



Ipsos Public Affairs

THE SOCIAL RESEARCH AND CORPORATE REPUTATION SPECIALIST



Evaluación de campaña publicitaria “Protege la propiedad industrial 2010”



TIPO DE ENTREVISTA	Telefónica en hogares
PÚBLICO OBJETIVO	Hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad con interés en la ciencia y tecnología residentes de las zonas metropolitanas de la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Puebla, Mérida y León. Para determinar a las personas que estuvieran interesadas en temas empresariales, científicos y tecnológicos.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	1350 encuestas efectivas. Se hicieron: 500 entrevistas en la Zona Metropolitana de la ciudad de México, 250 casos en la ZM de Guadalajara, 250 casos en la Zm de Monterrey, 100 casos en la ZM de Puebla, 125 en León y 125 en Mérida.
MARGEN DE ERROR	Considerando el efecto de diseño, el error aproximado es de ± 2.77 puntos a nivel total.
NIVEL DE CONFIANZA	95%
FECHA DE LEVANTAMIENTO	Del 12 al 16 de noviembre de 2010.



Resumen Ejecutivo

USO DE MEDIOS

- El 84% del total de los entrevistados asegura que escucha el radio por lo menos 1 vez a la semana. Las estaciones más escuchadas son 107.3 la Zeta 8%; 93.7 Estero joya 7%; 97.7 6%; 99.3 Digital 4% y 101.7 Los 40 principales 4%.
- Respecto a Internet, los sitios web más visitados para el total de los entrevistados son Google 20%; YouTube 15%; Facebook 15%; Hotmail 14%; Hi5 8%; Internet en general 7% y artículos en general 6%.

EVALUACIÓN PUBLICITARIA

Recordación espontánea. Radio

- El anuncio del gobierno federal más recordado de forma espontánea (en TOM) en radio fue el relacionado con el “Seguro Popular” con 4%, en segundo lugar el referente al “Programa de Oportunidades” con 4%, en tercer lugar el que habla del “Combate al Narcotráfico” con 3% y en cuarto lugar el de “Seguridad Pública” con el 2%.
- En Share of Mind (SOM) los anuncios en radio más recordados fueron el relacionado con el “Seguro Popular” con 8%, en segundo lugar el referente al “Programa de Oportunidades” con 4%, en tercer lugar el que habla del “Combate al Narcotráfico” con 4% y en cuarto lugar el de el “Bicentenario” con el 2%.
- Como dependencias, las más recordadas de manera espontánea en radio fueron el Gobierno Federal 31%; la Secretaría de Salud 9%; el Congreso de la Unión 9%; la SSP 4%; el IFE 3% y la SCT 3%.
- En Share of Mind, las dependencias más recordadas fueron el Gobierno Federal 42%; la Secretaría de Salud 9%; el PRI 7%; el Congreso de la Unión 5%; la SHCP 3% y la SCT 3%.

Recordación espontánea. Internet

- El anuncio del gobierno federal más recordado de forma espontánea (en TOM) en Internet fue el relacionado con el “Bicentenario” con 2%, en segundo lugar el referente al “Seguro Popular” con 1%, en tercer lugar el que habla del “Combate al Narcotráfico” con 1% y en cuarto lugar el de “Creación de empleos” con el 1%.
- En Share of Mind (SOM) los anuncios en Internet más recordados fueron el relacionado con el “Bicentenario” con 2%, en segundo lugar el referente al “Seguro Popular” con 1%, en tercer lugar el que habla del “Combate al Narcotráfico” con 1% y en cuarto lugar el de “Creación de carreteras” con el 1%.
- Como dependencias, las más recordadas de manera espontánea en radio fueron el Gobierno Federal 26%; la Secretaría de Salud 9%; PGR 5%; la SSP 4%; la SEP 3% y la SCT 3%.
- En Share of Mind, las dependencias más recordadas fueron el Gobierno Federal 31%; la Secretaría de Salud 11%; la SSP 5%; la PGR 5%; la SEP 3% y la SCT 3%.

Recordación semi-asistida. Radio 1.

- El 4% del total de los entrevistados afirmó haber escuchado un anuncio del gobierno federal en radio en el cual se oía la voz de una mujer que decía entusiasmada: ¡Oye eres muy creativo!
- El mensaje fue relacionado con “con las ideas apoyas al país” 18%, “registra tus inventos/letra” 13%, “incentivar la creatividad” 13% y la protección a los inventos 4%. En cuanto a dependencias, el mensaje fue asociado con el Gobierno Federal 9%; el PAN 4%; el PRI 4%; el IFE 2% y la SHCP 2%.

Recordación semi-asistida. Radio 2.

- El 13% del total de los entrevistados afirmó haber escuchado un anuncio del gobierno federal en radio que decía que recuerdes patentar tus inventos y registrar tus marcas.
- El mensaje fue relacionado con “registra tus propiedades/inventos/letras/música” 41%, “aportar nuevas ideas” 19%, “evitar la piratería” 3% y “comprar marcas originales” 3%. En cuanto a dependencias, el mensaje fue asociado con el Gobierno Federal 11%; la SHCP 3%; la SEP 1% y el Estado de Puebla 1%.

Recordación semi-asistida. Internet.

- El 9% del total de los entrevistados afirmó haber visto un anuncio del gobierno federal en Internet en el que aparecía un grupo de personas en una oficina haciendo un trámite
- El mensaje fue relacionado con “agilizar los trámites” 49%, “di no a la corrupción” 8%, “cambiar la credencial de elector” 7% e “información del IFE” 3%. En cuanto a dependencias, el mensaje fue asociado con el Gobierno Federal 10%; el IFE 10%; la SHCP 7% y el PRI 2%.

Recordación acumulada.

- Se obtuvo una recordación acumulada de la campaña en el 22% de los entrevistados. Esto se logró al combinar las respuestas individuales (espontánea y asistida) de quienes identificaron el anuncio “Protege la Propiedad Industrial 2010” tanto en radio como en Internet.

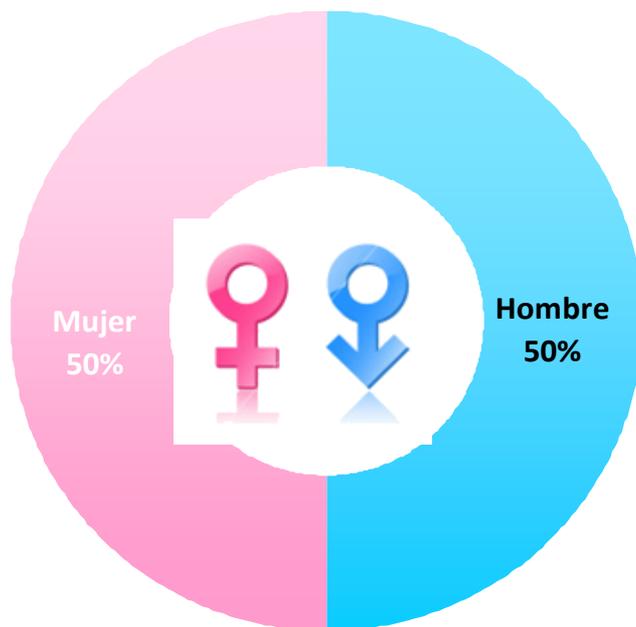
CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES SOBRE EL IMPI

- El 10% del total de los encuestados afirma que sabe a donde tiene que dirigirse para registrar un invento o idea. El 33% mencionó que a la dependencia que tiene que acudir es a Derechos de Autor, el 16% al IMPI, el 7% a Registro de marcas y derechos de autor y el 7% a Protección de patentes.
- El 14% sí había odio hablar del IMPI. El 27% se enteró del IMPI por comentarios de familiares y amigos, el 19% en la escuela, el 16% en el trabajo, el 15% en TV y el 4% en Internet.
- El 26% cree que el costo de obtener el registro de propiedad de una marca es de más de \$10,000; El 40% cree que cuesta menos de \$2,000; y el 23% cree que cuesta entre \$3,000 y \$5,000.
- Al informar que el costo real de registrar un marca es de \$2,671.86 con I.V.A. incluido por 10 años de vigencia, al 69% del total de los encuestados le parece una cantidad razonable, al 16% le parece una cantidad baja, y al 15% le parece una cantidad alta.
- Respecto al costo de obtener el título de propiedad de una patente, el 42% cree que cuesta más de \$10,000, el 29% cree que entre \$3,000 y \$5,000, el 16% que menos de \$2,000 y el 12% entre \$5,000 y \$9,999.
- Al informar que el costo real la presentación de la solicitud es \$8,320.58 con I.V.A. incluido, al 59% del total de los encuestados le parece una cantidad razonable, al 36% le parece una cantidad alta, y al 5% le parece una cantidad baja.
- Solamente el 6% del total de los encuestados sabe que el IMPI ofrece un 50% de descuento en la tarifa de patentes para personas físicas, microempresarios, investigadores y universidades. Ante esto, el 59% se siente muy motivado para acudir al IMPI para proteger una marca o una patente, el 34% algo motivado y el 7% nada motivado.

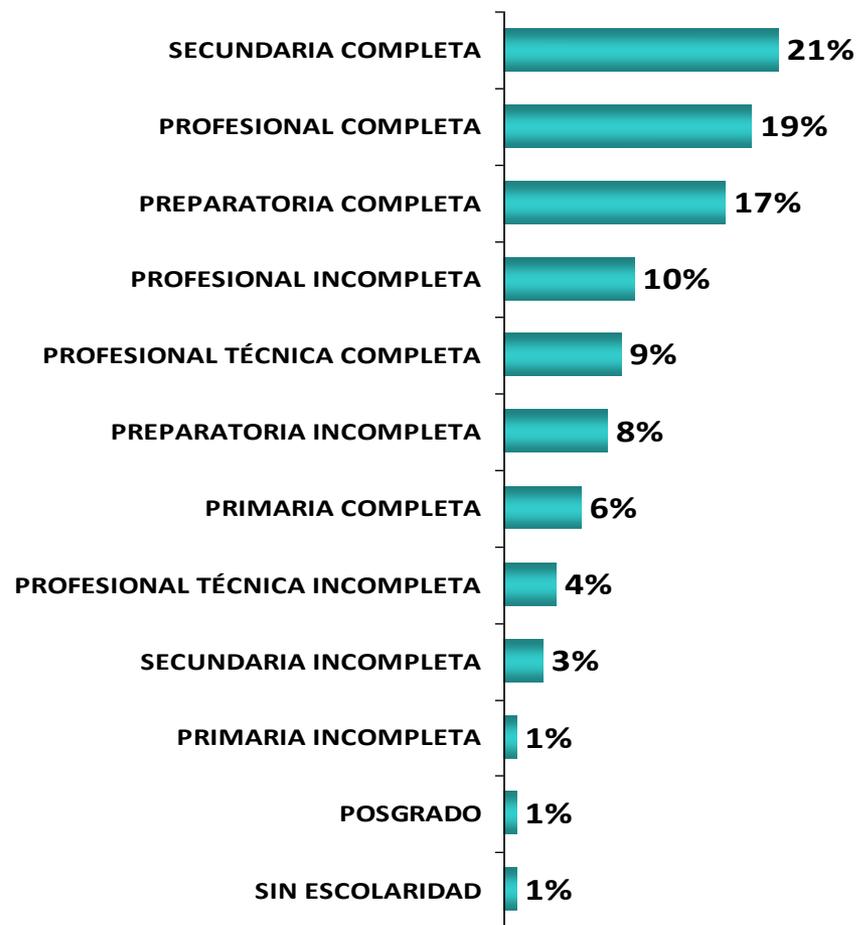
- Las razones para sentirse algo motivado son “porque el precio es caro de patente” 35%; “protegen tu marca” 24%; “no tengo nada que patentar” 15%; “el precio es económico” 12% y “falta información de las marcas” 4%.
- Las razones para sentirse nada motivado son “porque el precio es caro de patente” 51%; “no tengo nada que patentar” 21%; “no se respetan los derechos de autor” 8% y “no me interesa” 7%.

