo de determinados diseñadores y marcas.....

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P16 ¿Qué otros aspectos de un sitio web o un servicio de Internet le ayudan a decidir si los productos disponibles son auténticos o no?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN DE LOS ATRIBUTOS

- El precio de los productos y servicios a la venta
- Que mi programa de seguridad de Internet me deje visitar el sitio sin hacer advertencias
- Estoy seguro de que los productos son auténticos
- Que el sitio no contenga anuncios emergentes que invaden la privacidad, etc...
- Se sabe cuándo es auténtico el producto, es de sentido común
- Averiguaciones que he hecho sobre la empresa del sitio web
- Confío en las indicaciones de terceros, en el "boca a boca" o en reseñas
- Calidad o apariencia profesional del sitio web
- Comentarios de los consumidores sobre los productos a la venta.....
- Ninguno / No lo sé [Estos dos siempre van al final]
- No me importa si es oficial o no [Estos dos siempre van al final]

Sección sobre la eficacia de las campañas de lucha contra la falsificación y la piratería en los medios de comunicación

Si fuera necesario, las preguntas de la sección de evaluación de la eficacia de la campaña en los medios de comunicación deberían añadirse al documento del cuestionario en este punto. Véase el documento aparte

Añadir las preguntas demográficas finales

Al final de la encuesta se suelen añadir algunas preguntas demográficas o de clasificación. En un documento aparte figuran ejemplos de esas preguntas.

Agradecer al encuestado su colaboración y concluir la entrevista

PRESENTACIÓN / LECTURA: *“Gracias por su tiempo y su participación. La encuesta ha terminado.”*

PLANTILLA DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA SOBRE ARTÍCULOS DE LUJO Y ROPA

PRESENTACIÓN / LECTURA: "Hola. Muchas gracias por participar en esta encuesta. Soy de [insertar el nombre de la agencia] y nos gustaría hacerle algunas preguntas sobre la compra de ropa y otros artículos de moda que es posible que usted compre, ya sea para sí mismo o para su familia, por Internet o en las cadenas de moda."

Permítame asegurarle que esta es una investigación legítima y que sus respuestas serán tratadas con total confidencialidad. [Añadir información sobre la normativa que rige la labor del organismo de investigación nacional]"

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P1a ¿Podría decirnos su edad?

PREGUNTAR SI EL ENCUESTADO SE NIEGA A INDICAR SU EDAD EN LA PREGUNTA 1a

P1b ¿Podría indicar en qué grupo de edad se encuentra usted?

RESPUESTA ÚNICA

Ejemplo A	Ejemplo B	Ejemplo C
13 o menos [CONCLUIR]	13 o menos [CONCLUIR]	13 o menos [CONCLUIR]
14-17	14-17	14-17
18-24	18-24	18-20
25-29	25-29	21-25
30-34	30-39	26-30
35-39	40-49	31-35
40-44	50-59	36-45
45-49	60-69	46-54
50-54	70+	55+
55-59		
60-64		
65+		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P2 Usted es...

RESPUESTA ÚNICA

[Nota: El entrevistador completa la siguiente información mediante observación si la encuesta se realiza en persona]

Hombre.....

Mujer

Prefiero no responder

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P3 Situación laboral

RESPUESTA ÚNICA

Trabajo a tiempo completo (más de 35 horas a la semana)

Trabajo a tiempo parcial

Amo/a de casa.....

Estudiante

Jubilado

Sin trabajo

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P4 ¿En cuál de las siguientes regiones vive?

RESPUESTA ÚNICA

Región 1

Región 2

Región 3

Región 4

Región 5

Región 6

Región 7

Región 8

Región 9

VERIFICACIÓN DE LOS REQUISITOS DE CUOTA

COMPRUEBE QUE EL ENCUESTADO CUMPLE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS PARA SU SELECCIÓN.

SI EL ENCUESTADO **NO** CUMPLE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS, AGRADÉZCALE SU COLABORACIÓN Y CONCLUYA LA ENTREVISTA.

SI EL ENCUESTADO **SÍ** CUMPLE LOS REQUISITOS, SIGA CON LA PARTE PRINCIPAL DEL CUESTIONARIO.

Encuesta principal – Uso por categoría

PRESENTACIÓN / LECTURA: “*Esta encuesta trata de los productos que es posible que usted compre, ya sea para sí mismo o para su familia, por Internet o en las cadenas de moda, entre otros, ropa y artículos de moda como perfumes, calzado y bolsos y carteras*”

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P5 ¿Cuál de los productos siguientes ha comprado para sí mismo o para su familia en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR / ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LOS PRODUCTOS

- Calzado
- Bolsos/Carteras
- Ropa de diseño
- Perfumes
- Relojería
- Cosméticos o maquillaje
- Bisutería y joyería
- Ropa de cadenas de moda
- Ropa sin marca o de marca propia, por ejemplo, de supermercados
- Ropa interior, lencería de diseño

PRESENTACIÓN / LECTURA: “*La siguiente pregunta trata de los productos falsificados; esos productos que se fabrican y empaquetan de tal manera que parece que han sido producidos por una marca o un fabricante notoriamente conocidos, pero que de hecho han sido fabricados por otros. Muchos de los productos que acaba de decirnos que ha comprado en los 12 últimos meses, así como los productos de marca auténticos, también están disponibles en forma de productos falsificados. Tenga presente que estamos realizando una investigación legítima: lo que nos interesa es determinar en qué medida están disponibles los productos falsificados y sus respuestas se mantendrán en la más absoluta confidencialidad.*”

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P6a ¿Cuáles de estas categorías de productos conocía ya en cuanto que productos disponibles en forma de falsificaciones?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS CONOCIDAS EN LA PREGUNTA 6a

P6b ¿Ha visto productos falsificados a la venta en alguna de esas categorías en los 12 últimos meses, incluidos los productos que se venden en las tiendas, en Internet o en los mercados?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS CONOCIDAS EN LA PREGUNTA 6a

P6c ¿Ha comprado productos falsificados de alguna de esas categorías en los 12 últimos meses, independientemente de que supiera que se trataba de productos falsificados cuando los compró?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE CADA CATEGORÍA DE PRODUCTOS FALSIFICADOS COMPRADOS EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES EN LA PREGUNTA Error! Reference source not found.c

P6d Cuando compró los productos falsificados [LEER / MOSTRAR EL PRODUCTO] ¿sabía antes de comprarlos que se trataba de productos falsificados?

