



AMERICAN CHAMBER
MEXICO

Septiembre, 2011

Resumen Ejecutivo

4.^a Encuesta de Hábitos de Consumo de Productos Pirata y Falsificados

Para:



AMERICAN CHAMBER
MEXICO



Índice

Antecedentes	3
Objetivos.....	3
Metodología y muestra	4
Perfil del usuario pirata	5
Productos piratas comprados con mayor frecuencia	6
Percepción de la piratería	7
Piratería en Internet	9
Impactos de la piratería	10
Conclusiones	11
Agradecimientos.....	12

Antecedentes:

AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE OF MEXICO, A.C. es una organización empresarial independiente, apartidista y no lucrativa, dedicada a representar, promover y desarrollar el comercio y la inversión entre México y Estados Unidos.

AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE OF MEXICO por cuarta ocasión llevó a cabo el estudio en usos y hábitos en el consumo de bienes piratas entre los mexicanos. El objetivo de este estudio fue identificar las razones y el comportamiento de este fenómeno dentro de la sociedad.

La información del presente proyecto permitirá a AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE OF MEXICO tener un panorama general sobre los hábitos de consumo de productos pirata de los mexicanos y la identificación de los posibles *key drivers* para contrarrestar el fenómeno.

Objetivos:

Objetivo General

- Identificar los hábitos y usos de compra de bienes de piratería.

Objetivos Específicos

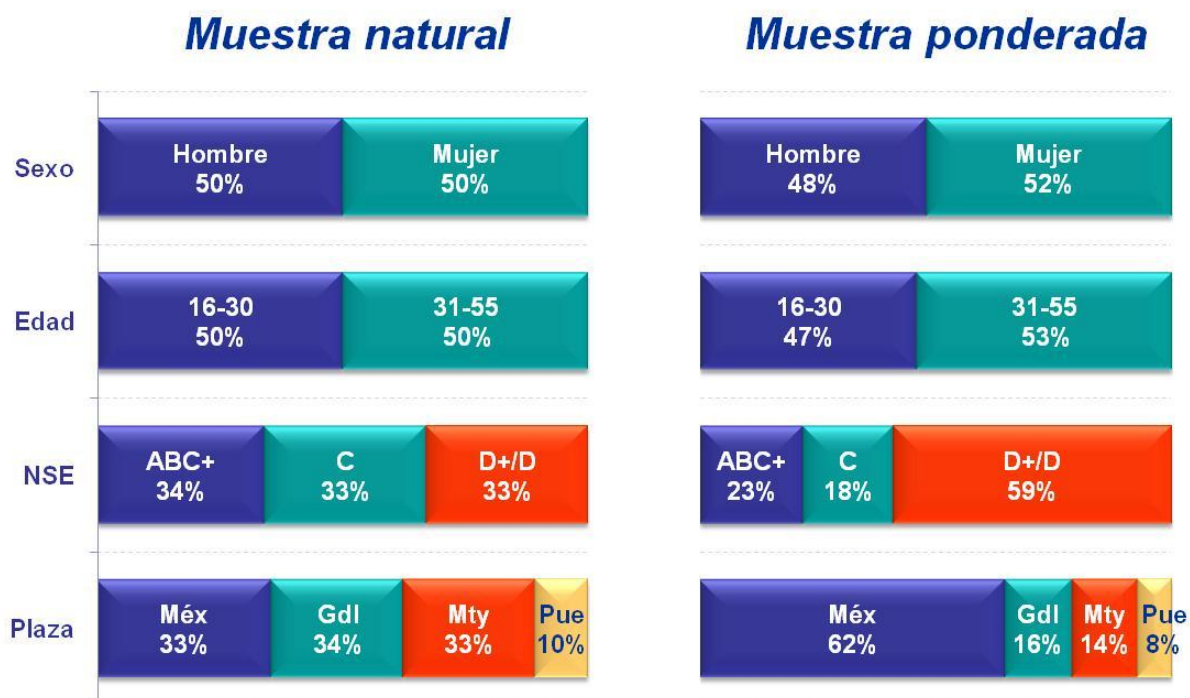
- Identificar las categorías de productos con mayor incidencia en el uso de bienes de piratería.
- Conocer el perfil de la población más propensa al uso de bienes de piratería.
- Identificar los puntos estratégicos donde la población puede acceder con mayor facilidad a bienes de piratería.
- Conocer el nivel de incidencia o frecuencia en este hábito.
- Identificar la proporción de distribución del gasto de los mexicanos entre bienes originales y piratas de las categorías con mayor incidencia.
- Conocer la percepción y concientización de los mexicanos hacia la piratería.
- Identificar los *drivers* para el consumo y no consumo de productos piratas.



Metodología y muestra:

Se realizaron 1,000 entrevistas cara a cara en puntos de alto tráfico con personas de 16 a 55 años, NSE ABC+C, D+/D residentes en la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y Puebla, que hayan comprado algún producto pirata o realizado alguna descarga ilegal en los últimos tres meses.