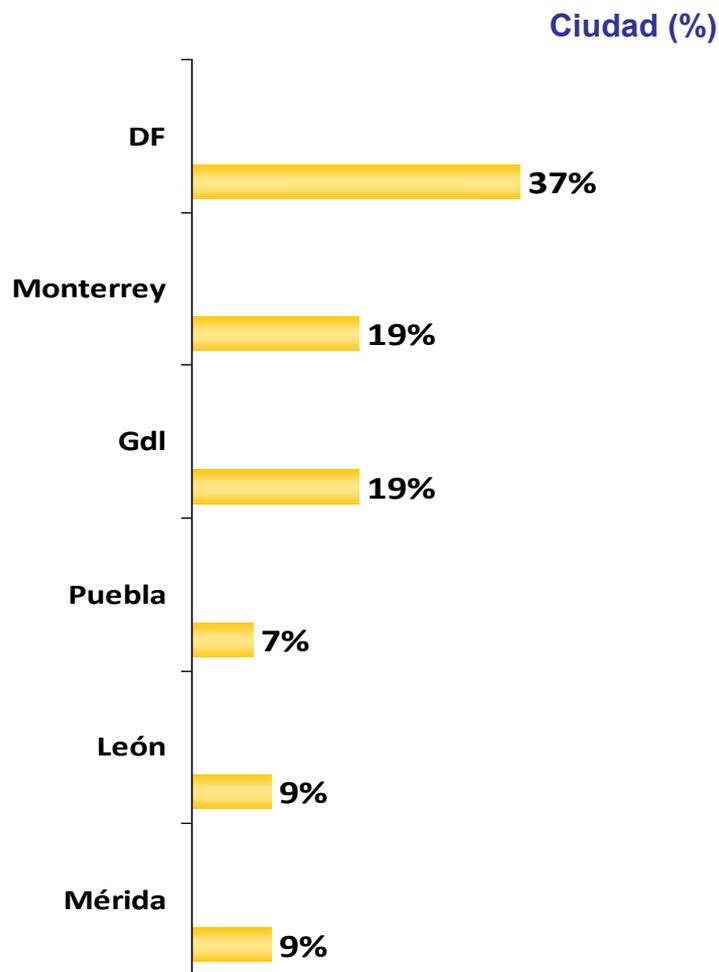
Composición de la muestra

Sexo (%)



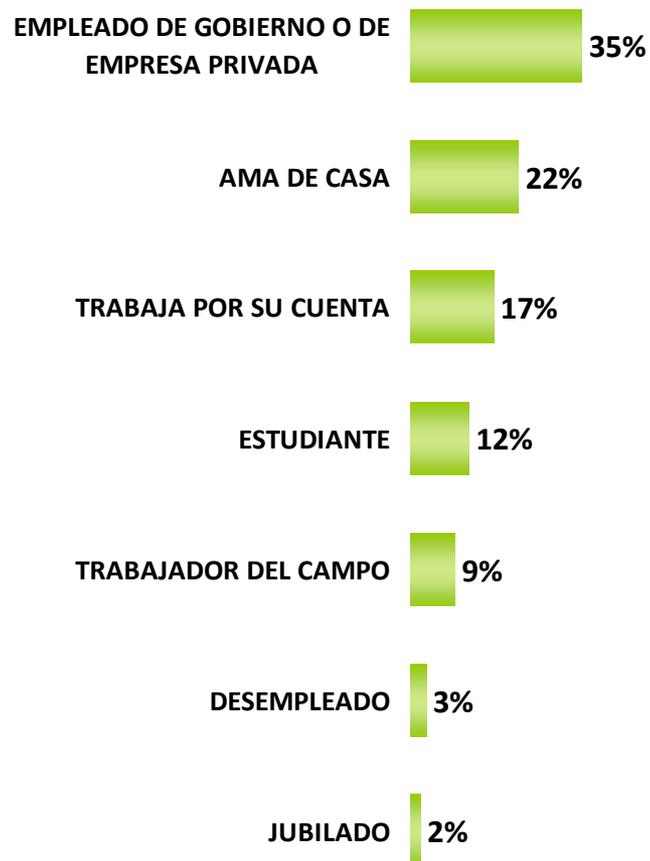
Escolaridad (RU)(%)





Se consideraron en la muestra las zonas metropolitanas del DF, Monterrey, Guadalajara, León, Puebla y Mérida porque la campaña publicitaria se implementó en dichas plazas. La distribución de casos por plaza se hizo de manera propositiva teniendo en mente tanto las asimetrías en tamaño de las plazas como el hecho de tener suficientes casos en muestra para poder hacer desagregaciones representativas.

¿A qué se dedica? (%)



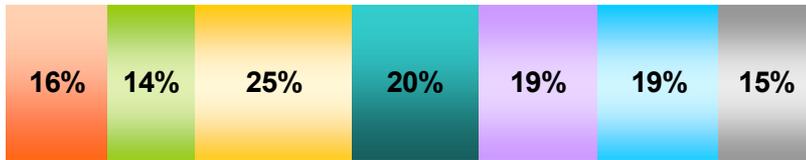
Uso de Medios

¿Usted escucha por lo menos 1 vez a la semana el radio? (RU)

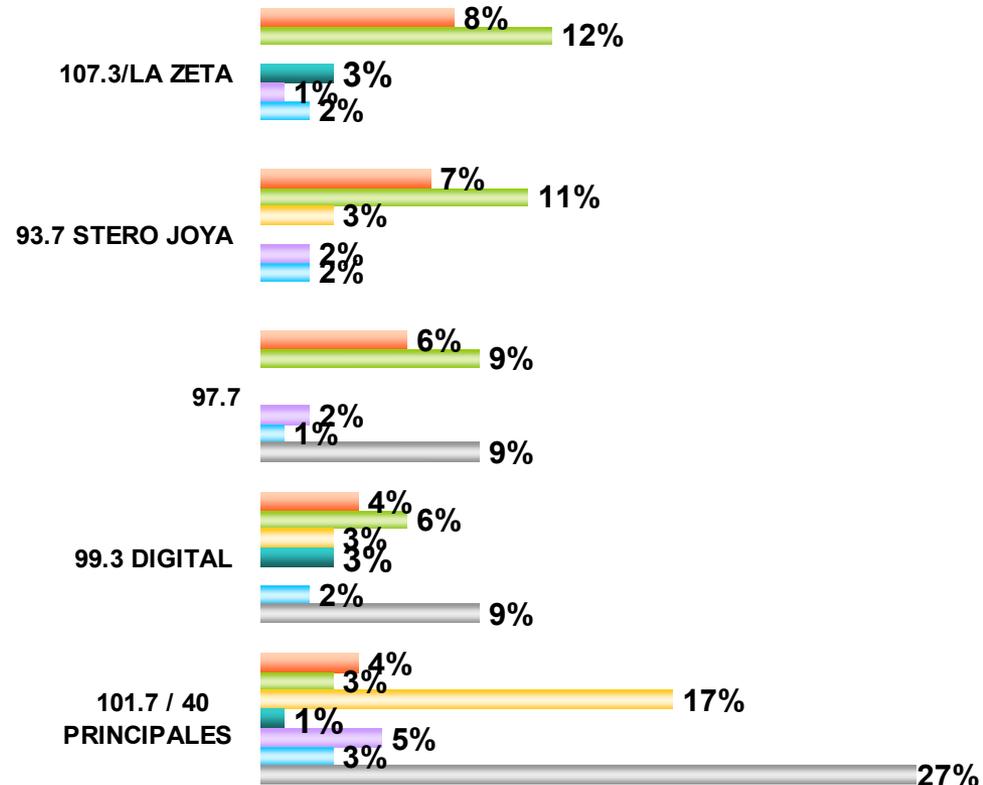
SÍ



NO



¿qué estación escucha? (RU)

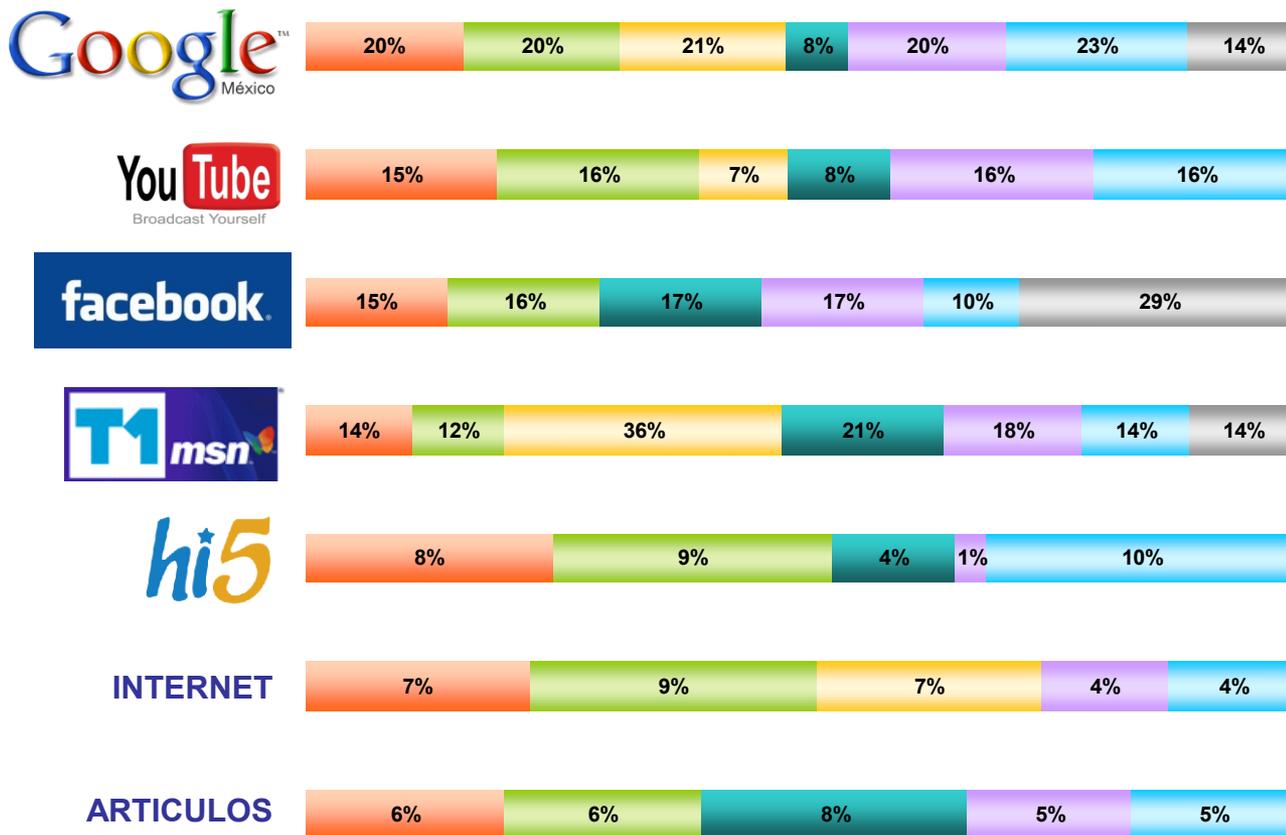


Base entre los que contestaron que si escuchan el radio: total 1181, Mx. 715, León 30, Puebla 69, Gdl. 183, Mty 173, Mérida 11

BASES: Total 1350, México 500, León 125, Puebla 100, Guadalajara 250, Monterrey 250, Mérida 125

Solo se muestran porcentajes con más menciones

En Internet, ¿cuáles son las páginas web o portales que generalmente visita?(RM)



■ Total 1350
 ■ México 500
 ■ León 125
 ■ Puebla 100
 ■ Guadalajara 250
 ■ Monterrey 250
 ■ Mérida 125