UNA ÚNICA RESPUESTA POR CATEGORÍA

PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS COMPRADAS SIN SABERLO EN LA PREGUNTA 6d

P6e Acaba de decirnos que ha comprado productos falsificados en los 12 últimos meses sin saber que se trataba de ese tipo de productos. ¿Podría decirnos en el caso de [LEER/ MOSTRAR CATEGORÍA], si los hubiera comprado de haber sabido en aquel momento que se trataba de productos falsificados?

UNA ÚNICA RESPUESTA POR CATEGORÍA

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN / LECTURA DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA P5	PError! Reference source not found.a Conoce	P6b Ha visto que se venden	P6c Ha comprado productos falsificados en los 12 últimos meses	P6d Sabía que eran productos falsificados al comprarlos	PError! Reference source not found.e Los hubiera comprado en cualquier caso
Calzado				Sí / No	Sí / No
Bolsos/carteras				Sí / No	Sí / No
Ropa de diseño				Sí / No	Sí / No
Perfumes				Sí / No	Sí / No
Relojería				Sí / No	Sí / No
cosméticos o maquillaje				Sí / No	Sí / No
Bisutería y joyería				Sí / No	Sí / No
Ropa de cadenas de moda				Sí / No	Sí / No
Ropa interior/lencería de marca				Sí / No	Sí / No
Ninguno de los anteriores					

SI EL ENCUESTADO NO HA COMPRADO PRODUCTOS FALSIFICADOS DE LA PREGUNTA 6c, PASE A LA PREGUNTA 8

[La pregunta siguiente es facultativa – Se incluirá únicamente si la encuesta es una evaluación independiente y no forma parte de un estudio de seguimiento]

PREGUNTA SOBRE CADA PRODUCTO MENCIONADO EN LA PREGUNTA 6d (COMPRADO EN LOS 12 ÚLTIMOS MESES SABIENDO QUE ERA UN PRODUCTO FALSIFICADO)

P6 Ha dicho que ha comprado conscientemente productos falsificados en los 12 últimos meses. En relación con cada tipo de producto que ha comprado, ¿podría decirnos si actualmente compra ese tipo de productos falsificados en mayor, menor o igual medida que hace 12 meses?

RESPUESTA ÚNICA SEGÚN EL TIPO DE PRODUCTO

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN / LECTURA DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA P5	Compra menos que hace 12 meses	Compra más o menos lo mismo que hace 12 meses	Compra más que hace 12 meses
Calzado			
Bolsos/carteras			
Ropa de diseño			
Perfumes			
Relojería			
Cosméticos o maquillaje			
Bisutería y joyería			
Ropa interior/lencería de diseño			

**PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS QUE SE HAN VISTO A LA VENTA EN LA PREGUNTA 6b
– SI NO SE HA VISTO NINGUNA, PASE A LA PREGUNTA 12**

P7 Ha dicho que ha visto versiones falsificadas de [LEER / MOSTRAR LAS CATEGORÍAS DE LA PREGUNTA 6b] a la venta en los 12 últimos meses. ¿Podría decírnos todos los lugares en que ha visto a la venta esos productos?

RESPUESTA MÚLTIPLE

[Se pueden añadir otras categorías de puestos de venta a estas preguntas, según convenga en función del territorio, por ejemplo, los quioscos]

SI EL ENCUESTADO NO HA COMPRADO PRODUCTOS FALSIFICADOS EN LA PREGUNTA Error!

Reference source not found.c, PASE A LA PREGUNTA P

PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS DE PRODUCTOS COMPRADOS CONSCIENTEMENTE EN LA PREGUNTA

P9a Ha dicho que ha comprado conscientemente versiones falsificadas de [LEER / MOSTRAR LAS CATEGORÍAS] en los 12 últimos meses. ¿Podría decírnos todos los lugares en que ha comprado esos productos?

RESPUESTA MÚLTIPLE POR CATEGORÍA DE PRODUCTO COMPRADO CONSCIENTEMENTE

[Se pueden añadir otras categorías de puestos de venta a estas preguntas, según convenga en función del territorio, por ejemplo, los quioscos]

PREGUNTA SOBRE TODAS LAS CATEGORÍAS DE PRODUCTOS COMPRADOS INCONSCIENTEMENTE EN LA PREGUNTA Error! Reference source not found.d

P9b Ha dicho que ha comprado versiones falsificadas de [LEER / MOSTRAR LAS CATEGORÍAS] en los 12 últimos meses sin darse cuenta en aquel momento de que se trataba de falsificaciones. ¿Podría decirnos todos los lugares en que ha comprado sin saberlo esos productos en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE POR CATEGORÍA DE PRODUCTO COMPRADO CONSCIENTEMENTE

[Se pueden añadir otras categorías de puestos de venta a estas preguntas, según convenga en función del territorio, por ejemplo, los quioscos]