Se utilizó una ponderación poblacional por demográficos y ciudad para darle el peso correspondiente a cada entrevistado, quedando de la siguiente manera:





Perfil del usuario pirata:

8 de cada 10 personas han comprado o descargado algún producto pirata. El 47% son personas de 16 a 30 años, en su mayoría son empleados públicos y privados.

Las principales categorías compradas en el mercado ilegal son música/películas, calzado, ropa y textiles y perfumes, siendo el principal lugar de compra los tianguis/mercados (63%).

Categorías compradas en los últimos 3 meses	Pirata
Música/Películas	59%
Calzado	46%
Ropa y textiles	41%
Perfumes	17%
Medicamentos	15%
Cigarros (solo a mayores de 18 años)	14%
Accesorios de celulares	14%
Accesorios (reloj, lentes)	10%
Software / videojuegos	7%
Juguetes	6%
Materiales de instalación eléctrica	2%
Base	1000



Productos piratas comprados con mayor frecuencia:



Los Cd's de música es el producto más comprado dentro del mercado informal, el 52% declara ser el producto que compra con mayor frecuencia, seguido de películas. Los lugares donde adquieren estos productos principalmente son en tianguis/mercados y el metro.

Dentro de la categoría de calzado, los tenis es el producto más comprado pirata (15%), el 57% declara comprarlo en un tianguis.

Para ropa y textiles los jeans son las prendas con mayor compra en la piratería, declarando que el 59% lo compra en tianguis.

	Total	Méx	Gdl	Mty	Pue	ABC+	C	D+/D
Cd's de música	52%	58%	57%	20%	62%	48%	50%	49%
Películas	49%	55%	32%	59%	23%	43%	55%	55%
Ropa	16%	16%	9%	28%	5%	9%	21%	17%
Tennis	15%	14%	1%	46%	-	17%	16%	15%
Zapatos	7%	9%	2%	10%	3%	5%	6%	9%
Perfume	7%	5%	8%	20%	2%	8%	4%	8%
Pantalón	6%	6%	2%	11%	-	6%	4%	6%
Lentes	4%	2%	4%	15%	1%	4%	4%	4%
Software/Videojuegos	3%	3%	6%	1%	3%	7%	1%	2%
Juguetes	3%	2%	5%	4%	3%	2%	3%	3%
Accesorios para el celular	2%	2%	1%	4%	-	2%	2%	2%

Percepción de la piratería:

La piratería es descrita por el consumidor con tres frases principalmente:

- Una forma de obtener productos de la misma calidad pero a menor precio.
- Un acto ilegal
- Copia de una idea original, violando los derechos de autor.

Se cree que la piratería existe principalmente por la situación economía (75%), con menores menciones aparecen el desempleo, que son fáciles de conseguir, que es una forma de ganar dinero fácilmente, entre otras.

91% de las personas conocen a alguien que compra productos piratas, un 54% si recomendaría a un amigo comprar productos piratas.

Dentro de las principales razones por las cuales se compran los productos destacan:

- Precios bajos (77%)
- Facilidad de adquisición (39%)

	Total	Mex	Gdl	Mty	Pue	ABC+	C	D+/D
Precios muy bajos	77%	77%	86%	86%	42%	75%	79%	77%
Facilidad de adquisición	39%	40%	27%	46%	35%	37%	34%	40%
La calidad es parecida a los originales	18%	19%	16%	17%	16%	15%	19%	19%
Tienen las novedades / lo más nuevo	11%	10%	12%	14%	11%	11%	16%	10%

Comprándolos con una frecuencia declara 37% casi siempre y 55% ocasionalmente.

La principal razón para identificar un producto pirata es el precio (57%) pero en algunas plazas como Monterrey y Puebla se destaca el empaque.

%	Total	Mex	Gdl	Mty	Pue	ABC+	C	D+/D
Precio	57	54	57	80	46	63	61	54
Empaque	27	21	26	48	40	37	25	24
Material	27	26	36	25	17	29	26	26
Lugar de venta	26	23	35	28	21	29	32	22
Nombre de la marca	15	15	16	18	12	13	13	17
Logo	10	7	25	12	5	7	11	11
Calidad	4	4	6	-	-	2	3	5

Los productos nunca comprados dentro de la piratería son:



	Total	Méx	Gdl	Mty	Pue
Medicamentos	64%	63%	57%	79%	66%
Alimentos	40%	44%	25%	53%	15%
Cigarros	29%	34%	14%	32%	17%
Perfumes	14%	13%	18%	10%	18%
Calzado	13%	11%	23%	6%	18%
Materiales de instalaciones eléctricas	11%	8%	5%	28%	10%
Ropa y textiles	9%	6%	23%	7%	13%
TV por cable	7%	7%	2%	15%	2%
Libros	6%	5%	8%	10%	6%
Juguetes	5%	5%	3%	5%	15%
Accesorios de celulares	5%	5%	6%	6%	2%
Accesorios	5%	5%	5%	4%	7%
Software / videojuegos	5%	4%	2%	9%	4%
Bebidas alcohólicas / vinos	4%	5%	2%	-	-

Piratería en Internet:

Del 50% de los entrevistados que se han conectado a Internet en los últimos tres meses, 72% tienen acceso a Internet desde sus casas, conectándose con una frecuencia alta (84% más de una vez a la semana).