Solo se muestran porcentajes con más menciones



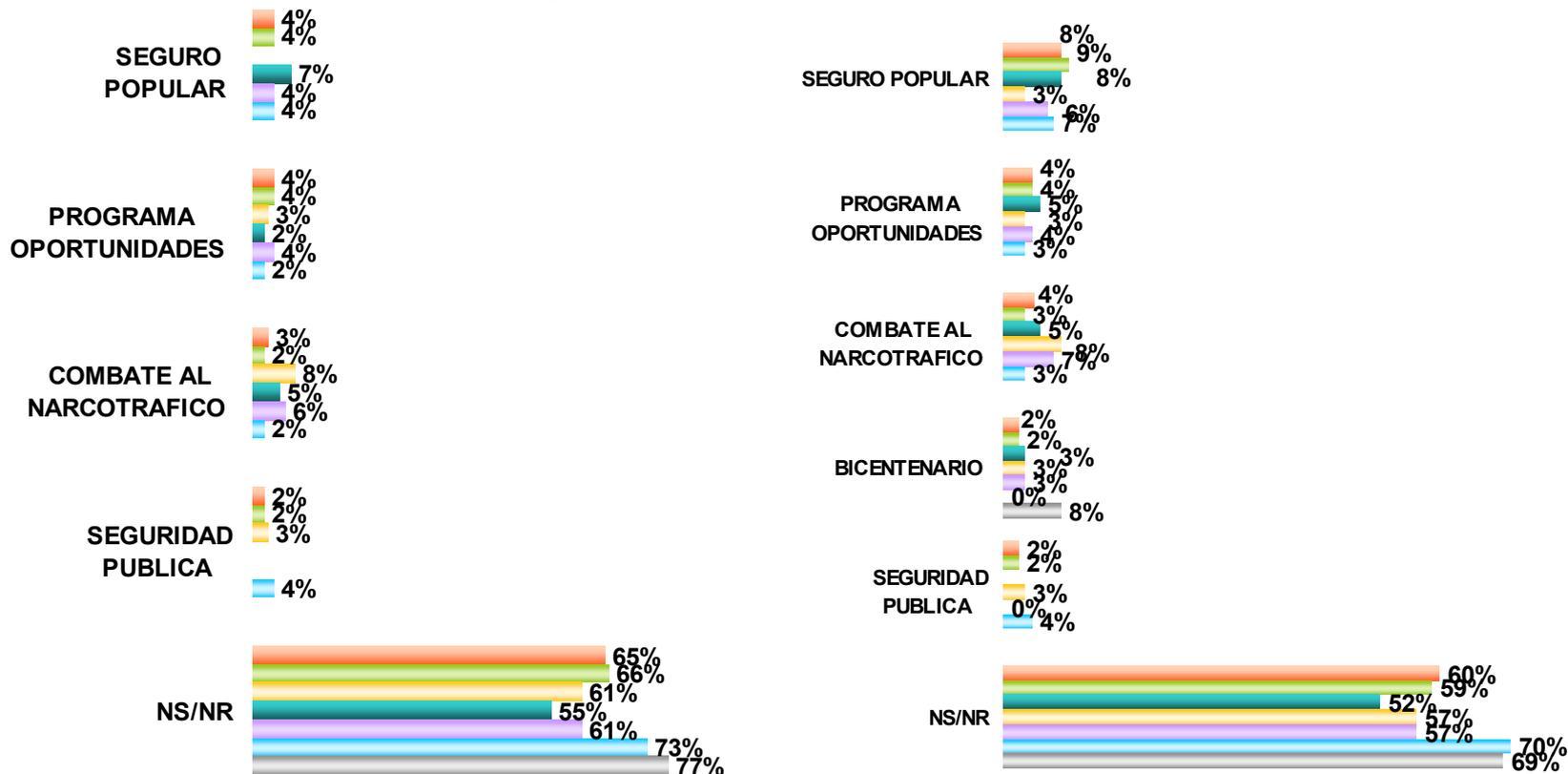
Evaluación Publicitaria

Recordación espontánea de anuncios del Gobierno Federal en RADIO 1 de 2

De los anuncios que hay del Gobierno Federal en la radio, ¿De cuáles se acuerda? ¿De qué dependencia era? (RU) (%)

TOP OF MIND

SHARE OF MIND



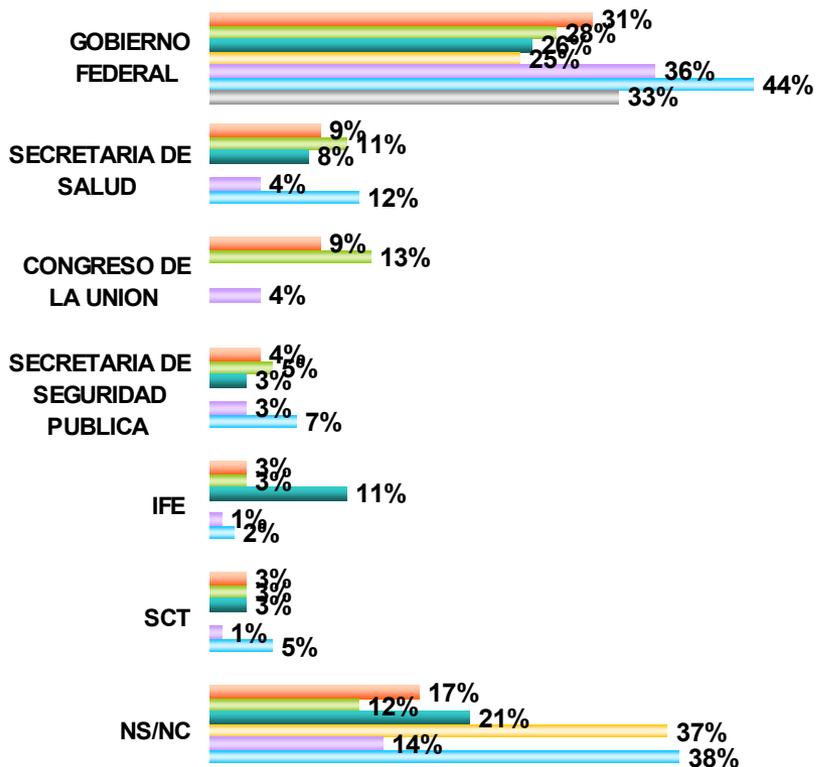
■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

BASES: 1350 500 125 100 250 250 125

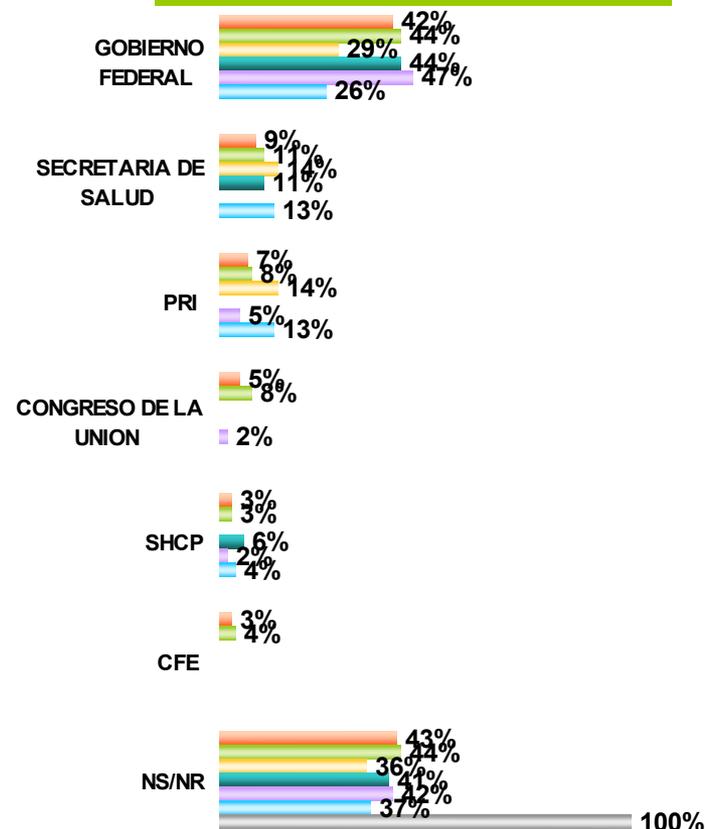
Recordación espontánea de anuncios del Gobierno Federal en RADIO 2 de 2

¿De qué dependencia era? (RU) (%)

TOP OF MIND



SHARE OF MIND



■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

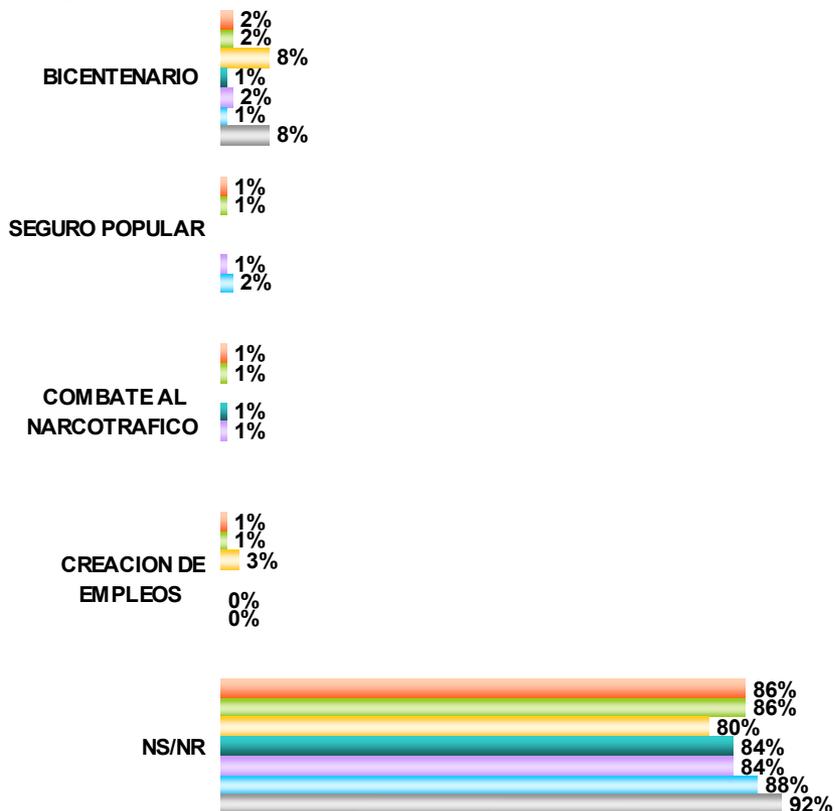
BASES:
 Total: 1350
 México: 500
 León: 125
 Puebla: 100
 Guadalajara: 250
 Monterrey: 250
 Mérida: 125

Solo se muestran porcentajes con más menciones

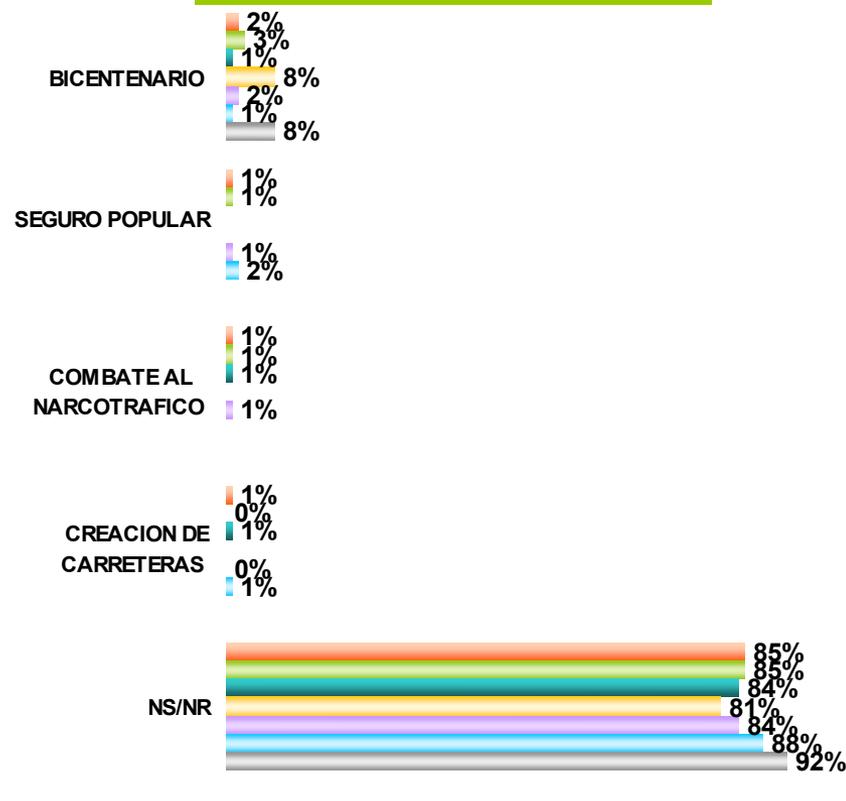
Recordación espontánea de anuncios del Gobierno Federal en INTERNET 1 de 2

