

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.

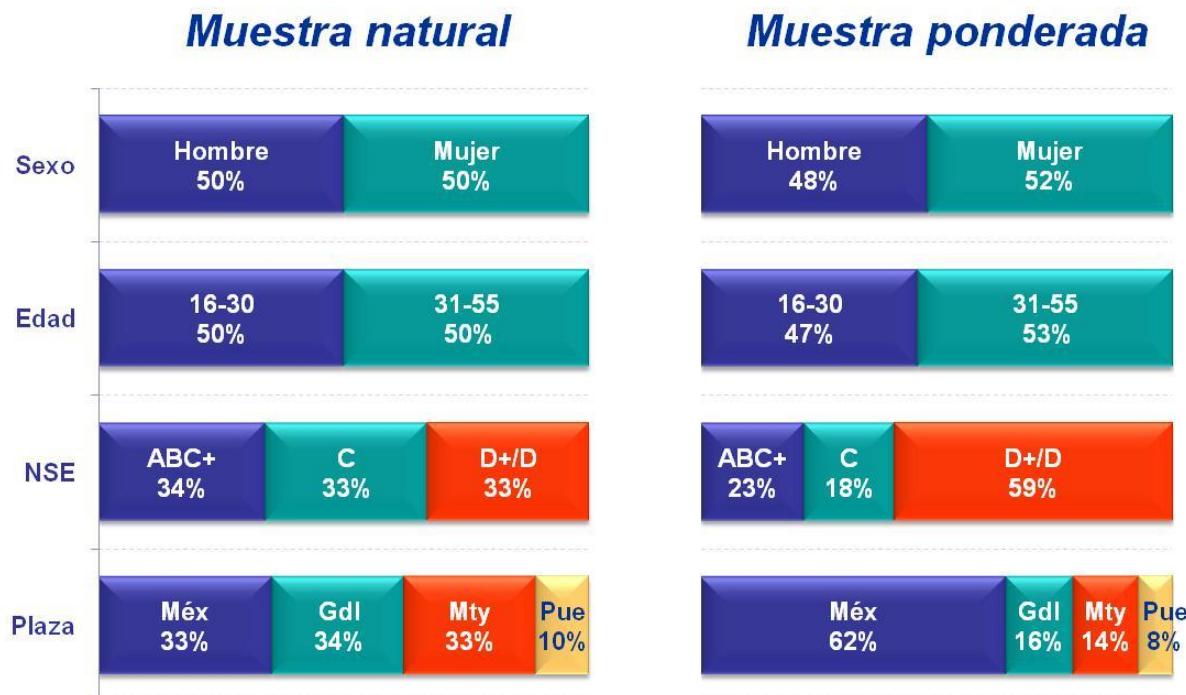
Objetivos Específicos

- 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 tennis 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% |
| Accesarios | 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 recomiendan 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.

AMERICAN CHAMBER/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.

