Encuesta Nacional sobre hábitos de consumo de piratería

Resultados cualitativos

Noviembre de 2019

Metodología y Muestra

NODO Investigación Estratégica realizó un estudio cualitativo acerca de la percepción de la piratería, con el propósito de evaluar la alternativa de comunicación que concientice a la sociedad sobre el tema.

Se llevaron a cabo cuatro sesiones de grupo, del 20 al 21 de noviembre de 2019, con los siguientes segmentos:

Segmento	CDMX
Grupo mixto, entre 31 a 50 años de nivel socioeconómico C/C-	1
Grupo mixto, entre 18 a 30 años de nivel socioeconómico C/C-	1
Grupo mixto, entre 31 a 50 años de nivel socioeconómico C+	1
Grupo mixto, entre 18 a 30 años de nivel socioeconómico C+	1
Total	**4**

Metodología - “Perception Analyzer”

- Para lograr mejores resultados en la evaluación cualitativa de propuestas de material (conceptos y audio) se incorporó la metodología de *Perceptor Analyzer*, herramienta que potencializa las ventajas de los grupos de discusión.

El *Perceptor Analyzer* permite retroalimentar la discusión grupal y el análisis del investigador

- Esta herramienta tiene las siguientes ventajas:
  - Permite a cada participante, en forma confiable y cómoda, calificar con el dial del *Perceptor Analyzer*, los distintos materiales gráficos, etc.
  - Registra con precisión los niveles de intensidad del impacto, agrado e interés que genera cada material.

I. GENERALIDADES DE ESTILO DE VIDA

De acuerdo con el estudio, los consultados pretenden disfrutar de la vida sin olvidarse de sus responsabilidades. Buscan proyectar logros y ser reconocidos por sus buenas decisiones.

Sus anhelos y aspiraciones se enfocan en:

- Crecimiento profesional
- Contar con patrimonio (casa)
- Contar con vehículo
- Tener un negocio propio
- Salir de vacaciones
- Viajar y conocer muchos lugares
- Para el segmento adulto, les interesa ver a sus hijos profesionistas y ejerciendo su carrera

- Sin embargo, lograr sus ideales se ven frustrados cuando se enfrentan a los siguientes factores:
    - Costo de las cosas.
    - Sueldo.
    - Falta de oportunidades de trabajo.
    - Cubrir prioridades (salud, alimentación, escuela)
- Es por ello que aquellos deseos y/o necesidades materiales requieren de un esfuerzo adicional, además de tiempo para juntar el recurso económico y la búsqueda de una oferta disponible.

    "Tenemos que buscar la manera de hacer algo, por ejemplo, empezar a ahorrar desde ahorita para comprar el próximo año una pantalla"

    "Hacerse de ropa, zapatos, celular, tenis, tienes que buscar ofertas, hasta por internet algún descuento"(segmento jóvenes)

    "Todo esta muy caro y tenemos prioridades, buscamos opciones más económicas para que todos los hijos tengan, por ejemplo, unos tenis" (segmento adulto)

II. PAPEL QUE JUEGA LA PIRATERIA EN LA VIDA COTIDIANA

Los consultados opinan que una forma de hacerse de artículos necesarios, así como complacer gustos materiales a un menor costo, es mediante la compra de productos: clon, imitación, falso o, como popularmente es señalado, **“Pirata”**

“Yo sí he comprado clon y no le veo mucha diferencia. Es como la medicina de patente y la de similares. A final de cuentas es la misma sustancia”.

“Mi hijo se compró una chamarra que es la misma que la original, no hay diferencia. Yo no tengo 2 mil para comprar una chamarra a ese costo y en cambio sí una de 500”.

Sin embargo, es bien sabido de que los productos pirata no cuentan con la misma calidad y por ende tampoco hay garantía.

“Una persona compra un medicamento genérico con el pensamiento que le va mejorar, pero con la duda de si va funcionar igual que el de patente”

“El cargador del Samsung lo he comprado dos veces por emergencia, pero no sirven, no son caros 20 pesos, por eso te arriesgas”

La piratería es…

En general, la piratería es una opción económica. Se sabe que es un delito. Sin embargo, la mayoría de la gente considera que no es grave pues no se conocen represalias contra quienes la produce, la vende o la consume.