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN / LECTURA DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA 5	Tienda o comercio minorista	Puesto de mercado, incluidos los informales	Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares	De un amigo o colega	Tienda en Internet	Sitio web de subastas	En el extranjero / de vacaciones	Ninguno de los anteriores
Calzado								
Bolsos/carteras								
Ropa de diseño								
Perfumes								
Relojería								
Cosméticos o maquillaje								
Bisutería y joyería								
Ropa interior/lencería de diseño								

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN MENCIONADO AL MENOS UN TIPO DE PRODUCTO EN LA PREGUNTA 6d (HA COMPRADO CONSCIENTEMENTE) O QUE HAYAN RESPONDIDO AFIRMATIVAMENTE RESPECTO DE AL MENOS UNO DE LOS PRODUCTOS DE LA PREGUNTA 6e (LO HABRÍA COMPRADO EN CUALQUIER CASO)

P8a Ha dicho que ha comprado conscientemente ropa o artículos de lujo falsificados, o que seguiría comprándolos aunque supiera que se trate de falsificaciones. ¿Podría decirnos todas las razones por las que compraría esa clase de productos falsificados?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN MENCIONADO AL MENOS UN TIPO DE PRODUCTO EN LA PREGUNTA 6d (HA COMPRADO CONSCIENTEMENTE) O QUE HAYAN RESPONDIDO AFIRMATIVAMENTE RESPECTO DE AL MENOS UN PRODUCTO DE LA PREGUNTA 6e (LO HABRÍA COMPRADO EN CUALQUIER CASO)

P10b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	PP8aa Todas las razones	P8ab Razón más importante
Ahorrar dinero: adquirir productos de diseño o de marca a un precio inferior al de los productos auténticos		
Comodidad: conseguir los productos cuando quiera		
Porque a mi juicio los productos de marca auténticos son demasiado caros		
Porque no tengo suficiente dinero para comprar productos de marca o de diseño auténticos		
Comodidad: porque es más fácil que comprar productos de marca o de diseño auténticos en una tienda o en Internet		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
Otras razones		

(Sírvase indicar aquí _____)

PREGUNTA PARA TODOS QUIENES HAYAN COMPRADO AL MENOS UN TIPO DE PRODUCTO DE LA

PREGUNTA 6c (HA COMPRADO PRODUCTOS FALSIFICADOS)

PREGUNTA SOLO RESPECTO DE LOS TIPOS DE PRODUCTOS QUE EL ENCUESTADO HA COMPRADO EN LA PREGUNTA 6c

P11 Ha dicho que ha comprado algún producto falsificado en los 12 últimos meses. Piense en general en la calidad de cada tipo de producto falsificado que haya comprado. ¿Podría decirnos qué calidad tienen los productos falsificados en comparación con la de los productos auténticos? Nos interesa saber su opinión personal acerca de la calidad.

RESPUESTA ÚNICA POR TIPO DE PRODUCTO COMPRADO

MOSTRAR/PREGUNTAR ÚNICAMENTE LAS CATEGORÍAS RESPECTO DE LAS QUE EL ENCUESTADO HA COMPRADO PRODUCTOS FALSIFICADOS EN LA PREGUNTA Error! Reference source not found.a

EL ORDEN DE PRESENTACIÓN / LECTURA DEBERÁ SER EL MISMO QUE EL UTILIZADO EN LA PREGUNTA P5	<i>La calidad es</i>				
	Mucho peor que la de los productos auténticos	Un poco peor que la de los productos auténticos	Más o menos la misma que la de los productos auténticos	Un poco mejor que la de los productos auténticos	Mucho mejor que la de los productos auténticos
Calzado					
Bolsos/carteras					
Ropa de diseño					
Perfumes					
Relojería					
Cosméticos o maquillaje					
Bisutería y joyería					
Ropa de cadenas de marca					
Ropa interior/lencería de diseño					

Sección sobre las actitudes respecto de los productos falsificados

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P12 A continuación voy a mostrarle una serie de afirmaciones que han hecho algunas personas en relación con artículos falsificados como ropa, calzado, bolsos/carteras, perfumes y cosméticos. Le agradeceríamos que nos indicara si está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las frases siguientes. En una escala del 1 al 10, si está totalmente de acuerdo, ponga 10. Si está completamente en desacuerdo, ponga 1; utilice la escala para indicar en qué medida está de acuerdo con cada frase.

UNA ÚNICA RESPUESTA POR FRASE

ACTITUDES ESPECÍFICAS RESPECTO DE CADA SECTOR - MOSTRAR SIEMPRE AL FINAL	Totalmente en desacuerdo 1	Totalmente de acuerdo 10									No sabe o no tiene experiencia al respecto
		2	3	4	5	6	7	8	9		
Estoy en contra de ello / Pienso que está mal comprar productos falsificados											
La ropa y el calzado falsificados están teniendo un efecto negativo importante en el sector de la moda											
Comprar ropa de diseño genuina es una forma de apoyar a los diseñadores											
Hoy en día, la ropa de las cadenas de moda sigue tan de cerca a la ropa de diseño que no es necesario comprar ropa de diseño											
Las falsificaciones de [INSERTAR EL TIPO DE PRODUCTO] están teniendo un efecto negativo importante en el sector [INSERTAR EL NOMBRE DEL SECTOR]											

[Se pueden añadir otras declaraciones sobre la actitud, según convenga, para abarcar otros sectores / tipos de productos específicos. Le rogamos mencionar un máximo de cinco sectores para evitar que se canse el encuestado]

Módulo sobre programas informáticos

Si se incluye el módulo sobre programas informáticos en la encuesta, debe añadirse en este punto. Véase el documento aparte