Dentro de las principales actividades que realizan en Internet, destacan el visitar redes sociales, chatear, enviar/recibir correos electrónicos, pero es importante resaltar que el 25% de las actividades son descargas ilegales.

%	Total	Mex	Gdl	Mty	Pue	ABC+	C	D+/D
Actualizar / visitar redes sociales	63	58	75	85	45	61	64	63
Chatear / messenger	57	51	64	85	57	65	60	52
Enviar / recibir correos electrónicos	43	44	50	16	56	50	45	38
Bajar canciones / videos musicales	42	46	46	25	30	44	39	42
Bajar imágenes	28	28	30	17	33	28	22	29
Subir fotos para compartirlas	26	25	27	19	38	31	22	25
Buscar información / acceso a buscadores	23	23	26	12	36	30	22	20
Visitar portales de internet	22	23	27	13	18	33	21	17
Leer periodicos / revistas	9	8	17	6	14	15	8	7
Bajar películas / series de tv	8	7	13	2	17	9	9	8
Escuchar la radio	8	8	8	10	8	9	7	8
Bajar softwares	7	9	2	2	13	9	3	7
Bajar libros / e-books (libro digital)	6	7	7	1	12	7	6	6

Dentro de lo mas descargado están la música e imágenes y con menor frecuencia e-books.

La principal razón para bajar música es por gusto, las imágenes para compartir con amigos, las películas porque son gratis, software por necesidad y e-books para tareas.

Impactos de la piratería:

El mayor impacto considerado que afecta la piratería es que fomenta la delincuencia, pero consideran que tiene un impacto positivo en su economía debido a que los productos piratas son más baratos.

Entre el 60% y 70% está consciente de que la piratería es dañina.



Al hablar del impacto de la piratería que tiene en el entorno y vida de cada persona, es vista como indiferente, identifican que la piratería sí afecta al país pero no a su vida diaria, es visto como un problema externo y al contrario es percibida como positiva en cuanto a su economía.

	✓ Positivamente	= Indiferente	✗ Negativamente
Su economía	46%	31%	23%
Su vida personal	27%	44%	29%
Sus estudios	15%	57%	28%
Su familia	18%	48%	34%
Su salud	7%	47%	46%
Desarrollo personal	12%	57%	32%

Conclusiones:

- 8 de cada 10 personas declararon haber comprado productos pirata.
 - Aún cuando los jóvenes son los que no tienen capacidad económica, son las personas trabajadoras (empleados tanto del sector público como privado) los que más compran piratería.
- El lugar ideal para adquirir un producto pirata son los tianguis debido al bajo costo de los productos pero de igual manera se exige calidad en ellos.
- Las categorías que más se consumen son CDs de música, películas, calzado, ropa y textiles, perfumes, medicamentos, cigarros y accesorios de celulares.
- Para determinar si un producto es original o no, no se toman en cuenta las características del mismo sólo se basan en el precio.
- Aún cuando el 51% de los entrevistados consideran que la piratería es un acto delictivo, el 30% considera que los productos tienen la misma calidad que los originales.
 - Esto está ligado a que las personas recomienden estos productos.
- Adicional al precio, los productos son adquiridos debido a la facilidad para encontrarlos, este atributo también es valorado por las personas que descargan música.
- De los que compran productos piratas, el 50% acceden a Internet y de estos 1 de cada 4 realiza una descarga ilegal.
- Aún cuando se reconoce que la piratería afecta a la economía mexicana y es un acto delictivo también se percibe como una ayuda a su economía y una forma de no pagar precios excesivos y disminuirlos.
- La única barrera para no comprar productos piratas es no atentar contra su salud.
- Fuera de su economía y su salud, al consumidor le parece indiferente el impacto de la piratería en otros ámbitos personales.

Agradecimientos.

AMERICANCHAMBER/MEXICO agradece el apoyo financiero de los patrocinadores de esta encuesta:

- Arochi. Marroquin & Lindner S. C.
- Asociación Mexicana de Video
- Baker & Mckenzie S.C
- British American Tobacco México
- Business Software Alliance.
- Calderón y de la Sierra y Cía., S.C.
- Nike Mexico.
- Olivares y Compañía. S.C.
- Phillip Morris Mexico, SA de CV
- Schneider Electric México SA de CV
- Uhthoff, gómez vega & uhthoff, S.C.
- AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE OF MEXICO, A.C.

