



Pirataria

Opinião do consumidor

Área de Estudos
Econômicos


Fecomércio MG
Sesc | Senac

Pirataria

O crime de falsificação e violação de propriedade intelectual e de direitos autorais, popularmente conhecido como pirataria, causa prejuízos sociais e financeiros em diferentes âmbitos sociais no Brasil e no mundo. Essa categoria de crime vem sendo combatida no país por diversas frentes.

Devido ao aumento da oferta de produtos piratas em Belo Horizonte e os malefícios que o comércio de pirataria desencadeia na sociedade, a área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG promoveu esta pesquisa com os consumidores, objetivando captar a percepção acerca do consumo de produtos piratas.



61,8% dos consumidores de Belo Horizonte afirmaram já terem consumido algum produto pirata, 31,3% nos últimos 12 meses

O preço é o principal atrativo para o consumo de produtos piratas em Belo Horizonte (80,9%). Os itens mais comprados pela população são: CDs/DVDs, roupas e eletrônicos. Mesmo com a grande procura, a maioria dos consumidores (84,5%) já se frustrou com a compra de algum item.

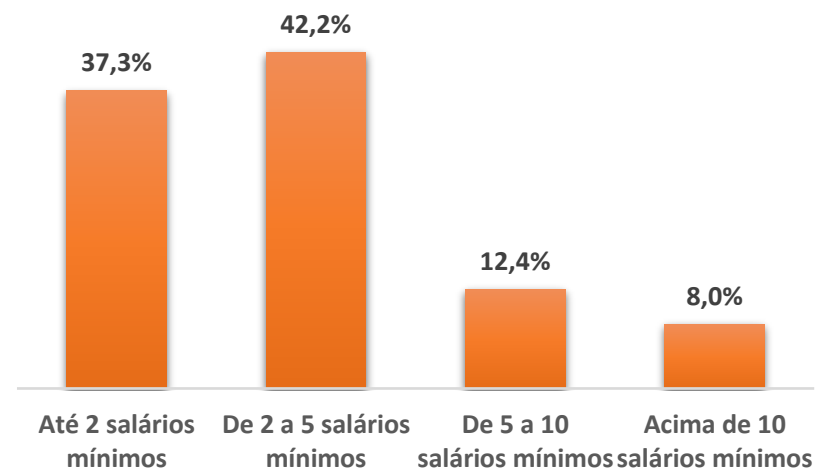
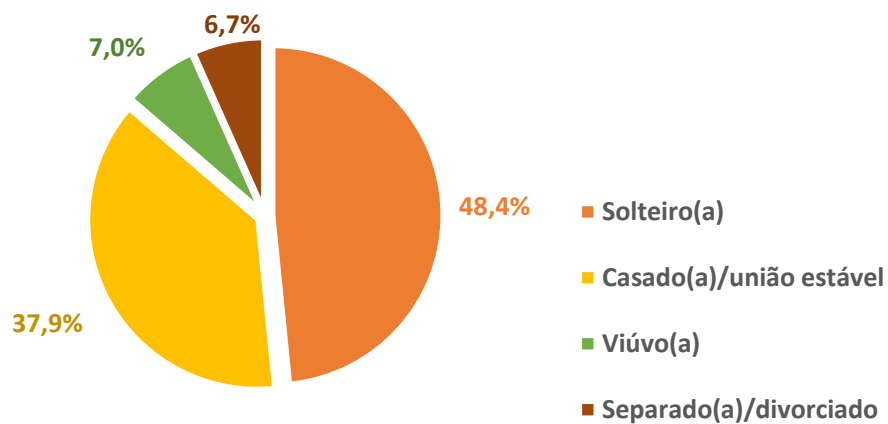
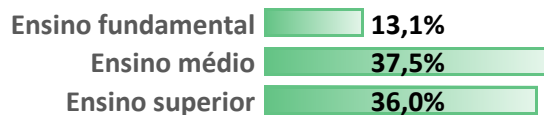
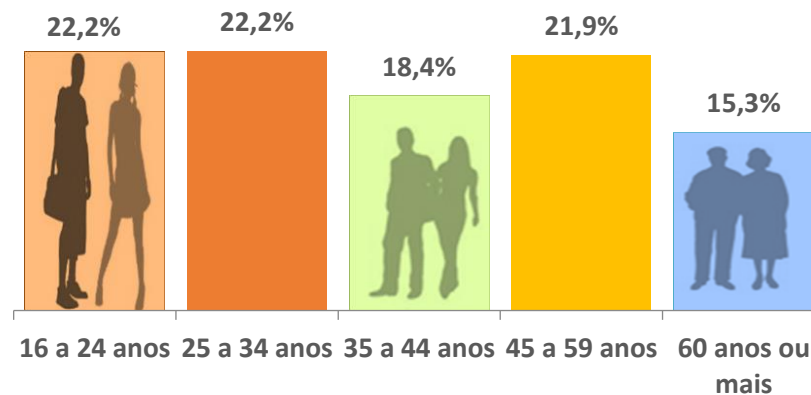
A compra de produtos piratas é um hábito, principalmente, do sexo masculino: 35,8% compraram algum item nos últimos 12 meses. Entre os mais jovens, mais de 50% dos consumidores de 16 a 24 anos realizaram tal compra no período.