De los anuncios que hay del Gobierno Federal en INTERNET ¿De cuáles se acuerda? ¿De qué dependencia era? (RU) (%)

TOP OF MIND



SHARE OF MIND



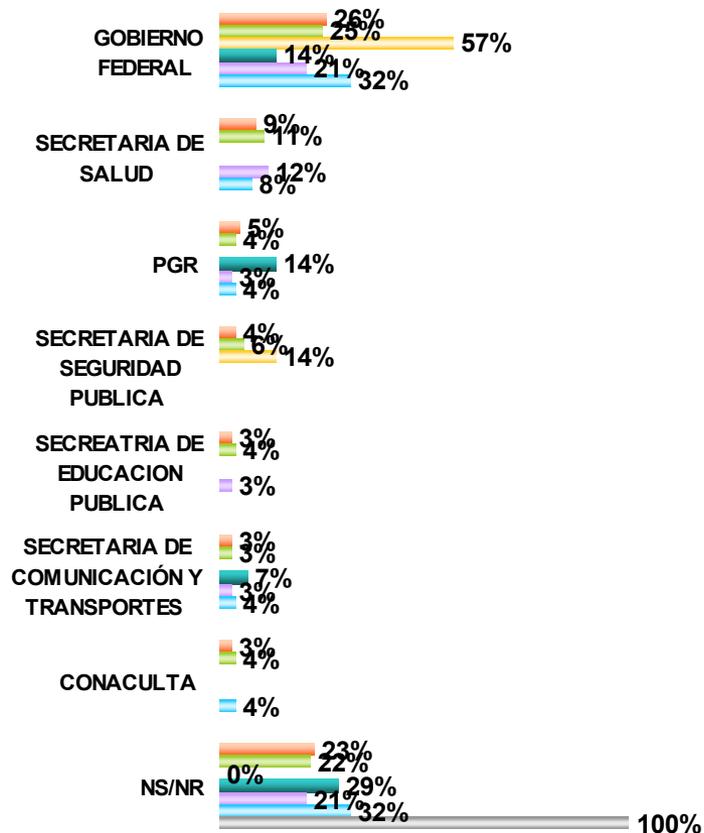
BASES: Total 1350 México 500 León 125 Puebla 100 Guadalajara 250 Monterrey 250 Mérida 125

Solo se muestran porcentajes con más menciones

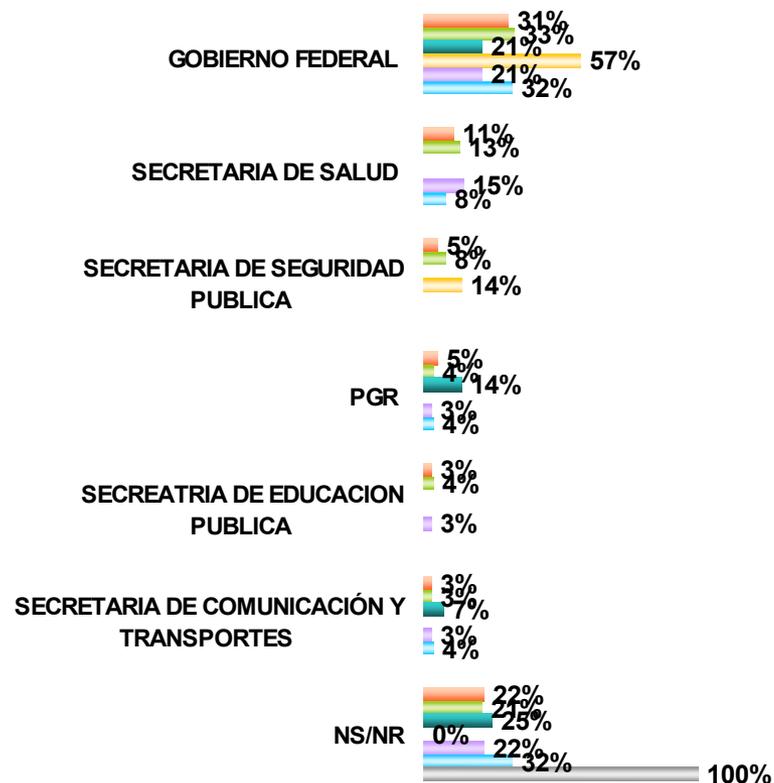
Recordación espontánea de anuncios del Gobierno Federal en INTERNET 2 de 2

¿De qué dependencia era? (RU) (%)

TOP OF MIND



SHARE OF MIND

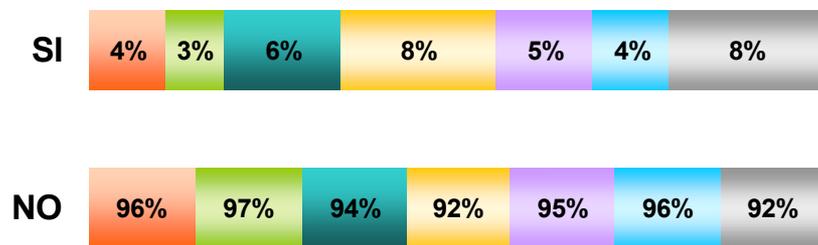


BASES: Total 1350, México 500, León 125, Puebla 100, Guadalajara 250, Monterrey 250, Mérida 125

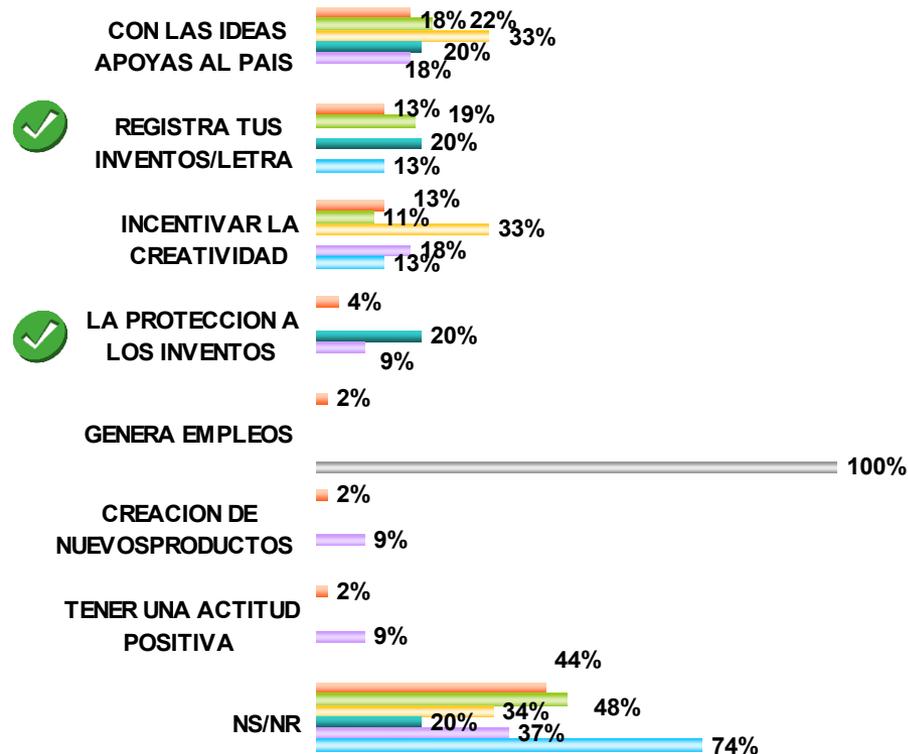
Solo se muestran porcentajes con más menciones

¿Recuerda haber escuchado en la radio un anuncio del Gobierno Federal en el que al principio se oía la voz de una mujer que decía entusiasmada: ¡Oye eres muy creativo! .

(%)



¿Qué era lo que nos trataban de comunicar con ese anuncio? (%)



Base entre los que contestaron que si escucharon la campaña: total 55, Mx. 27, León 3, Gdl. 11, Mty 8, Mérida 1, Puebla 5.

■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

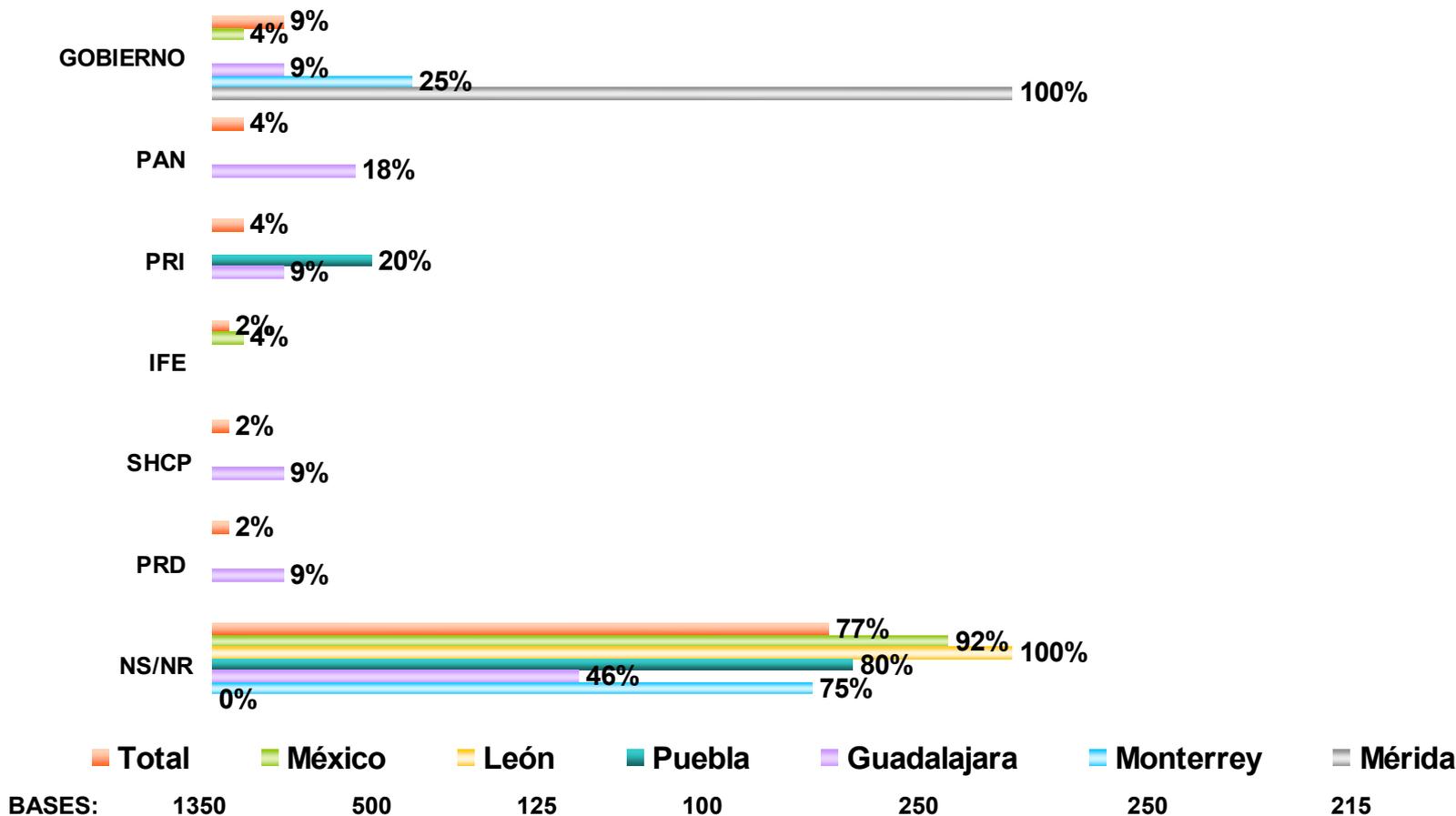
BASES:
 Total: 1350
 México: 500
 León: 125
 Puebla: 100
 Guadalajara: 250
 Monterrey: 250
 Mérida: 215

Verbalización que sí corresponde al anuncio

Solo se muestran porcentajes con más menciones

Recordación semi-asistida de anuncio en RADIO (1 de 2)

¿De qué dependencia del gobierno era ese anuncio?
(%)



Base entre los que contestaron que si escucharon la campaña: total 55,
Mx. 27, León 3, Gdl. 11, Mty 8, Mérida 1, Puebla 5.