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN COMPRADO AL MENOS UN TIPO DE PRODUCTO DE LA PREGUNTA 6c (HA COMPRADO PRODUCTOS FALSIFICADOS)

P13 Ha dicho que ha comprado ropa o artículos de lujo falsificados en los 12 últimos meses. Piense de manera general en esa clase de productos. ¿Qué le animaría a dejar de comprar esas copias no oficiales y pasar a comprar los productos de marca auténticos?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN, EXCEPTO EN LOS TRES ÚLTIMOS CASOS, QUE SIEMPRE IRÁN AL FINAL

- Que las marcas auténticas fueran más baratas
- Que hubiera disponible una gama más amplia de marcas auténticas en establecimientos comerciales cercanos
- Que pensara que van a descubrirme comprando productos falsificados
- Que pensara que van a demandarme por comprar productos falsificados
- Que todo el mundo dejara de hacerlo
- Que resultara mucho más difícil encontrar a la venta productos falsificados
- Que atraparan/denunciaran a mis amigos o familiares por comprar productos falsificados
- Que hubiera artículos en los medios de comunicación sobre personas denunciadas por comprar productos falsificados
- Que estuviera más claro qué es auténtico y qué no lo es
- Que tuviera mejor información sobre cómo averiguar si algo es auténtico o no
- No compro / compraría conscientemente productos falsificados
- Otras razones (Sírvase indicar aquí _____)
- Nada haría que dejara de comprar productos falsificados

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P94 Piense en los sitios web que venden ropa de diseño o artículos de lujo como zapatos, bolsos y carteras, cosméticos, relojes o joyería. ¿Qué medidas podrían adoptar esa clase de sitios web para convencerle de que los productos disponibles son auténticos?

RESPUESTA MÚLTIPLE

- El servicio es suministrado por una empresa o marca conocida o de prestigio
- Certificación estatal.....
- Que existiera una norma o símbolo del sector que mostrara que es oficial
- Presencia de medidas de seguridad en el sitio web (pago, certificados, cláusulas, contraseñas, etc.)
- Que el sitio web afirmara de forma clara que proporciona productos de marca auténticos.....
- Que hubiera un sitio web o una organización a la que pudiera acceder para comprobar la lista de sitios autorizados para vender productos de marca auténticos
- Respaldo de determinados diseñadores y marcas.....

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P15 ¿Qué otros aspectos de un sitio web o un servicio de Internet le ayudan a decidir si los productos disponibles son auténticos o no?

RESPUESTA MÚLTIPLE

ROTAR EL ORDEN DE PRESENTACIÓN

- El precio de los productos y servicios a la venta
- Que mi programa de seguridad de Internet me deje visitar el sitio sin hacer advertencias ..
- Estoy seguro de que los productos son auténticos
- Que el sitio no contenga anuncios emergentes que invaden la privacidad, etc...
- Averiguaciones que he hecho sobre la empresa del sitio web
- Confío en las indicaciones de terceros, en el "boca a boca" o en reseñas
- Calidad o apariencia profesional del sitio web
- Comentarios de los consumidores sobre los productos a la venta.....
- Ninguno / No lo sé [Estos dos siempre van al final]
- No me importa si es oficial o no [Estos dos siempre van al final]

Sección sobre la eficacia de las campañas de lucha contra la falsificación y la piratería en los medios de comunicación

Si fuera necesario, las preguntas de la sección de evaluación de la eficacia de la campaña en los medios de comunicación deberían añadirse al documento del cuestionario en este punto. Véase el documento aparte.

Añadir las preguntas demográficas finales

Al final de la encuesta se suelen añadir algunas preguntas demográficas o de clasificación. En un documento aparte figuran ejemplos de esas preguntas.

Agradecer al encuestado su colaboración y concluir la entrevista

PRESENTACIÓN / LECTURA: "Gracias por su tiempo y su participación. La encuesta ha terminado."

PROGRAMAS INFORMÁTICOS

[Nota: la siguiente pregunta es una pregunta de filtro para saber si el encuestado utiliza una computadora. En caso afirmativo, se procederá a responder a las preguntas sobre programas informáticos. En caso negativo, se pasará a la siguiente sección]

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P1 ¿Cuáles de los siguientes dispositivos posee o utiliza en su casa? No tenga en cuenta las computadoras que utiliza en su lugar de trabajo.

RESPUESTA MÚLTIPLE

- Computadora de escritorio – PC
- Computadora Mac
- Computadora portátil –PC
- Macbook.....
- Computadora portátil /computadora híbrida de tableta –PC.....
- Tableta.....
- Otra computadora de escritorio.....
- Otra computadora portátil
- No tengo acceso a una computadora.....

SI EL ENCUESTADO NO TIENE ACCESO A UNA COMPUTADORA, PASE A LA SIGUIENTE SECCIÓN

PRESENTACIÓN / LECTURA: “Le vamos a enseñar una lista de medios por los que se puede comprar o adquirir programas informáticos en la actualidad.” [Sustituya “enseñar” por “leer” si la entrevista es por teléfono]

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P2a ¿Cuáles de los siguientes métodos de compra o adquisición de programas informáticos conocía usted personalmente antes de esta entrevista? Por “programas informáticos” entendemos aplicaciones ofimáticas como Word, Excel o equivalentes, juegos, otras herramientas como programas de edición de fotos o vídeo y sistemas operativos como Windows.