Perfil dos entrevistados

53,5%

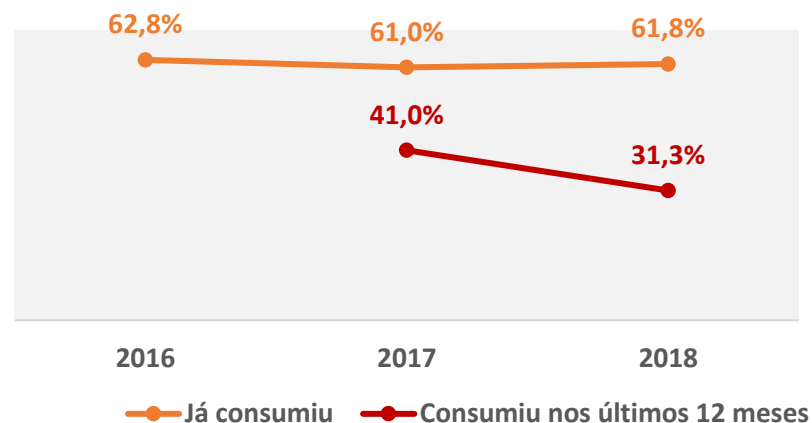
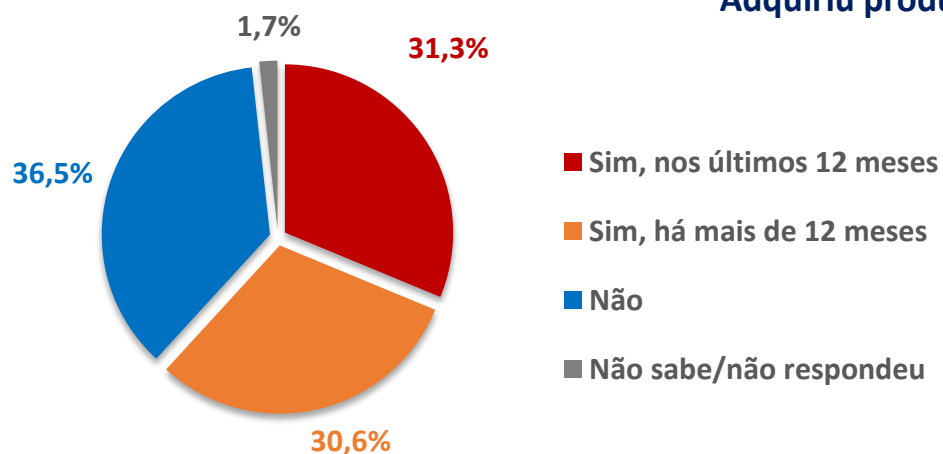