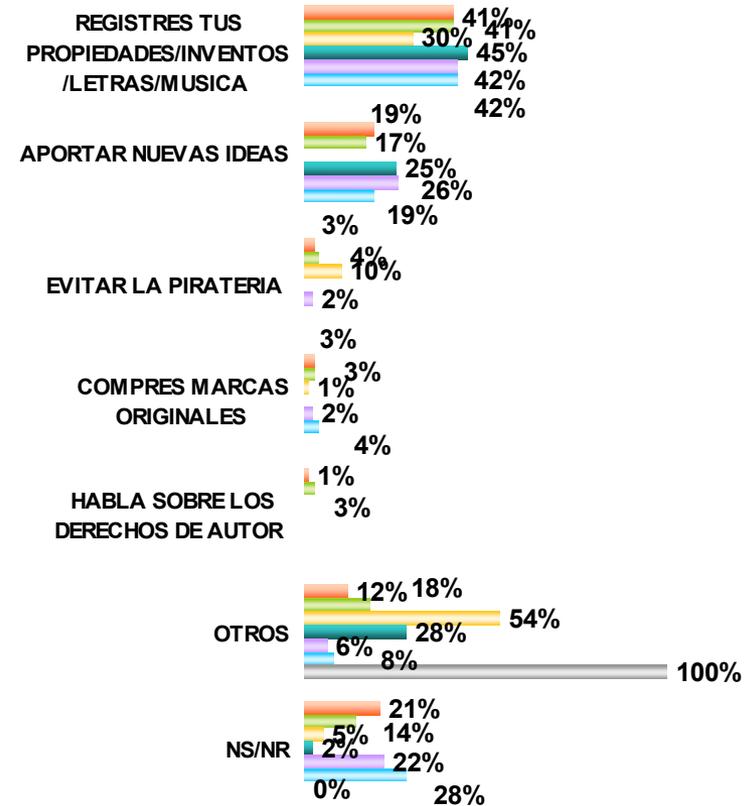
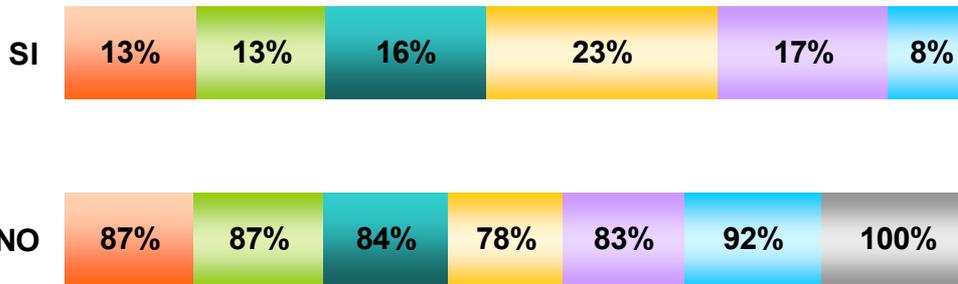
Solo se muestran porcentajes con más menciones



Recordación semi-asistida de anuncio en RADIO (2 de 2)

En ese anuncio se decía que recuerdes patentar tus inventos y registrar tus marcas. ¿lo recuerda?

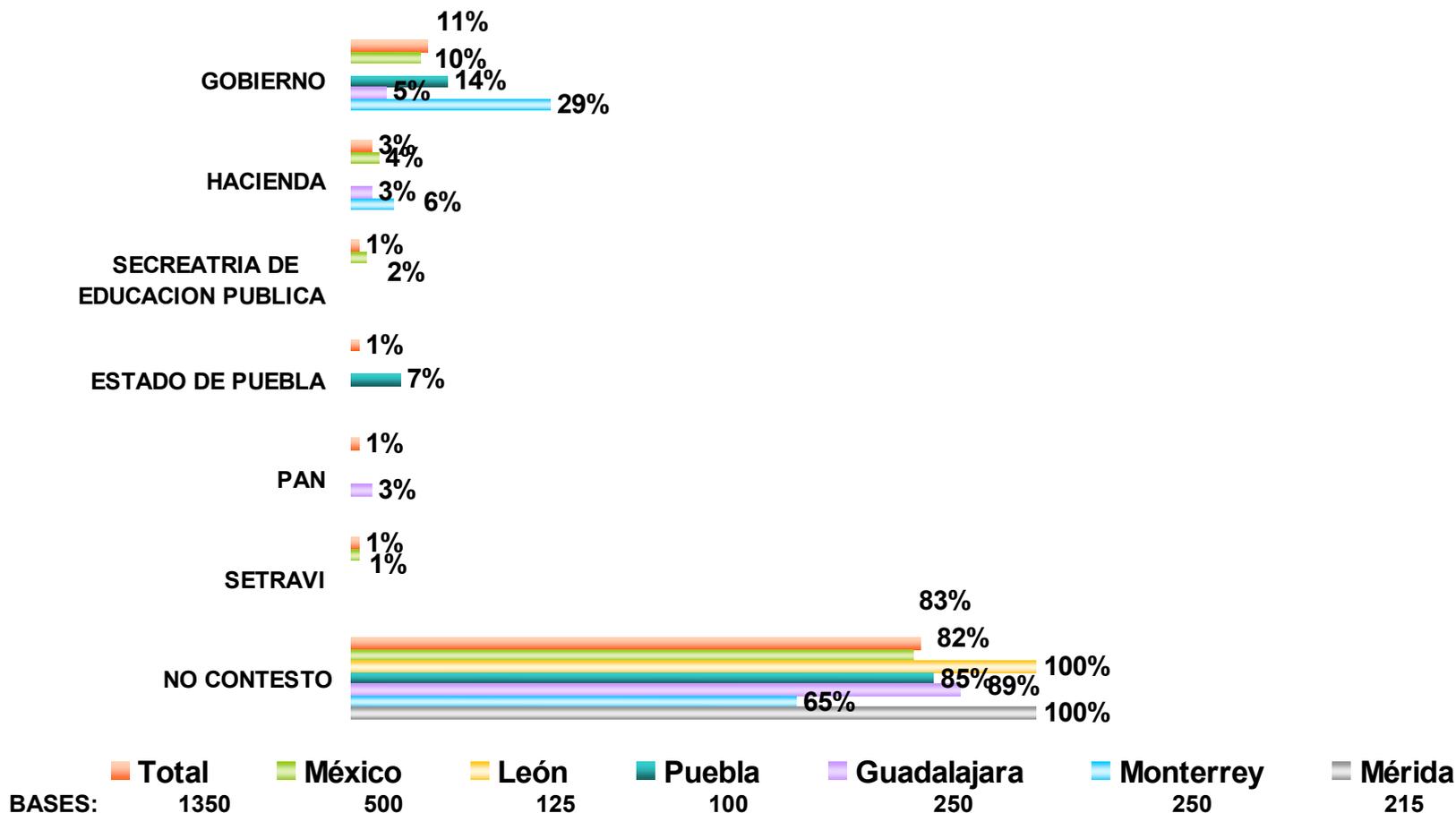
Además de lo que le acabo de decir ¿Qué más nos trataban de comunicar con ese anuncio?



■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

BASES:
 Total: 1350
 México: 500
 León: 125
 Puebla: 100
 Guadalajara: 250
 Monterrey: 250
 Mérida: 215

¿De qué dependencia del gobierno era ese anuncio?
(%)

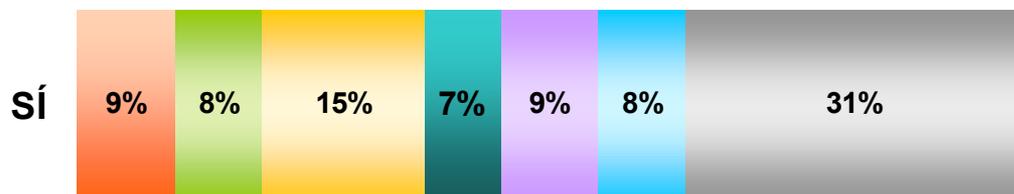


Base entre los que contestaron que si escucharon la campaña: total 183,
Mx. 105, León 9, Pue. 14, Gdl. 38, Mty 17, Mérida 0

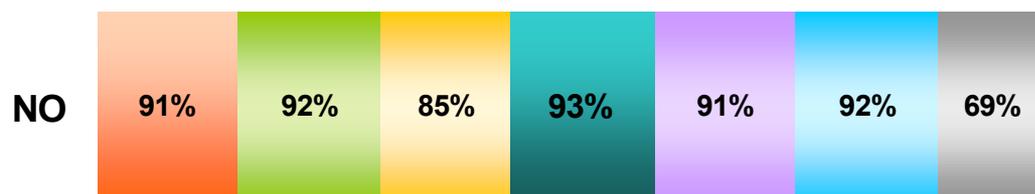
Solo se muestran porcentajes con más menciones

¿Recuerda haber visto en las páginas de Internet que visitó un anuncio en el que aparecía un grupo de personas en una oficina haciendo un trámite?

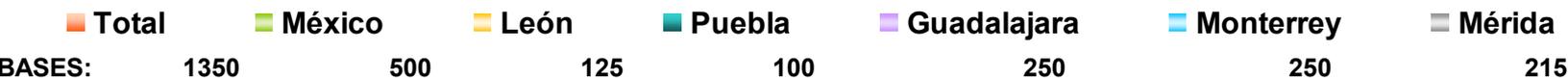
¿Qué era lo que nos trataban de comunicar con ese anuncio? (%)



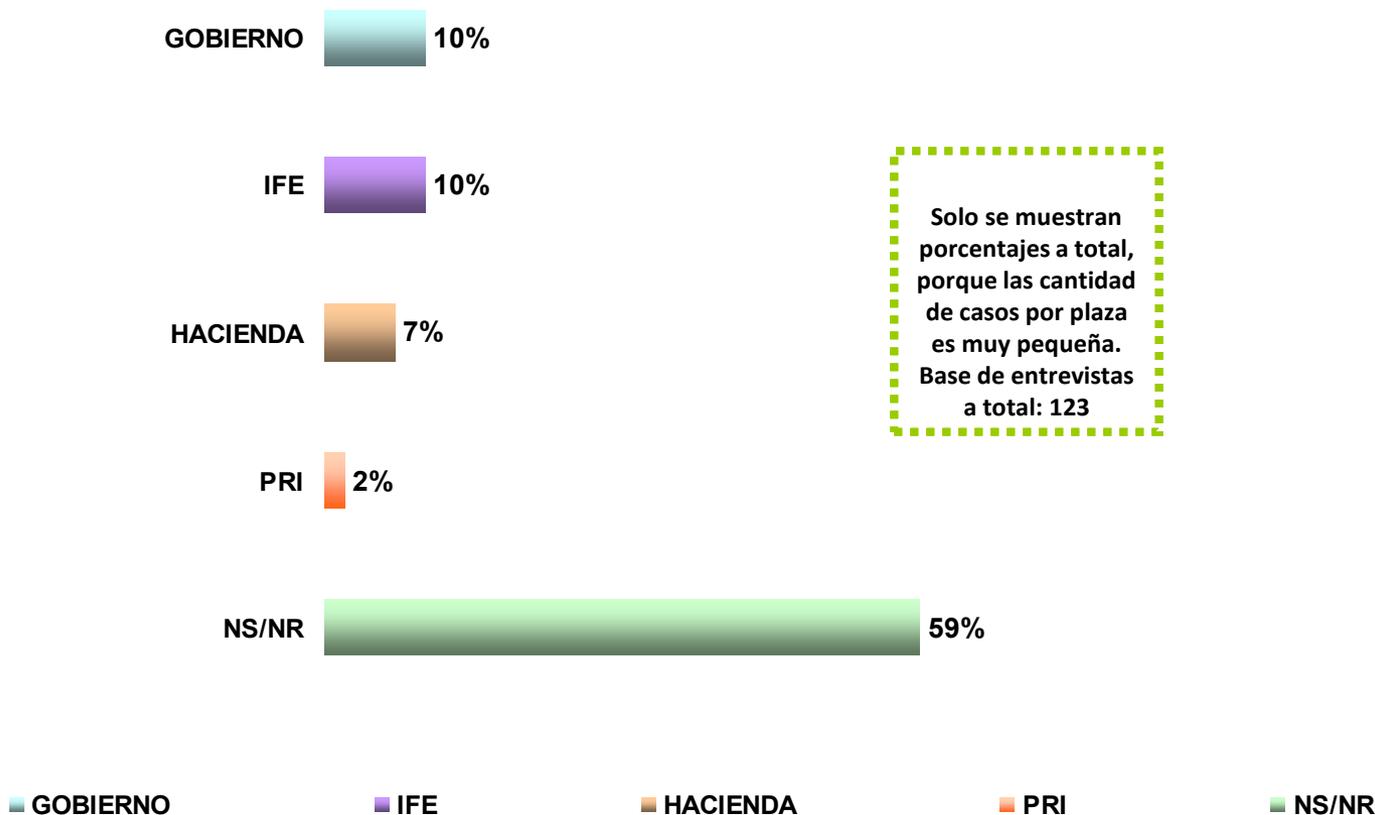
Solo se muestran porcentajes a total, porque las cantidad de casos por plaza es muy pequeña. Base de entrevistas a total: 123