RESPUESTA MÚLTIPLE

EN RELACIÓN CON LA PREGUNTA P2a, PIDA AL ENCUESTADO QUE ENUMERE TODOS LOS MÉTODOS QUE CONOZCA

P2b ¿Cuáles de esos métodos ha utilizado usted personalmente para comprar o adquirir programas informáticos en los dos últimos años?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P2c La próxima vez que necesite un nuevo sistema operativo, por ejemplo, Windows, Linux, Mac OS, etc., ya sea comprando un nuevo artículo o actualizándolo, ¿qué método piensa que utilizará con mayor probabilidad?

RESPUESTA ÚNICA

P2d La próxima vez que necesite un nuevo componente de programa informático, como una aplicación para oficinas, juegos o una herramienta como la edición de fotos o vídeos, ¿qué método piensa que utilizará con mayor probabilidad?

RESPUESTA ÚNICA

	P2a Conocía	P2b Utilizado en los 12 últimos meses	P2c Utiliza ría OS	P2d Utilizaría programa informático
A. Compra del disco – copia oficial				
B. Compra del disco / Memoria USB - copia no oficial				
C. Descarga de un sitio oficial – compra única				
D. Descarga de un sitio oficial – suscripción mensual o anual				
E. Descarga de una copia no oficial– previo pago				
F. Descarga de una copia no oficial gratuitamente en un sitio web				
G. Descarga / copia de archivos de un amigo				
H. Compra de una copia oficial ya cargada en su computadora cuando la compró				
I. Compra de una copia no oficial ya cargada en su computadora cuando la compró				
J. Compra de una copia de segunda mano en un disco				
K. Algún otro método (Sírvase indicar aquí _____)				
L. Ninguno de esos métodos / no compro ni adquiero programas informáticos				

**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, E, F O I A LA
PREGUNTA P2b**

P3a Ha dicho que en los 12 últimos meses ha obtenido copias no oficiales de programas informáticos. ¿Podría decirnos todas las razones por las que adquiere programas informáticos de esa manera?

RESPUESTA MÚLTIPLE

**PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN RESPONDIDO B, E, F O I A LA
PREGUNTA P3b**

P3b ¿Cuál de esas razones es la más importante para usted?

RESPUESTA ÚNICA

ROTAR O ALEATORIZAR EL ORDEN EN QUE SE PRESENTAN O SE LEEN LAS RAZONES	P3a Todas las razones	P3b Razón más importante
Momento oportuno – Para tener acceso al programa informático antes de que se publique en el país		
Para ahorrar dinero –para obtener programas informáticos a menor precio que el de las copias oficiales o gratuitamente		
Comodidad – Para conseguir nuevos programas informáticos siempre que quiera		
Porque a mi juicio las copias oficiales de los programas informáticos son demasiado caras		
Facilidad de uso –Porque las copias no oficiales de programas informáticos son más fáciles de manejar que las oficiales		
Porque no tengo suficiente dinero para comprar copias oficiales del programa informático que me interesa		
Comodidad - Porque es más fácil que comprar copias oficiales de programas informáticos en una tienda o en Internet		
Porque las copias no oficiales se pueden utilizar en varios dispositivos		
Porque todo el mundo que conozco lo hace		
En aquel momento no sabía que estaba adquiriendo una copia no oficial – no habría escogido ese tipo de producto si lo hubiese sabido		
Otros motivos (Sírvase indicar aquí _____)		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN ESCOGIDO “B” EN LA PREGUNTA 2b (HAN COMPRADO COPIAS NO OFICIALES EN CD O EN UNA MEMORIA USB)

P4 Ha dicho que ha comprado al menos una copia no oficial de programa informático en un disco o en una memoria USB – ¿podría decirnos todos los lugares en los que ha comprado de esa manera copias no oficiales de programas informáticos en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS LUGARES DE COMPRA DE LA PREGUNTA P4

P5 ¿Ha comprado usted en los 12 últimos meses algún programa informático pensando que era una copia oficial y dándose cuenta al llegar a casa o una vez recibido el producto que se trataba de una copia no oficial?

RESPUESTA MÚLTIPLE

	Comprado en los 12 últimos meses	Comprado pensando que era oficial
Tienda o comercio minorista		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Tienda en Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN ESCOGIDO LA OPCIÓN “e” EN LA PREGUNTA P2b (PAGO POR DESCARGA NO OFICIAL)

P6 Ha dicho que ha pagado por descargar al menos una copia no oficial de un componente de un programa informático – ¿puede decirnos todos los tipos de lugares en los que ha comprado copias no oficiales de programas informáticos en los 12 últimos meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS LUGARES DE COMPRA DE LA PREGUNTA P6

P7 ¿Ha comprado usted en los 12 últimos meses algún programa informático por ese medio pensando que era una copia oficial y dándose cuenta al llegar a casa o una vez recibido el producto que se trataba de una copia no oficial?

RESPUESTA MÚLTIPLE

	Comprado en los 12 últimos meses	Comprado esperando que fuera oficial
Tienda en Internet		
Sitio web de subastas		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN ESCOGIDO LA OPCIÓN “I” EN LA PREGUNTA 2b (COMPRA DE UNA COPIA NO OFICIAL YA CARGADA)

P8 Ha dicho que ha comprado al menos un componente de un programa informático no oficial que ya estaba cargado en una computadora – ¿puede usted decirnos todos los lugares en los que ha comprado computadoras ya cargadas con programas informáticos no oficiales en los últimos doce meses?

RESPUESTA MÚLTIPLE

PREGUNTA SOBRE TODOS LOS LUGARES DE COMPRA DE LA PREGUNTA P8

P9 ¿Ha comprado usted en los 12 últimos meses algún programa informático por ese medio pensando que era una copia oficial y dándose cuenta al llegar a casa o una vez recibido el producto que se trataba de una copia no oficial?