“Está a nuestro alcance. En cualquier esquina encuentras películas, cd, memorias, audífonos”

“La economía no nos da, la tentación está a nuestro alcance”

“Las películas las compras porque no tienes para el cine”

“Los clones se lanzan antes que los originales. Tienes la exclusiva o la primicia, pero se oye grabada de cine”

Razones por las que se adquieren productos pirata

- Los entrevistados coinciden en que lo que origina la adquisición de productos pirata es la mala economía de las personas sumado a lo costoso de los productos originales, sin olvidar que las autoridades lo han permitido.
    - Accesibilidad – ahorro y precio bajo
    - Disponibilidad– facilidad para conseguirlo
    - Apariencia – parecido físico
    - Necesidad – alguna refacción, programa de diseño en computadora, brindar algún regalo, hasta obtener algún medicamento
    - Vanidad – deseo por tenerlo
    - No hay acceso a ciertas marcas o productos (lentes TESLA)
- La sensación que genera poseer un artículo deseado, aunque éste no sea original es **“de triunfo”**, por sentirse un comprador inteligente, o de satisfacción por cumplir el gusto a su familia.

    “Sensación de triunfo por lo que me costó”

    “Me salí con la mía”

- Precio accesible.
- Parecido físico al original.

  “A veces no distingues el original del clon, como en los anteojos debes ser un experto”
- Disponibilidad.
- Deseo de tener algo de alguna marca reconocida o de moda.
- Satisfacer el ego, la vanidad.
- Por recomendación.
- Salir de un apuro (para un regalo).
- Puede servir de apoyo para personas que necesitan programas de computadora (diseño) para su trabajo.
- En ocasiones se obtiene antes de la premier (exclusividad, antes de que salga al mercado).
- Genera empleos
- Hay personas a las que no les perjudica.

  “La industria musical, a los cantantes, la piratería les conviene porque ellos no cobran por vender cds. y la piratería les distribuye la música. Ellos ganan por conciertos”

Ángeles (cosas positivas, agrado de comprar productos piratas)

Demonios (aspectos negativos, desventajas de obtener productos piratas)

- Mala calidad.
- Durabilidad.
- Incertidumbre de cuánto tiempo va a funcionar.
- Instrucciones en otro idioma (chino).
- Sensación de desperdicio debido a la poca durabilidad.
- Se vuelve vicio y en ocasiones hasta negocio.
- Puede atentar contra la salud, como bebidas alcohólicas, cigarros.
- Genera frustración por la mala calidad.
- Falta de garantía.
- No se puede reparar por las piezas tan frágiles.
- No cuenta con normas de calidad.
- Fomenta la competencia desigual.
- Prevalece explotación de vendedores hasta a menores de edad.

Para los jóvenes de segmento alto:

- Genera conformismo por no esforzarse por conseguir mejores cosas.
- Provoca desconfianza de comprar productos originales en promoción o fuera de tiendas certificadas por temor a que sean pirata.
- Se pierde el interés por una marca de buen nivel cuando cualquier tipo de personas comienza a usarla (piratería porque está de moda esa marca de ropa).
- Promueve el empleo informal.

Sin embargo, pocos mencionaron que financia al crimen organizado.

Al cuestionarse sobre lo que la piratería provoca, los consultados reconocen los siguientes actos:

- Delincuencia.
- Corrupción.
- Competencia comercial injusta.

  "Mientras una empresa se gasta miles en hacer un producto, la piratería lo vende muy barato"
- Provoca vendedores ambulantes.
- Contribuye al desarrollo de mafias

Importancia de evitar la piratería en México

Todos los invitados mencionan que es importante acabar con la piratería, reconocen que provoca prácticas no sanas. Sin embargo, prevalece desconocimiento e incredulidad acerca de qué tipo de artículos son los que en verdad contribuyen a la delincuencia.