Base entre los que contestaron que si escucharon la campaña: total 123, Mx. 69, León 6, Pue. 6, Gdl. 20, Mty 18, Mérida 4

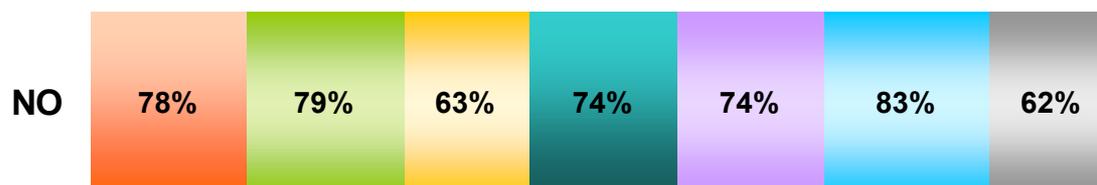
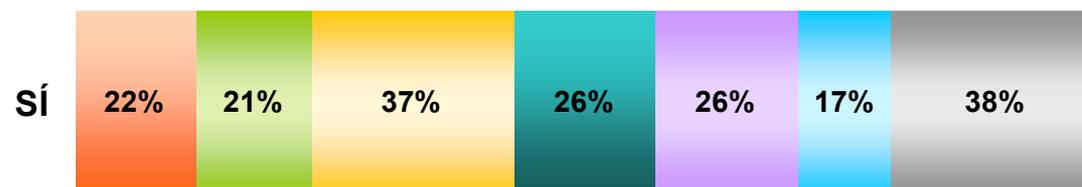


¿De qué dependencia del gobierno era ese anuncio?
(%)



Base entre los que contestaron que si escucharon la campaña: total 123,
Mx. 69, León 6, Pue. 6, Gdl. 20, Mty 18, Mérida 4

Recordación Total Acumulada* de los diferentes tipos de anuncios del IMPI



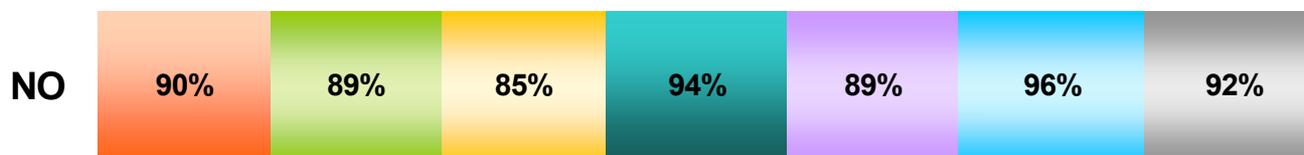
■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

BASES:
 1350
 500
 125
 100
 250
 250
 215

*Se obtuvo una recordación acumulada de la campaña en el 22% de los entrevistados. Esto se logró al combinar las respuestas individuales (espontánea y asistida) de quienes identificaron el anuncio "Protege la Propiedad Industrial 2010", tanto en radio como en Internet. Las personas que recordaron anuncios en varios medios se toman como una sola recordación. Entendido entonces como el porcentaje sobre el total de la población objetivo que recordó cuando menos un anuncio.

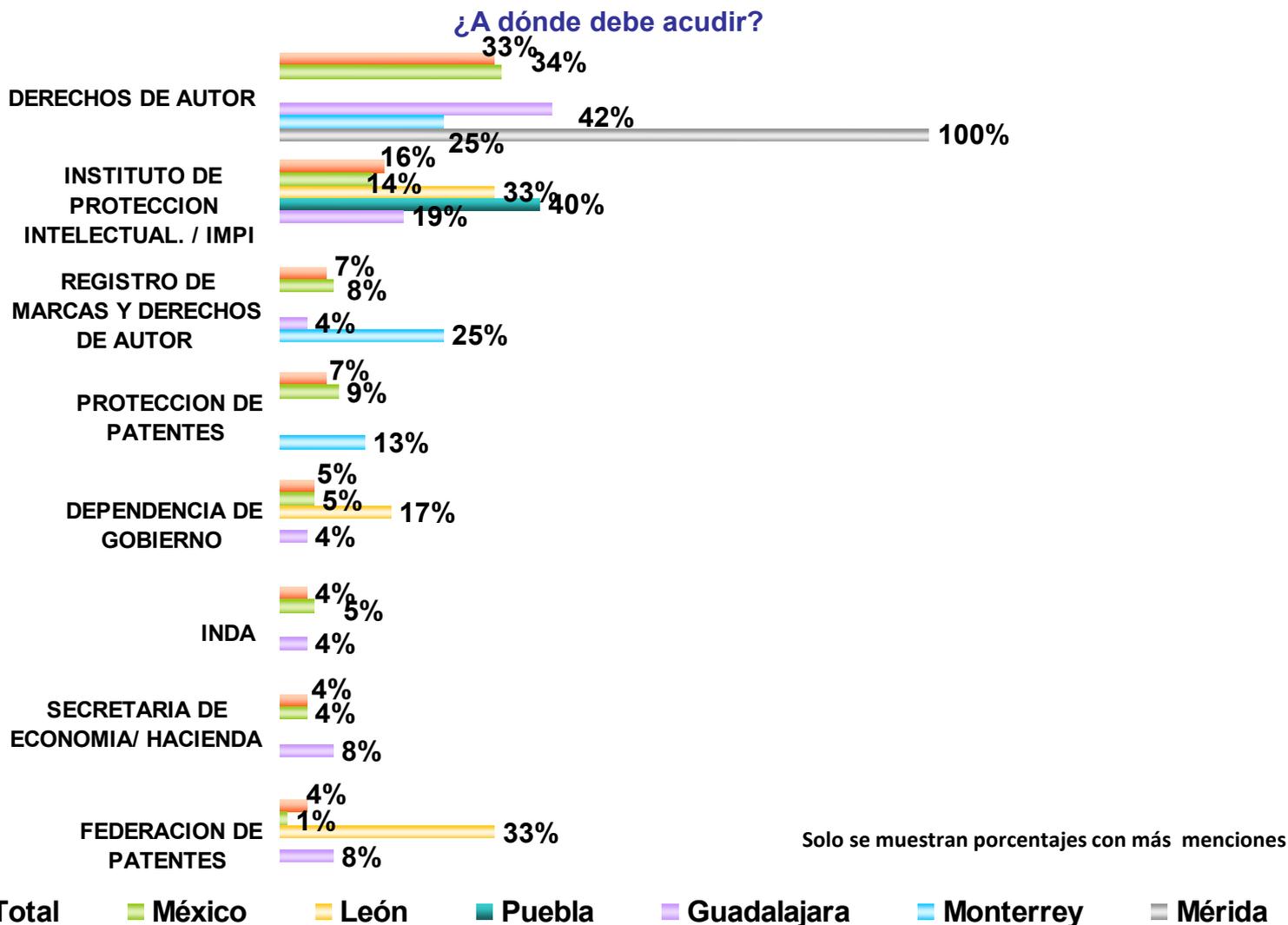
Conocimiento y Percepciones sobre el quehacer del IMPI

Cuando una persona ha inventado algo y quiere proteger sus derechos sobre dicho invento o idea, ¿sabe usted a dónde tiene que dirigirse para registrar su invento o idea?



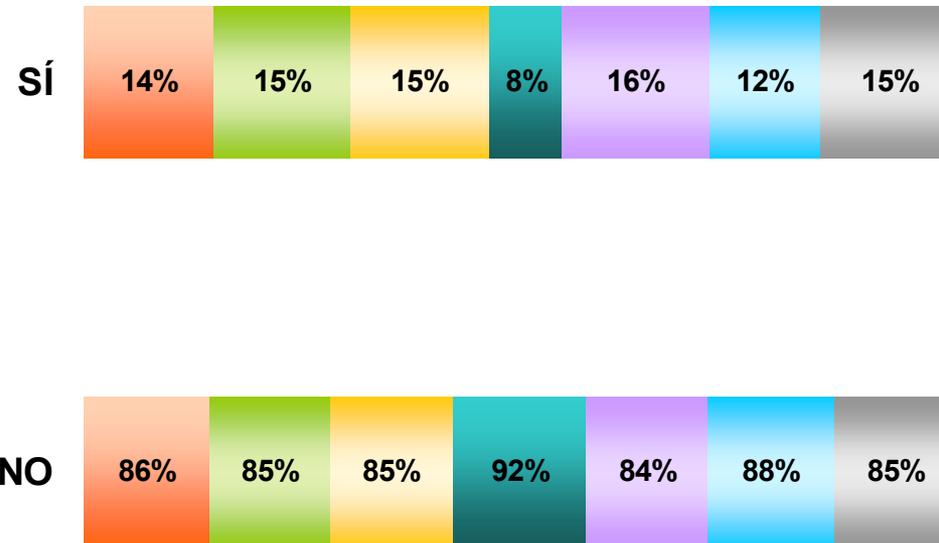
■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

BASES:
 1350
 500
 125
 100
 250
 250
 125



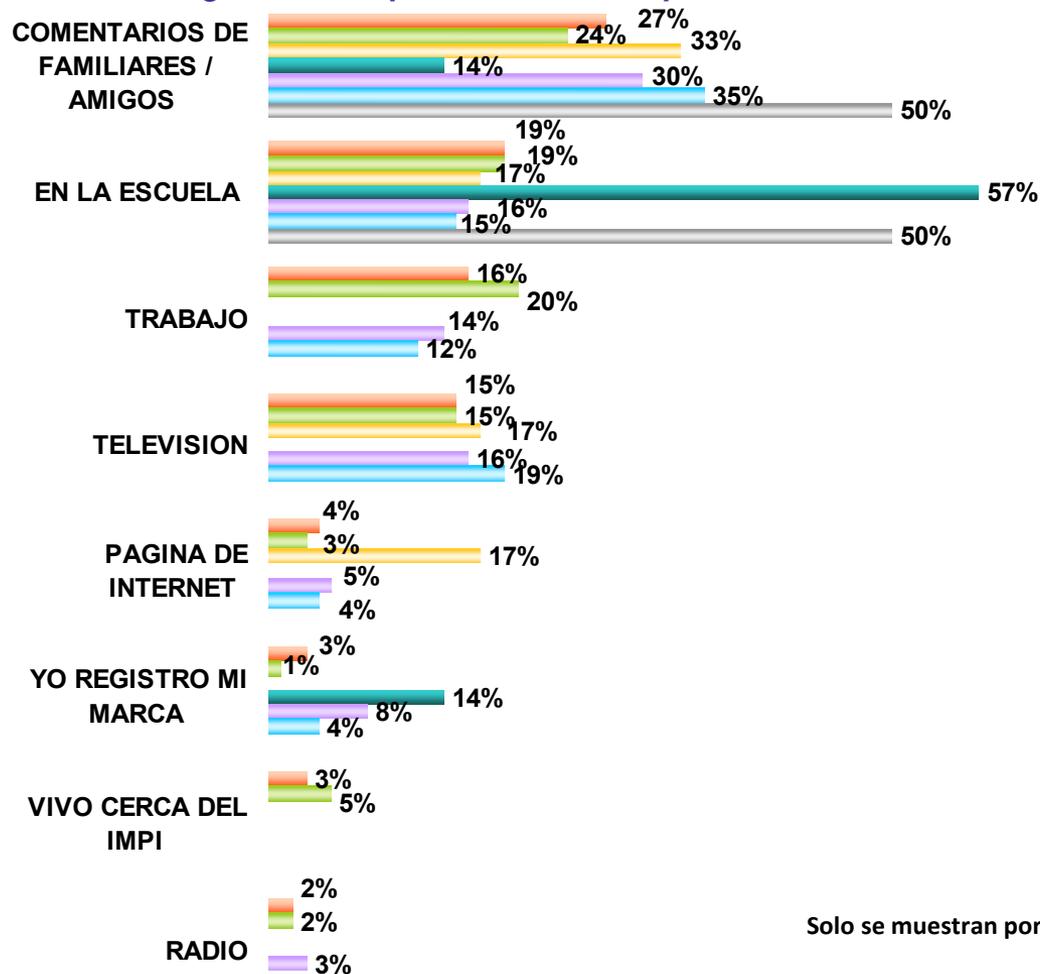
BASES: Total 138, México 92, León 6, Puebla 5, Guadalajara 26, Monterrey 8, Mérida 1

El lugar adonde tiene que ir es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, IMPI. Antes de esta entrevista ¿había oído hablar ya de este instituto?