RESPUESTA MÚLTIPLE

	Comprado en los 12 últimos meses	Comprado esperando que fuera oficial
Tienda o comercio minorista		
Puesto de mercado, incluidos los informales		
Vendedor callejero o ambulante que se presenta en la oficina o en casas particulares		
De un amigo o colega		
Tienda en Internet		
Sitio web de subastas (por ejemplo, ebay)		
Otro lugar (Sírvase indicar aquí _____)		
Ninguno de los anteriores		

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN ELEGIDO LAS OPCIONES B, D, E o I EN LA PREGUNTA P2b (COMPRA/UTILIZACIÓN DE COPIAS NO OFICIALES DE PROGRAMAS INFORMÁTICOS)

P10 Ha dicho que en ocasiones adquiere copias no oficiales de programas informáticos.

¿Ha experimentado alguno de los siguientes problemas como consecuencia directa de utilizar programas informáticos no oficiales?

RESPUESTA MÚLTIPLE

- La computadora se bloquea de repente.....
- Otro componente del programa informático no funciona por problemas de compatibilidad ..
- Problemas o imposibilidad de actualizar el programa informático ..
- Archivos perdidos o dañados.....
- Virus informático ..
- Ventanas emergentes (pop-ups) no deseadas ..
- Otros problemas
(Sírvase indicar aquí _____) ..

CAMPANAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN – PLANTILLA DE EVALUACIÓN

Sinopsis

Se ha ideado esta sección para añadirla a la parte principal del Manual de la OMPI para la realización de encuestas si se desea medir la eficacia de una campaña de información llevada a cabo en el mercado para luchar contra la falsificación y la piratería. El formato exacto de las preguntas de esta sección depende en gran medida de la naturaleza de las campañas que se hayan llevado a cabo en el territorio en el que se realice la encuesta.

Fundamentalmente, hay dos métodos para probar la eficacia de una campaña. En teoría, se incluyen preguntas destinadas a establecer qué proporción de los encuestados ha tenido la oportunidad de ver la campaña y cuál no. Luego, se comparan las actitudes y los comportamientos entre esos dos grupos, con la intención de confirmar la hipótesis de que los comportamientos o las actitudes se modificarán entre los miembros del grupo que hayan estado expuestos a la campaña.

Para que esta metodología sea eficaz es indispensable que los encuestados que han tenido la oportunidad de ver la campaña puedan ser identificados claramente y aislados; por ejemplo, si se ha dado difusión a una campaña exclusivamente a través de determinados canales de TV en horarios específicos del día o en publicaciones determinadas. En ese caso debería ser relativamente fácil establecer si es probable que el encuestado mire los canales de TV en cuestión en horarios específicos o lea regularmente esas publicaciones específicas y, por lo tanto, haya tenido la oportunidad de ver la campaña. No se proponen preguntas para esta metodología pues, necesariamente, deberán ser muy específicas para cada campaña.

Si no es posible determinar quiénes han estado expuestos a la campaña y quiénes no, será necesario seguir una línea más directa de preguntas. Para esta metodología se proponen preguntas ejemplo, si bien también en este caso, las preguntas dependerán de la naturaleza de la campaña y de los medios utilizados para su difusión.

Concienciación acerca del mensaje de lucha contra la falsificación/la piratería – Versión corta

MOSTRAR UNA IMAGEN DE LA CAMPAÑA EN LOS MEDIOS / REPRODUCIR UN PASAJE DE LA CAMPAÑA RADIOFÓNICA / LEER LA DESCRIPCIÓN [Adapte las instrucciones en función de la metodología y el medio de difusión utilizado para la campaña]

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P1 ¿Ya había visto antes este anuncio?

RESPUESTA ÚNICA

- Sí, y entendí el mensaje que quería transmitir
- Sí, pero no entendí el mensaje que quería transmitir
- Sí, lo reconozco, pero no había prestado atención al mensaje
- No, nunca lo había visto antes.

La pregunta que figura más arriba no es muy compleja y es probable que dé lugar a una respuesta algo forzada. Solo deberá utilizarse si se dispone de poco tiempo y en caso de que utilizar la versión más larga pudiera encarecer demasiado la realización de la encuesta. En lo que se refiere al análisis, deberán compararse las actitudes y los comportamientos entre los dos grupos: quienes dicen haber visto antes la campaña y quienes dicen no haberla visto. Si el tamaño de la muestra lo permite, el grupo de quienes reconocen la campaña podrá subdividirse a su vez en quienes dicen que entendieron la esencia de su mensaje y quienes dicen que no la entendieron.

Concienciación acerca del mensaje de lucha contra la falsificación – Versión más larga y compleja

VERSIÓN DE ANUNCIO TELEVISIVO – SE UTILIZARÁ SI LA CAMPAÑA INCLUYE ANUNCIOS DE TV U OTRO CONTENIDO EN VIDEO, POR EJEMPLO UNA CAMPAÑA REALIZADA EN SITIOS WEB.

PRESENTACIÓN / LECTURA: “Ahora vamos a mostrarle un breve videoclip con anuncios de TV”

MOSTRAR LA FILMACIÓN QUE INCLUYE EL ANUNCIO DE LUCHA CONTRA LA FALSIFICACIÓN/PIRATERÍA

[Se recomienda mostrar 6 anuncios de TV, colocando el video de la campaña en la posición 4 de 6.]

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P2 ¿Cuál de estos anuncios de TV ha visto antes?

RESPUESTA MÚLTIPLE

- El anuncio 1
- El anuncio 2
- El anuncio 3 etc.
- (Utilice una lista de los anuncios que se muestran en la filmación)

PREGUNTAR A TODOS LOS QUE HAN VISTO EL VIDEO DE LA CAMPAÑA DE LA PREGUNTA P2

P3 Ha dicho que ya ha visto [INSERTAR UN DESCRIPTOR DEL ANUNCIO DE LUCHA CONTRA LA FALSIFICACIÓN/PIRATERÍA].