“Todos hemos comprado algo pirata, pero en mi caso he bajado canciones y he visto películas por Cuevana y Limewire, no he pagado. Eso no es contribuir”

“Me imagino que para empresas que pagan impuestos, locales y demás, creo que es algo muy importante”

“Mucha gente pierde su empleo porque bajan las ventas”

“Es un delito, igual que comprar un teléfono robado e incitas a que sigan robando”

Artículos que se pueden conseguir pirata…

Los grupos coinciden en que estos productos son los más recurrentes.

Ellos argumentan que todo está expuesto a ser copiado, atribuyéndole a los chinos el arte de copiar y en ocasiones mejorar.

- Ropa
- Calzado, zapatos, tenis
- Perfumes
- Joyería
- Maquillaje
- Música
- Audífonos
- Cargadores
- Medicamentos
- Refacciones de bicicletas y de carros

- Llantas de coche
- Gorras
- Ropa interior
- Memorias USB
- Bocinas
- Útiles escolares
- Relojes
- Celulares
- Libros
- Mochilas
- Galletas
- Aparatos electrónicos

- Sonido para auto
- Computadoras
- Tablets
- Pantallas
- Lentes
- Videojuegos
- Croquetas para mascotas
- Gafas de sol
- Carteras
- Relojes
- Cangureras

- Papel de baño
- Servilletas
- Pañales
- Drogas
- Pritt
- Pilas
- Cuadros/arte
- Billetes
- Mascotas (perros)
- Refrescos
- Alcohol

Tipos de clasificaciones que realizaron los grupos

1

Gusto y necesidad, gusto por algo que se desea y necesidad por una refacción de carro.

(segmento adulto NSE medio bajo)

2

Clon e imitación, el clon es uno a uno. Es decir idéntico. Pirata hay diferencias como el nombre Nike y Mike.

(segmento joven NSE medio bajo)

3

Uso personal, Refacciones y Vicios

(segmento joven NSE medio alto)

4

Salud
Consumo
Tecnología
Entretenimiento

(segmento adulto NSE medio alto)

Asimismo, otras clasificaciones son:

CUÁLES AFECTAN AL QUE LOS COMPRA

- **Los que afectan la salud:**
  - Medicamentos
  - Maquillajes
  - Alimentos
  - Dulces
  - Bebidas
  - Alcohol
  - Cigarros
  - Refresco
  - Medicamentos

BENEFICIAN A QUIEN LO COMPRA

- Ropa
- Calzado
- Gorras
- Mochila
- Útiles
- Tecnología

"Al principio te beneficias pero terminas gastando más porque se descompone más rápido"

"Hackear celulares, yo tengo IPhone, no voy a pagar 250 pesos para jugar"

FUERTE IMPACTO A ECONOMÍA

- Todo lo electrónico, Tablet, pantalla. No es lo mismo Sony que patito
- Ropa
- Calzado
- Lo que esté de moda
- **No afectan a la economía:**
  - Audífonos
  - Películas
  - Música
  - Cargadores
  - Productos personales

CERCA DEL MUNDO DELICTIVO

- **Todo lo que no esta registrado, certificado y sin garantía:**
  - Alcohol
  - Medicamentos

"Porque muere gente a causa de esto"

"Lo que no paga impuestos"

"Dejan de generar fuentes de ingreso al país"

"Mucho de ese dinero se va al narco, al extranjero"

Acciones que ayudarían a erradicar o disminuir la piratería

- Para los segmentos de nivel medio bajo, las principales acciones que ayudarían a erradicar la piratería en el país serían:
  - Que los precios de productos originales no fueran tan elevados, sumados a contar con un buen ingreso.

    "Que nos alcanzara el sueldo, es demasiado bajo y las cosas son carísimas"
- Mientras que para las personas de nivel medio alto no solo basta con un incremento a sueldos, sino que además:
  - Se generen regulaciones comerciales de parte del gobierno.
  - Que las tasas compensatorias no fueran tan altas para los artículos originales.
- Los niveles altos asumen que han dejado de comprar películas o música en DVD o CD pirata, gracias a plataformas como NETFLIX, Prime video, Spotify.