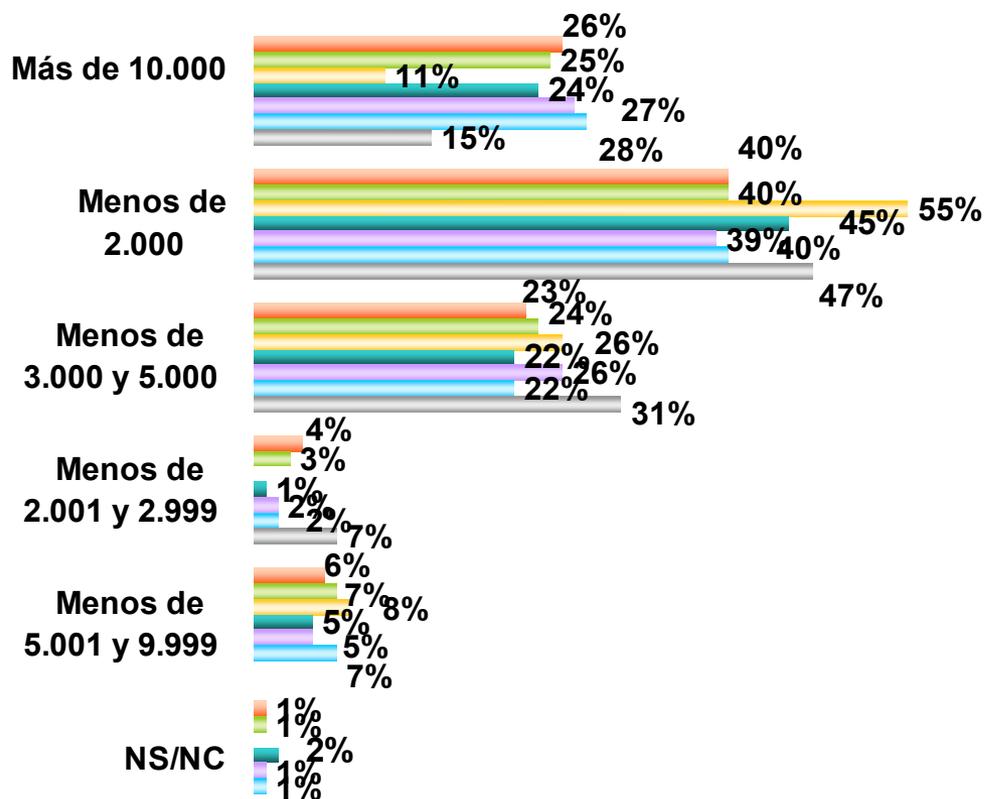
BASES:
■ Total 1350
■ México 500
■ León 125
■ Puebla 100
■ Guadalajara 250
■ Monterrey 250
■ Mérida 125

¿Cómo fue que se enteró o supo de este Instituto?



Solo se muestran porcentajes con más menciones

¿Cuánto cree usted que cuesta obtener el registro de propiedad de una marca?



■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

BASES: 1350

500

125

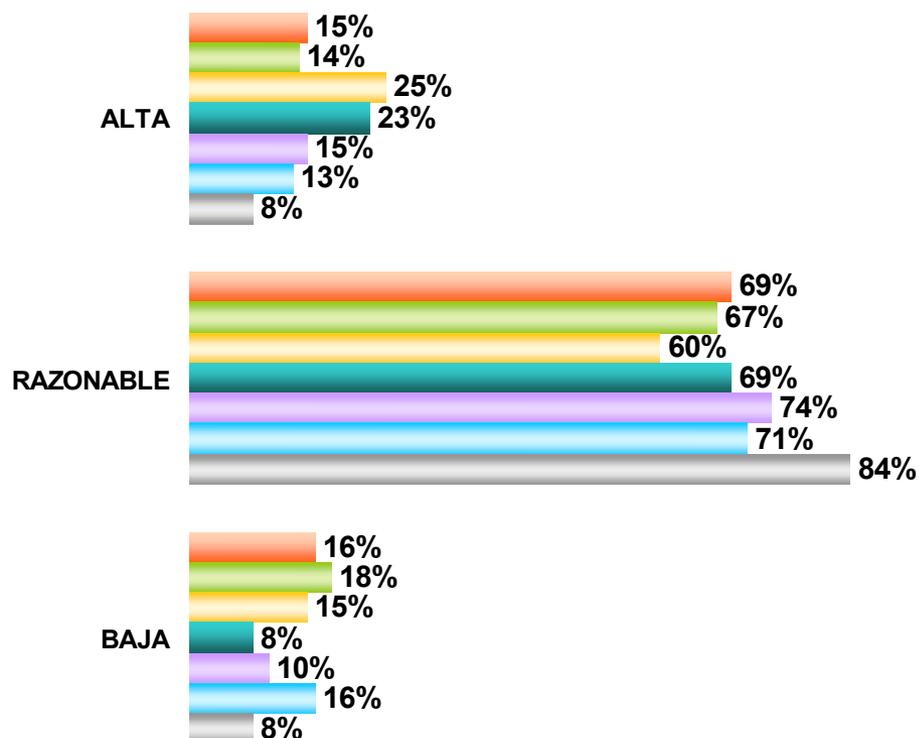
100

250

250

125

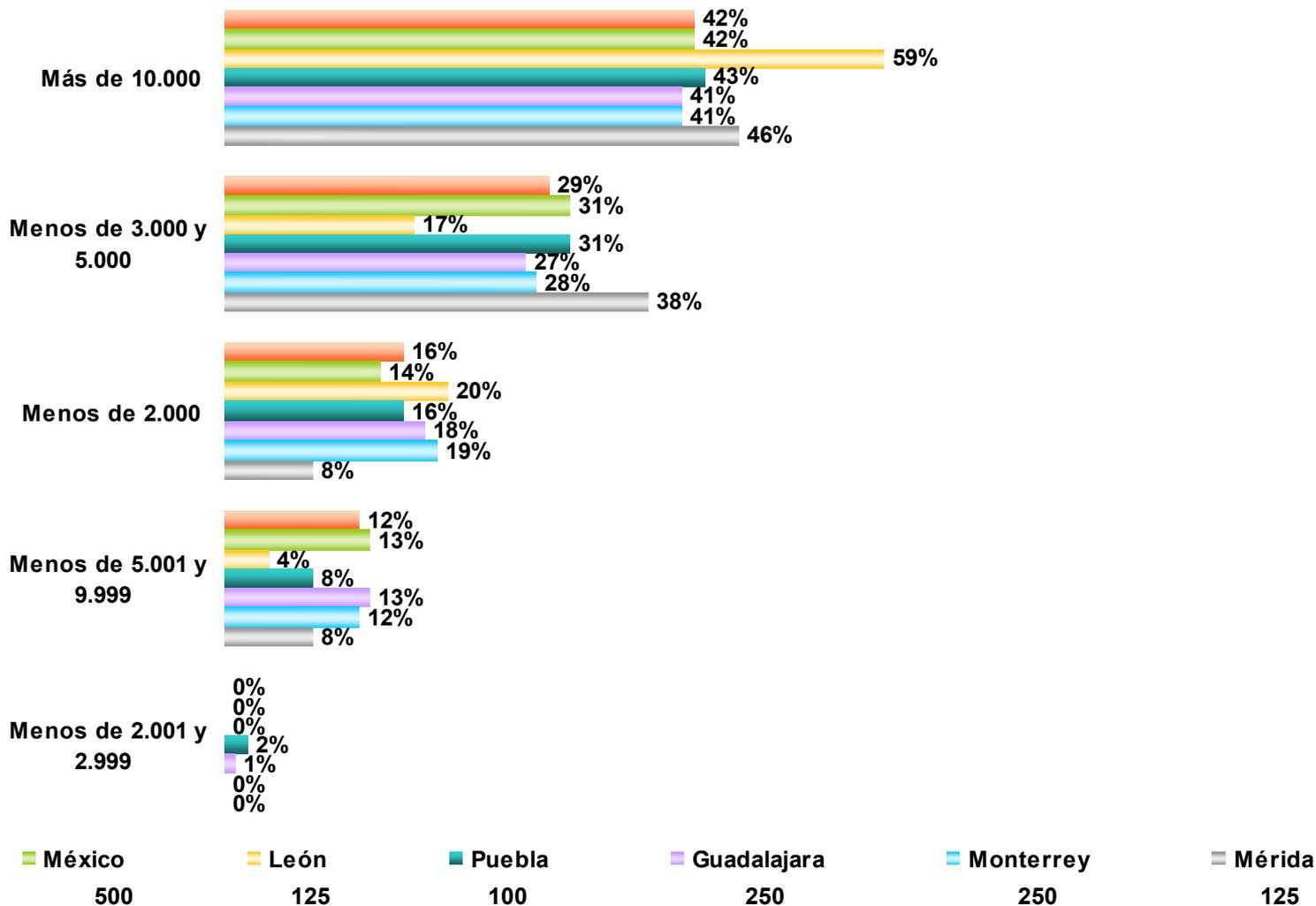
Le informo que cuesta \$ 2,671.86 con I.V.A. incluido por 10 años de vigencia el registrarlo ¿Le parece una cantidad razonable para proteger su marca o le parece alta o le parece baja?



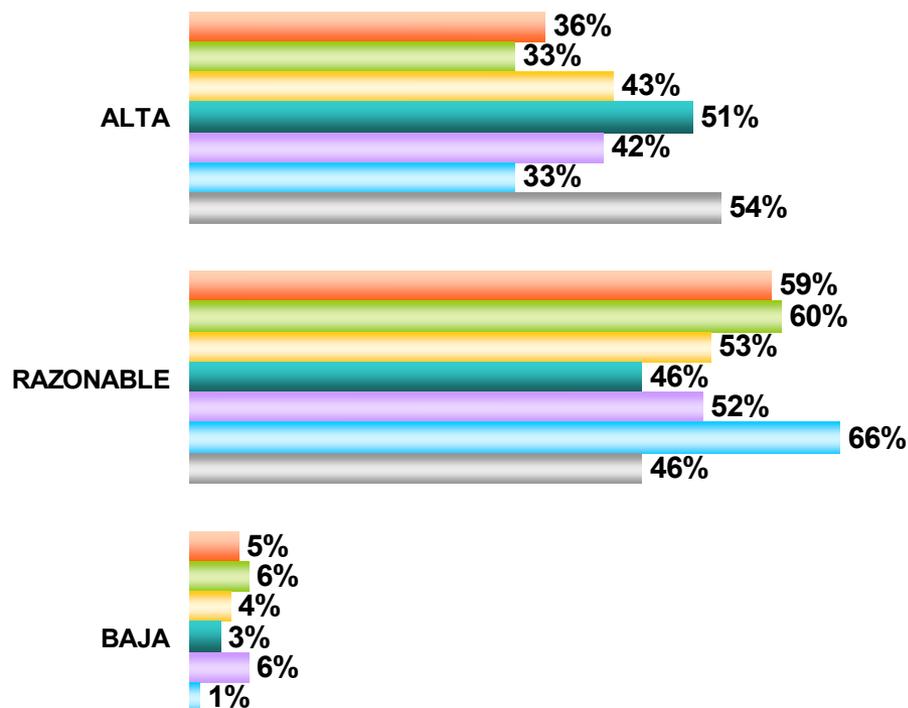
■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

BASES:
 Total 1350
 México 500
 León 125
 Puebla 100
 Guadalajara 250
 Monterrey 250
 Mérida 125

¿Cuánto cree usted que cuesta obtener el título de propiedad de una patente?