¿Cuáles son los principales mensajes que puede extraer de este anuncio? [Pregunta abierta]

PREGUNTAR A TODOS LOS QUE HAN VISTO EL VIDEO DE LA CAMPAÑA DE LA PREGUNTA P2

P4 ¿En qué medida considera creíbles las afirmaciones hechas en el anuncio?

RESPUESTA ÚNICA

- Muy creíbles
- Relativamente creíbles
- No muy creíbles
- Para nada creíbles

PREGUNTAR A TODOS LOS QUE HAN VISTO EL VIDEO DE LA CAMPAÑA DE LA PREGUNTA P2

P5 A su juicio, ¿en qué medida es probable que la gente cambie de comportamiento como consecuencia de haber visto este anuncio?

RESPUESTA ÚNICA

- Muy probable
- Relativamente probable
- No muy probable

Para nada probable

VERSIÓN DE IMÁGENES ESTÁTICAS – SE UTILIZARÁ SI LA CAMPAÑA INCLUYE IMÁGENES ESTÁTICAS, POR EJEMPLO, ANUNCIOS EN LA VÍA PÚBLICA, EN REVISTAS, PERIÓDICOS O ANUNCIOS EN SITIOS WEB.

PRESENTACIÓN / LECTURA: “Ahora vamos a mostrarle una serie de anuncios que es posible que haya visto en Internet / en revistas / en periódicos / en la vía pública” [Adaptar el texto en función de los medios utilizados concretamente en la campaña]

MOSTRAR UNA SECUENCIA DE IMÁGENES DE ANUNCIOS

[Se recomienda mostrar 5-6 anuncios, colocando el de la campaña en la posición 4 de 5 o 6.]

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P6 ¿Cuál de estos anuncios ha visto antes?

RESPUESTA MÚLTIPLE

El anuncio 1

El anuncio 2

El anuncio 3 etc.

(Utilice una lista de los anuncios mostrados más arriba)

PREGUNTAR A TODOS LOS QUE HAN VISTO LAS IMÁGENES DE LA CAMPAÑA DE LA PREGUNTA P6

P7 Ha dicho que ya ha visto [INSERTAR UN DESCRIPTOR DEL ANUNCIO DE LUCHA CONTRA LA FALSIFICACIÓN/PIRATERÍA].

¿Cuáles son los principales mensajes que puede extraer de este anuncio? [Pregunta abierta]

PREGUNTAR A TODOS LOS QUE HAN VISTO LAS IMÁGENES DE LA CAMPAÑA DE LA PREGUNTA P6

P8 ¿En qué medida considera creíbles las afirmaciones hechas en el anuncio?

RESPUESTA ÚNICA

Muy creíbles

Relativamente creíbles

No muy creíbles

Para nada creíbles

PREGUNTAR A TODOS LOS QUE HAN VISTO LAS IMÁGENES DE LA CAMPAÑA DE LA PREGUNTA P6

P9 A su juicio, ¿en qué medida es probable que la gente cambie de comportamiento como consecuencia de haber visto este anuncio?

RESPUESTA ÚNICA

Muy probable

Relativamente probable

No muy probable

Para nada probable

Notas adicionales:

La pregunta final en las secciones tanto de imágenes de video como de imágenes estáticas se refiere al cambio en el comportamiento de la gente, antes que en el del propio encuestado. Se trata de una manera deliberada de despersonalizar la cuestión – mucha gente cree racionalmente que no se deja influir por la publicidad, por lo que si la pregunta hace referencia a otra gente se espera obtener una respuesta más realista.

La estructura de las preguntas sobre imágenes de TV / Video e imágenes estáticas es muy similar; solo se diferencian ligeramente entre sí. La idea detrás de colocar las imágenes de prueba en el contexto de una serie de 6 anuncios reales o de muestra es que el encuestado pueda fácilmente contestar con sinceridad la pregunta acerca del reconocimiento. Algunos encuestados siempre quieren agradar con su respuesta, de manera que si simplemente se les pregunta si reconocen un anuncio, es posible que la respuesta, aun no siendo sincera, sea que sí lo reconocen porque o bien intentan agradar o porque les preocupa parecer ignorantes si dicen que no lo reconocen. Se trata de una limitación importante de la “versión corta” de la pregunta, que figura al comienzo de este documento.

Al colocar la imagen de prueba en el contexto de otros anuncios, reales o de muestra, es probable que el encuestado reconozca al menos algunas de las imágenes y pueda responder con sinceridad que reconoce al menos una; ello dará más exactitud a las respuestas. Ese enfoque reduce la probabilidad de una respuesta forzada en la que se afirme que se reconoce la imagen de prueba.

PLANTILLA DEL CUESTIONARIO – PREGUNTAS DEMOGRÁFICAS/DE CLASIFICACIÓN ADICIONALES

Introducción

Una vez que se hayan completado las secciones principales del cuestionario, suelen formularse algunas otras preguntas demográficas o de clasificación. Esas preguntas figuran siempre al final de la entrevista para que el encuestado, aunque haya perdido la capacidad de concentración, logre responderlas para llegar al final de la encuesta.

Las respuestas a las preguntas demográficas deben forzosamente referirse a hechos y serán, por lo tanto, fáciles y rápidas de responder. En cambio, la sección principal del cuestionario contiene preguntas que se responden con opiniones o criterios de valoración, y exigen una reflexión más ponderada. Por lo general, llevará más tiempo y esfuerzo responder esas preguntas por lo que es más posible que el encuestado decida abandonar y no completar la entrevista. Las preguntas demográficas al final de la entrevista son como la recta final y, si el encuestado ha llegado hasta ese punto, es muy probable que complete la encuesta.