46,5%

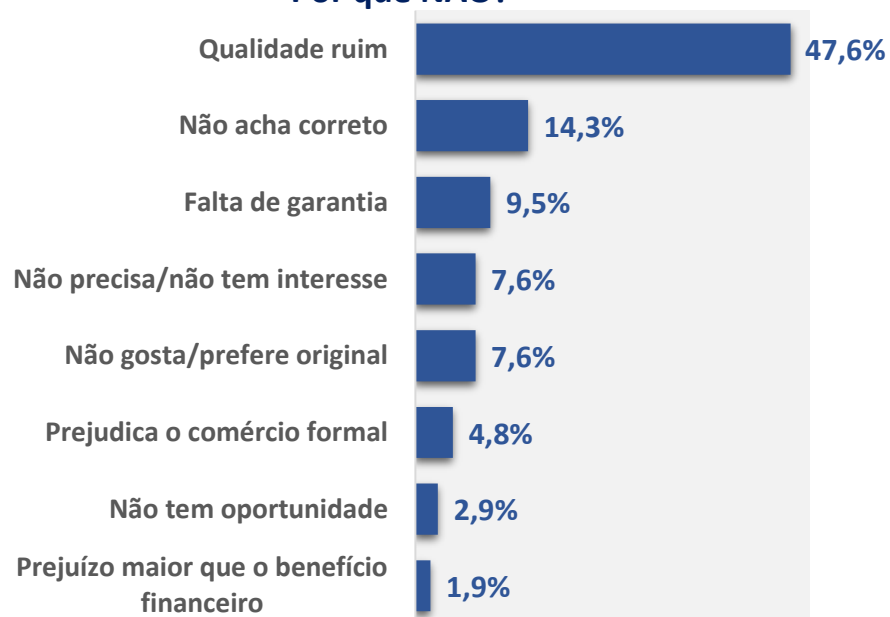


Compra de produtos piratas

Adquiriu produtos piratas?



Por que NÃO?⁽¹⁾



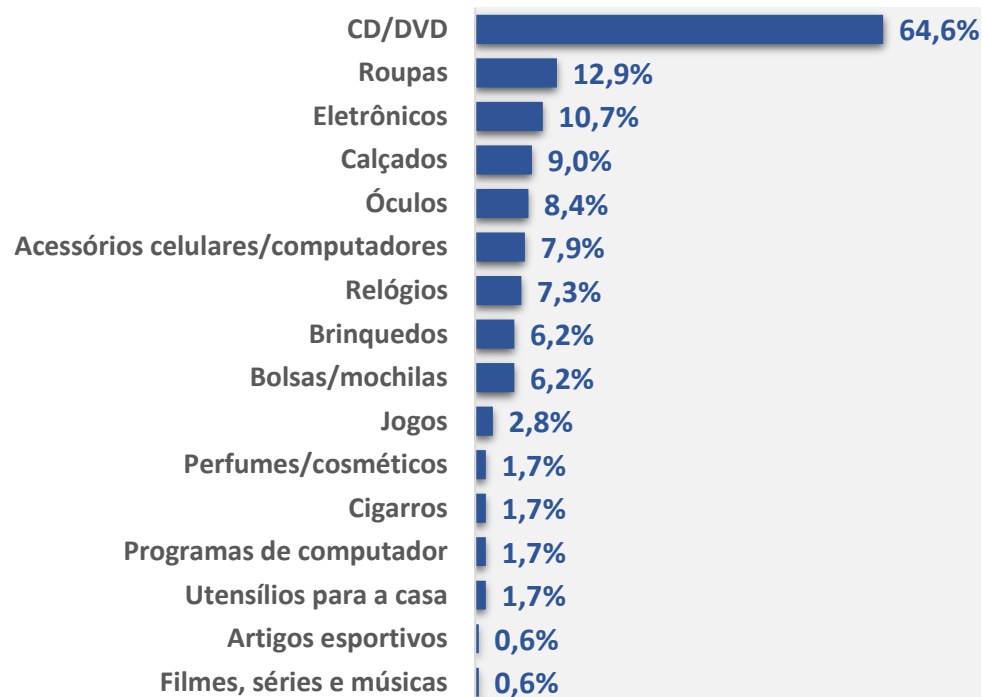
Por que SIM?⁽¹⁾



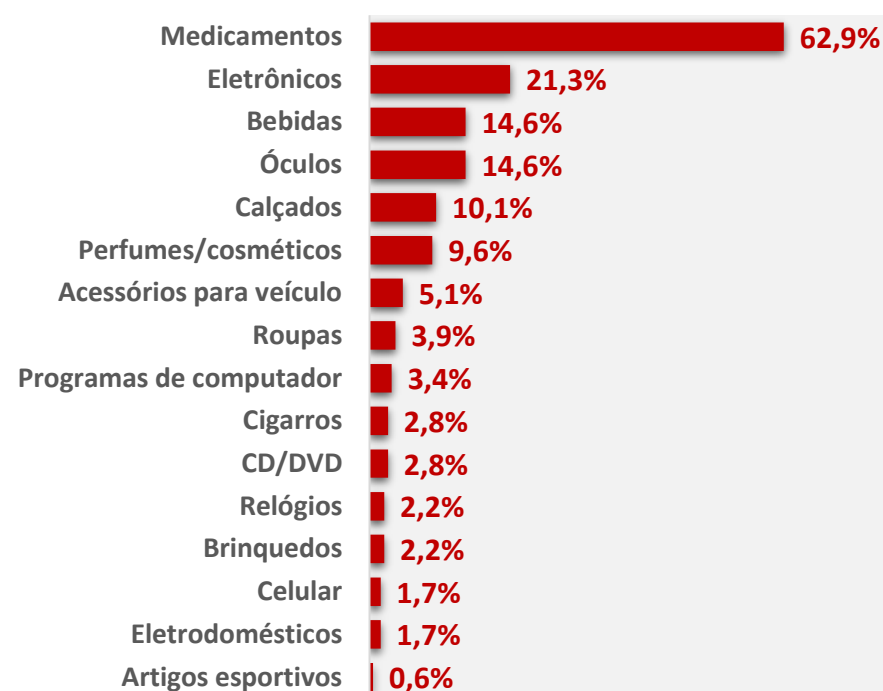
⁽¹⁾ Percentual de consumidores que citou cada item

