

Valoración del estudio de la EUIPO "Los ciudadanos europeos y la propiedad intelectual: percepción, concienciación y conducta", con motivo del Día Mundial Antifalsificación

## Se multiplica por cuatro el número de españoles que compra falsificaciones

Madrid, 12 JUN 2023

---

- Nos encontramos, pues, ante un consumo contaminado por efectos como el postureo y la compra de productos que son un fraude.
- España es el segundo país europeo, detrás de Bulgaria, en consumo intencionado de falsificaciones.
- ANDEMA y STANPA alertan sobre la necesidad de construir, desde la educación, consumidores responsables.
- 8 de cada 10 españoles son conscientes de los perjuicios que provocan las falsificaciones.
- Un tercio de los europeos justifica el consumo de estos productos cuando el precio del original es muy alto. Cifra que aumenta hasta el 50% en los jóvenes.

La Asociación para Defensa de la Marca (ANDEMA) y la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA), califican de preocupantes los datos del [último estudio](#) realizado por la EUIPO (Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea, por sus siglas en inglés) sobre la percepción de los europeos ante las falsificaciones. Ambas asociaciones llaman la atención sobre la necesidad de construir, desde la educación, una sociedad de consumidores responsables y sensibles ante los perjuicios y peligros que provocan los productos falsificados.

La edición de este año del estudio de la Oficina Europea de la Propiedad Intelectual (EUIPO) "Los ciudadanos europeos y la propiedad intelectual: percepción, concienciación y conducta" recoge que un 20% de los españoles reconoce haber comprado deliberadamente productos falsificados en el último año, un 15% más que en 2020, año en el que se realizó la edición anterior del [estudio](#). España es el segundo país europeo, detrás de Bulgaria (24%), en consumo intencionado de falsificaciones. "Los datos son preocupantes porque van en aumento en los últimos años. Si, además, nos fijamos sólo en la franja de edad de 15 a 24 años, la EUIPO destacaba, en un estudio de hace justo un año, que el 49% de los españoles reconocían haber comprado a propósito falsificaciones. Este año, de nuevo estamos por encima de la media europea que se sitúa en un 13%", señala Gerard Guiu, director general de ANDEMA.

De acuerdo con el informe presentado hoy, 8 de cada 10 españoles son conscientes de los perjuicios que provocan las falsificaciones para la economía y para la seguridad de los consumidores. Precisamente éstos, los consumidores encuestados, afirman estar totalmente de acuerdo o bastante de acuerdo con que las falsificaciones sirven de apoyo a organizaciones criminales (84%), arruinan negocios y destruyen empleo (80%) y que favorecen un comportamiento poco ético (82%).

Según Guiu, "en este sentido parece que estamos logrando, poco a poco, que la ciudadanía sepa lo que se esconde detrás de las falsificaciones, pero no deja de haber un porcentaje de la población que opta, de forma consciente, por adquirir estos productos. Necesitamos hacer pedagogía, desde la infancia, para crear una sociedad de consumidores responsables en todos los sentidos. Gracias a su inclusión en los currículos educativos, los niños ahora saben reciclar, seguridad vial o llevar hábitos de vida saludables, hay que conseguir que rechacen las falsificaciones. Si no hay demanda, se termina la oferta."

Para los españoles, la razón más poderosa para no comprar falsificaciones es que con ellas se contribuye a fomentar la actuación de las organizaciones delictivas, seguida del perjuicio a los productos originales y el riesgo para la seguridad y la salud. *"La problemática de las falsificaciones no se limita al daño a una marca, como podría parecer, sino que tiene un grave impacto económico, social y de salud"*, afirma Val Díez, directora general de Stanpa. En el caso de los perfumes y cosméticos, productos que están durante horas en contacto con nuestra piel, la directora técnica de Stanpa, Pilar García, nos alerta de que *"los perfumes falsificados son un fraude, tienen una composición muy distinta a los originales e incluyen disolventes industriales, componentes tóxicos o prohibidos, algo que es muy grave para la salud de nuestra piel"*. El estudio de la EUIPO también revela que 4 de cada 10 españoles se han preguntado alguna vez si han comprado un producto falsificado de manera involuntaria.

Estos datos son muy similares a la media en Europa, pero llama la atención que, a pesar de ello, para un tercio de los europeos es aceptable comprar falsificaciones cuando el precio del producto auténtico es alto, cifra que asciende a la mitad en el caso de los jóvenes. Destaca también que el 26% de los europeos justifica la compra de falsificaciones cuando *"no importa la calidad del producto"*. De nuevo, este porcentaje asciende casi a la mitad en el caso de los ciudadanos de entre 15 y 24 años. *"Nos encontramos, pues, ante un consumo contaminado por efectos como el postureo y la compra de productos que son un fraude"*, indica Díez.

*"Somos conscientes de que el bombardeo al que se ven sometidos a través de las redes sociales no ayuda. La compra de falsificaciones en determinadas franjas de edad es algo aspiracional: quieren llevar el bolso de la instagramer de moda y no pueden comprar el auténtico. De acuerdo con un estudio que realizamos con la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), se destacaba que el comprador de falsificaciones tiene un perfil de persona menor de 35 años, con sentimientos de orgullo narcisista ante la compra de estos productos y fácilmente influenciado por su entorno"*, destaca el director general de Andema.

#### STANPA

Clara Pi | [clara.pi@stanpa.com](mailto:clara.pi@stanpa.com)  
Nuria Cuenca Octavio |  
[nuria.cuenca@stanpa.com](mailto:nuria.cuenca@stanpa.com)  
[stanpacomunicacion@stanpa.com](mailto:stanpacomunicacion@stanpa.com)  
Tel. 91 571 16 40

#### ANDEMA

Amparo Gómez-Amat |  
[amparo.gomez-amat@andema.org](mailto:amparo.gomez-amat@andema.org)  
Tel. 678 41 48 72

#### KREAB

Pablo Ibáñez | [pibanez@kreab.com](mailto:pibanez@kreab.com)  
Lucía Mateos | [lmateos@kreab.com](mailto:lmateos@kreab.com)  
Claudia Vázquez | [cvazquez@kreab.com](mailto:cvazquez@kreab.com)  
Tel. 91 702 71 70



**Stanpa** es la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. Fundada en 1952, integra en la actualidad a más de 400 entidades que fabrican y distribuyen perfumes, cosméticos y productos de higiene y cuidado personal en nuestro país.

**Andema.** La Asociación para la Defensa de la Marca es una asociación privada sin ánimo de lucro creada hace más de 30 años por iniciativa de ocho empresas con vocación marquista y de la Cámara de Comercio de España. En la actualidad, está compuesta por cerca de 90 empresas de diferentes sectores económicos con un nexo en común: la creencia en el poder de la marca, de los diseños y de las patentes como principal activo de las empresas, como herramienta de competitividad e internacionalización y como elemento generador de riqueza y empleo en la economía y en la sociedad. Sus objetivos son la defensa de las marcas y sus titulares, la mejora continua del marco legislativo y práctico de las marcas en España y lograr la concienciación de la sociedad en general a través de la difusión del impacto que tienen las marcas en la economía, el empleo, la innovación, el comercio, la seguridad y la salud del consumidor. <https://www.andema.org/>