En toda encuesta entre consumidores siempre habrá, al principio de la entrevista, algunas preguntas demográficas o de clasificación que sirven para determinar si el encuestado responde a determinados criterios para participar en la encuesta, por ejemplo, franja de edad, género y utilización de una categoría particular. Lo habitual será formular al comienzo de la encuesta tan solo el mínimo indispensable de preguntas demográficas para entrar de lleno en la sección principal lo antes posible.

Las preguntas demográficas al final de la encuesta deberán utilizarse para desglosar los datos en muestras más pequeñas en la etapa de análisis y para respaldar las hipótesis específicas que se pretenda demostrar con la encuesta. En este documento se propone una lista de preguntas ejemplo que, sin embargo, no debe considerarse exhaustiva. Pueden y deben añadirse preguntas adicionales para satisfacer las necesidades de cada organización que lleve a cabo la encuesta de investigación.

Se proponen preguntas ejemplo acerca de si el encuestado vive o trabaja en una zona urbana o rural. Ello sirve para confirmar la hipótesis de que es más probable encontrar productos falsificados en zonas urbanas y por ello es más probable que los encuestados que frecuenten esas zonas compren productos falsificados.

Otra pregunta se refiere a la frecuencia de uso de Internet – es menos probable que quienes utilizan Internet con menor frecuencia tengan acceso a descargas ilegales o no oficiales, por lo cual la frecuencia de uso de Internet es un elemento que cabe tener en cuenta al comparar entre quienes tienen acceso en Internet a productos falsificados y quienes no lo tienen.

Preguntas demográficas/de clasificación adicionales

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P1. La zona en que vive ¿es principalmente urbana o rural?

RESPUESTA ÚNICA

- Centro de la ciudad
Suburbios
Otra zona urbana
Semirural
Rural

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P2. ¿Con qué frecuencia visita zonas urbanas?

RESPUESTA ÚNICA

- A diario / Vivo o trabajo en una zona urbana
Una o dos veces por semana
Con menor frecuencia

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P3. ¿Con qué frecuencia utiliza Internet? (Sin contar el uso de Internet para el trabajo)

RESPUESTA ÚNICA

- Más de 4 horas por día
Entre 2 y 4 horas por día
Entre 1 y 2 horas por día
A diario, pero menos de 1 hora por día
Algunas veces por semana
Con menor frecuencia
Nunca

[Proponga la respuesta “Nunca” únicamente si la encuesta se lleva a cabo en persona.
O utilícela en la encuesta en línea con fines de control de calidad – descarte a los
encuestados que respondan “nunca”]

Preguntas demográficas/de clasificación adicionales que pueden utilizarse para el cuestionario sobre entretenimiento

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P4. ¿Podría decirme cuáles de los siguientes dispositivos posee o utiliza regularmente?

RESPUESTA MÚLTIPLE

- Computadora portátil / Mac.....
- PC de escritorio / Computadora ..
- Consola de juegos conectada a la TV.....
- TV Apple u otro reproductor multimedios ..
- Google Chromecast u otro dispositivo de reproducción ..
- Consola de juegos portátil ..
- Tableta, por ej., iPad, Google Nexus.....
- Teléfono inteligente, por ej., iPhone, Samsung Galaxy ...

Es posible que otros dispositivos resulten pertinentes y debanadirse a esta lista, según corresponda. A título de ejemplo, cabe mencionar reproductores de Blu-ray, de DVD, multimedios, suscripciones a televisión por cable o satélite, descodificadores etcétera.

Preguntas demográficas/de clasificación adicionales que pueden utilizarse para el cuestionario sobre productos de consumo

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P5. ¿Con qué frecuencia compra productos de alimentación en un supermercado en Internet?

RESPUESTA ÚNICA

- Más de una vez por semana
Una vez por semana
Cada dos semanas.....
Menos de una vez cada dos semanas.....
Nunca

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P6. ¿Con qué frecuencia visita un supermercado para el grueso de su compra periódica?

RESPUESTA ÚNICA

- Más de una vez por semana
Una vez por semana
Cada dos semanas.....
Menos de una vez cada dos semanas.....
Nunca

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P7. ¿Con qué frecuencia visita un supermercado para comprar algún producto que le falta?

RESPUESTA ÚNICA

- Más de una vez por semana
Una vez por semana
Cada dos semanas.....
Menos de una vez cada dos semanas.....
Nunca

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P8. ¿Con qué frecuencia realiza compras en las tiendas de una calle comercial o visita esas tiendas?

RESPUESTA ÚNICA

- Más de una vez por semana
Una vez por semana
Cada dos semanas.....
Menos de una vez cada dos semanas.....
Nunca

Preguntas demográficas/de clasificación adicionales que pueden utilizarse para el cuestionario sobre artículos de lujo y ropa

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P9. ¿Con qué frecuencia compra ropa en tiendas de Internet o navega en Internet con ese fin?

RESPUESTA ÚNICA

- Más de una vez por semana
- Una vez por semana
- Cada dos semanas.....
- Menos de una vez cada dos semanas.....
- Nunca

PREGUNTA PARA TODOS LOS PARTICIPANTES

P10. ¿Con qué frecuencia compra ropa en tiendas de la calle o de un centro comercial o visita esas tiendas?

RESPUESTA ÚNICA

- Más de una vez por semana
- Una vez por semana
- Cada dos semanas.....
- Menos de una vez cada dos semanas.....
- Nunca