Compra de produtos piratas

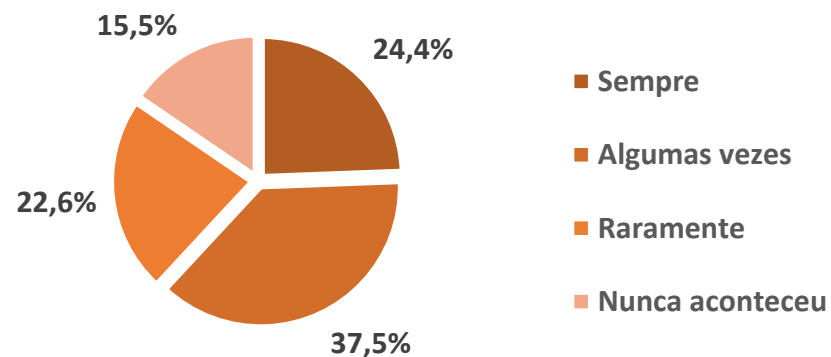
Quais produtos adquiriu?⁽¹⁾



Quais produtos jamais compraria?⁽¹⁾



Com que frequência fica decepcionado com a compra de produtos piratas?



⁽¹⁾ Percentual de consumidores que citou cada item

Perfil do consumidor

Os jovens são mais propensos ao consumo de produtos piratas. Mais de 50% dos entrevistados com idade entre 16 e 24 anos compraram algum item nos últimos 12 meses.

Os consumidores residentes na região Nordeste da capital mineira foram os que mais consumiram itens piratas nos últimos 12 meses. As regiões Centro-Sul e Noroeste foram aquelas que apresentaram menor consumo.

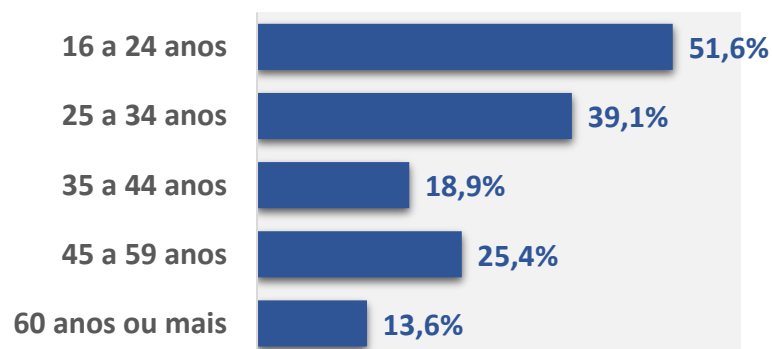


35,8% dos consumidores do sexo masculino compraram produtos piratas no último ano