Le informo que la presentación de la solicitud cuesta \$ 8,320.58 con I.V.A. incluido ¿Le parece una cantidad razonable para proteger su patente o le parece alta o le parece baja?



■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

BASES: 1350

500

125

100

250

250

125

¿Sabe usted que el IMPI ofrece un 50% de descuento en la tarifa de patentes para personas físicas, microempresarios, investigadores y universidades?



■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

BASES:

1350

500

125

100

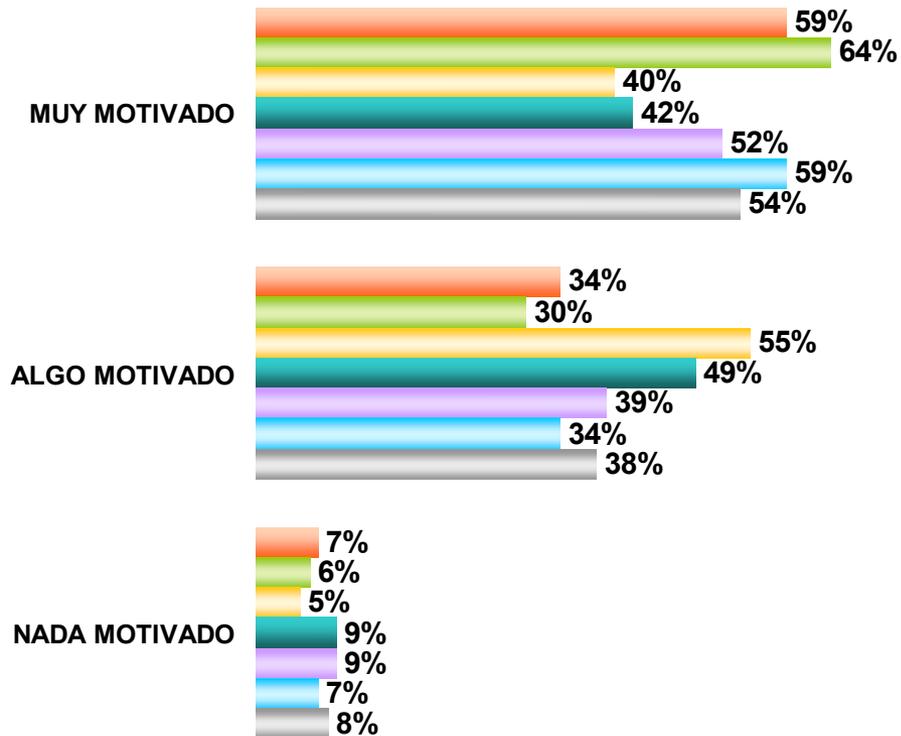
250

250

125

Motivación para proteger sus ideas

Ahora que sabe usted todo esto, ¿qué tan motivado se sentiría para proteger una marca o una patente en el IMPI ¿se sentiría muy motivado, algo motivado, o nada motivado para ir?



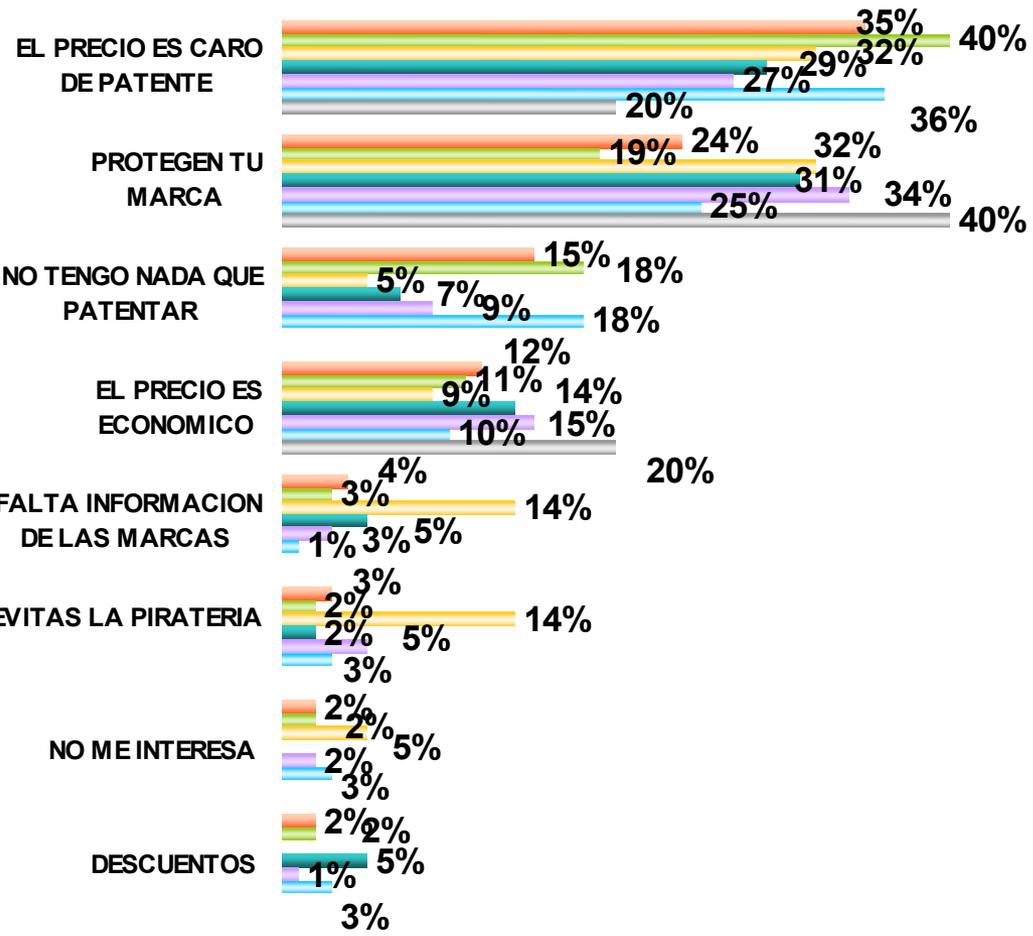
■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

BASES:
 Total 1350
 México 500
 León 125
 Puebla 100
 Guadalajara 250
 Monterrey 250
 Mérida 125

¿Por qué si se siente algo motivado?

¿Por qué se siente así? SOLO SE PREGUNTÓ SI DIJO QUE SE SIENTE ALGO MOTIVADO DE ACUDIR AL IMPI

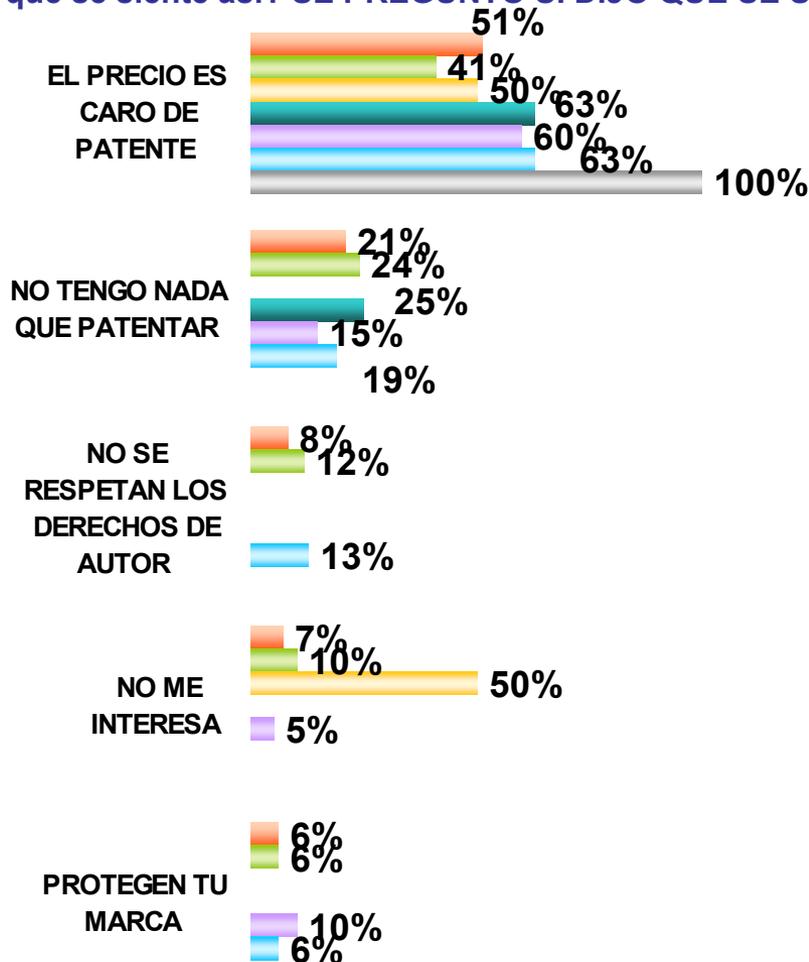
¿por qué se siente ALGO motivado?



Solo se muestran porcentajes con más menciones

¿Por qué no se siente motivado?

¿Por qué se siente así? SE PREGUNTÓ SI DIJO QUE SE SIENTE NADA MOTIVADO DE ACUDIR AL IMPI



¿por qué se siente NADA motivado?

Solo se muestran porcentajes con más menciones

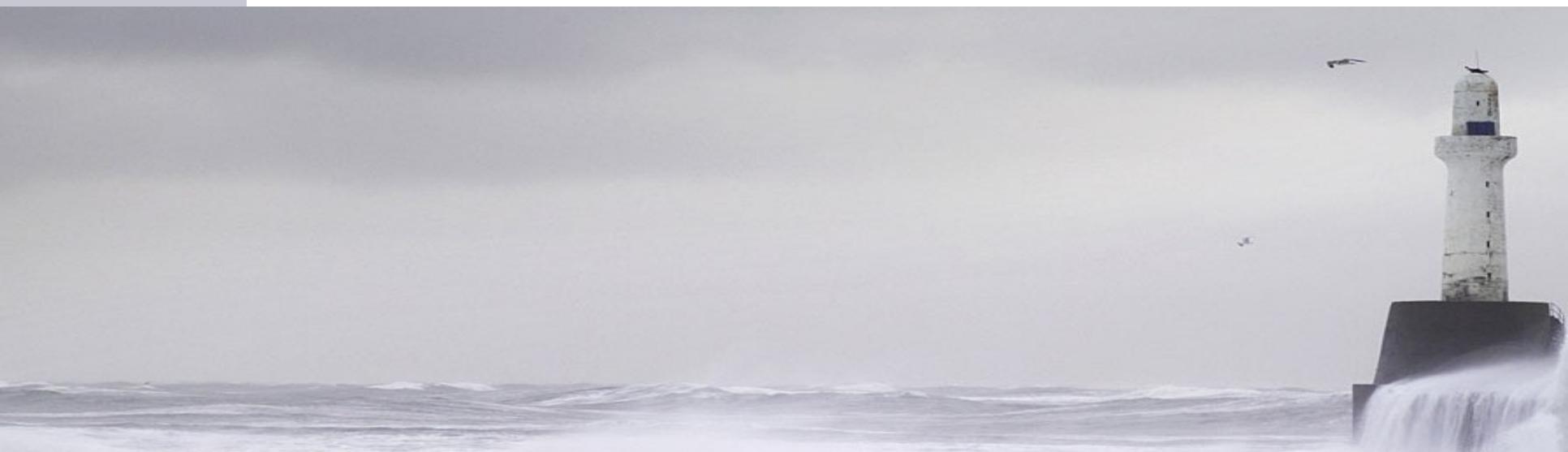
■ Total
 ■ México
 ■ León
 ■ Puebla
 ■ Guadalajara
 ■ Monterrey
 ■ Mérida

BASES:
 Total 104
 México 54
 León 2
 Puebla 9
 Guadalajara 21
 Monterrey 17
 Mérida 1



Ipsos Public Affairs

THE SOCIAL RESEARCH AND CORPORATE REPUTATION SPECIALIST



Ipsos Public Affairs

**Hegel 221 Colonia Polanco
México DF**

Tel. +52 55 1101 0000

Fax + 52 55 1101 0008

www.ipsos.com