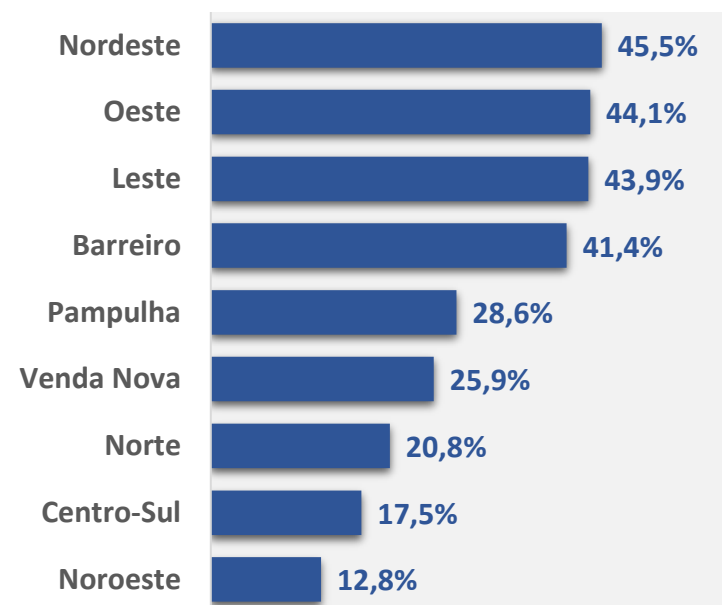


27,3% dos consumidores do sexo feminino compraram produtos piratas no último ano

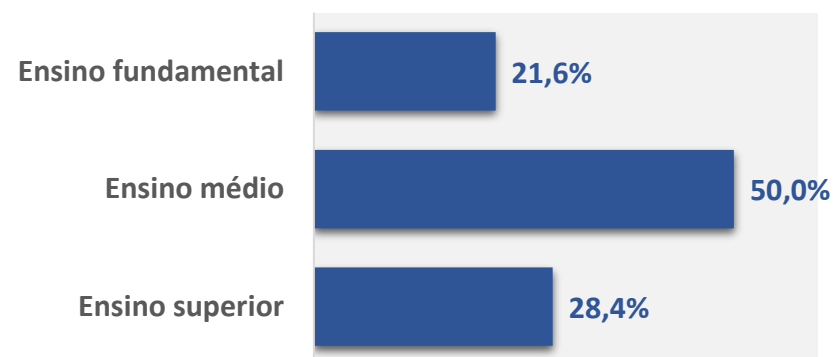
Compra de produtos piratas por idade



Compra de produtos piratas por região

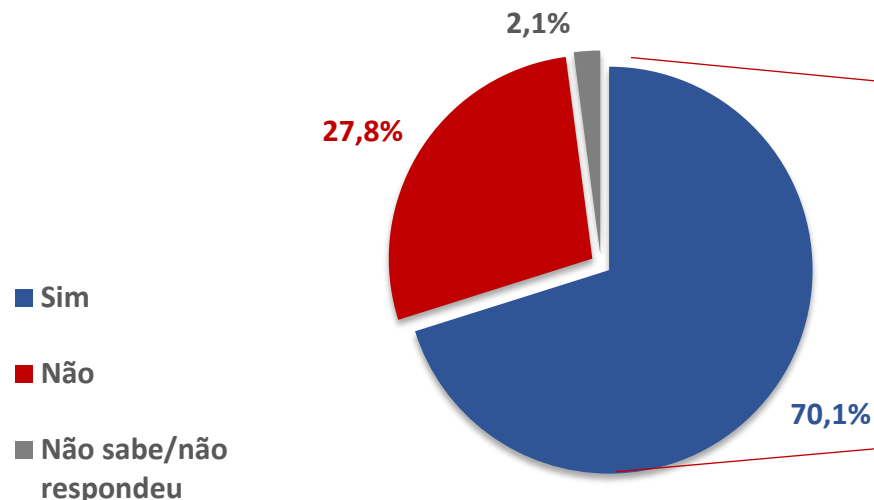


Compra de produtos piratas por escolaridade

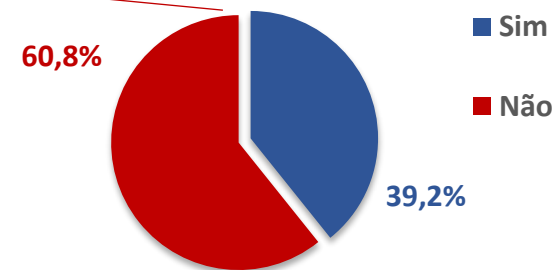


Campanhas contra pirataria

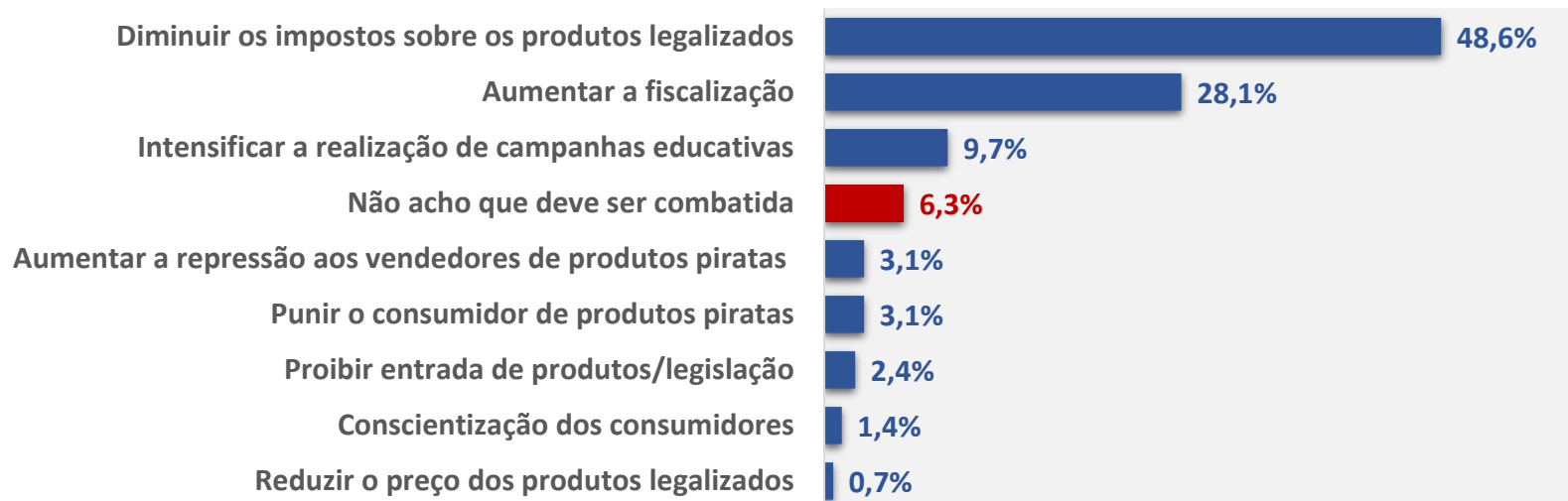
Lembra de alguma campanha contra pirataria veiculada em TV, jornais e outros?



Acredita na efetividade dessas campanhas?



Ação que acredita ser mais eficaz⁽¹⁾



⁽¹⁾ Percentual de consumidores que citou cada item

Percepção dos impactos

Para verificar a percepção dos consumidores sobre os impactos da compra de produtos piratas foram feitas dez afirmativas para o entrevistado concordar ou não. Na maior parte das afirmações notou-se que os consumidores estão conscientes em relação aos prejuízos da prática. A maioria concorda com o fato de que a pirataria prejudica o fabricante ou o artista (95,3%), que alimenta a sonegação de impostos (92,5%) e que prejudica o faturamento do comércio (89,8%).

Mais da metade dos consumidores vê a pirataria como uma causa para desemprego (59,5%) e não acredita na eficácia de campanhas contra pirataria (48,6%); 50,2% não acredita que seja crime baixar filmes, músicas e jogos da internet para uso pessoal.

Afirmativas	Concorda	
	Sim	Não
A pirataria prejudica o fabricante ou artista	95,3%	4,7%
A pirataria alimenta a sonegação de impostos	92,5%	7,5%
A pirataria prejudica o faturamento do comércio	89,8%	10,2%
O uso de produtos piratas pode lhe causar alguma consequência negativa	87,0%	13,0%
A pirataria financia o crime organizado	88,8%	11,2%
A compra de produtos piratas é crime	82,7%	17,3%
A pirataria causa o aumento no preço dos produtos legais	67,8%	32,2%
A pirataria causa desemprego	59,5%	40,5%
Campanhas contra a pirataria diminuem o consumo desses produtos	51,4%	48,6%
Baixar filmes, músicas e jogos da internet para uso pessoal é crime	49,8%	50,2%

Metodologia

A metodologia utilizada para a pesquisa foi a aplicação de questionários (survey) por meio de uma amostra estratificada da população do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais de acordo com sexo, grupo de idade e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova). As cotas de sexo e idade, estratificadas por regiões de Belo Horizonte, foram baseadas no Censo 2010 do IBGE. Foram entrevistadas 288 pessoas, no período de 1 a 5 de outubro de 2018. As entrevistas foram individuais, e o intervalo de confiança da amostra foi de 90%, com uma margem de 5,0 pontos percentuais dos resultados.

Equipe Técnica

Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de pesquisa	Elisa Castro da Mata Ferreira
Assistente administrativa	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes Filipe do Nascimento Souza Joyce do Nascimento Silva
Jovem aprendiz	Pedro Borges Teixeira

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais.
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG.
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324
economia@fecomercomg.org.br | www.fecomercomg.org.br