III. ANUNCIOS QUE HAN GENERADO UN CAMBIO DE HÁBITOS O INVITADO A REFLEXIONAR.

De acuerdo con el estudio, los anuncios que son recordados y que han logrado generar un cambio de actitud o concientizar a los invitados son los que atrapan, que no pueden ser ignorados debido a que contienen:

"Te visualizas siendo parte de, por ejemplo, la basura a reciclar y tener conciencia".

- Para los invitados, este tipo de publicidad genera expectativa, al considerarse mensajes más profundos debido a que deben impactar por el contenido musical, imágenes y una frase que sea memorable.

  “Lo que se va a recordar es la frase que te dice todo, Más vale PrevenIMSS”

- Frase que se asocia con la salud, con un chequeo medico para prevenir enfermedades.

Algunos mensajes de comunicación mencionados que son memorables para los invitados fueron:

- Evitar el uso del auto. Lo vi en el metro porque dicen que emite menos contaminantes.
- El de fumar causa cáncer. Me invita cuidar la salud.
- El de alcohol no se mezcla con el volante.
- Las bolsas de plástico, que ya no se usan tanto.
- Promueven muchas carreras para fomentar el ejercicio.
- Comercial de Sprite en la playa, que dice: “quien quiere ser uno más de los ¿?”. De no tirar basura.
- Coca Cola, que pide disculpas porque se preocupó más por los envases llenos que por los vacíos. Vuelven envases retornables.
- Escucha su silencio. Apoyar a gente que no se comunica con facilidad, pero está sufriendo o necesita ayuda.

Otros mensajes de comunicación que son memorables para los invitados:

- Espectacular del contenido de azúcar en los productos.
- Bonafont, toma agua y haz ejercicio.
- Diabetes. Lo que provoca por no hacer ejercicio y no tener una buena alimentación.
- Plaza de toros. Todo lo que le hacen al toro antes de entrar.
- Tienes el valor o te vale, de Televisa.

Comunicación acerca de la piratería

- Todos los grupos recuerdan el comercial de: papá / mamá pirata, que causó impacto, vergüenza e hizo reflexionar.
- Sin embargo, no se reforzó con publicidad fresca y se fue diluyendo, siendo incluso fuente de bromas.

- Otras publicidades recordadas son el piratita antes de las películas.

- Los entrevistados piensan que es un tema al que se debe dar seriedad y generar campañas.
- Mensajes que logren transmitir el daño a la economía y resaltar que se trata de un delito y las consecuencias que pueden haber.

- Consideran que, si bien la piratería ha bajado en DVD y CD de música o películas, prolifera en ropa, calzado, y hasta en boletos para espectáculos.

IV. EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS DE COMUNICACIÓN CONTRA LA PIRATERIA

Primeras impresiones

- A continuación se muestran las calificaciones que los participantes otorgaron a las alternativas de comunicación presentadas usando el *Perception Analyzer* (menor a 50 reprobado, 50 termino medio y mayor a 50 nivel de aceptación).

- Esta calificación responde al primer estímulo (contacto) con las ideas.

- De aquí el grupo parte para hacer las sugerencias y mejoras correspondientes.

- En general, todas las ideas presentadas fueron percibidas como directas y fuertes, así como reales.
- Logran el objetivo de hacer entender quién se beneficia con este acto.

- Para los segmentos medios bajos estas ideas generan conocimiento y conciencia.

- Para los segmentos altos se percibe incompleto. Esto se debe a que, si bien logra generar conciencia de lo que es la piratería, hace falta explicar (**¿qué esta haciendo el gobierno?) para evitar este tema**, que se muestra tan crudo e importante.

- Es por ello que para los jóvenes del segmento alto estas opciones son percibidas comunes a un comercial más del gobierno que señala y regaña a la gente, sin mostrar acciones de su parte.

Continúa…

Primeras reacciones a las ideas presentadas:

“Pienso que es fomentado por nosotros mismos al comprar lo que venden, de que te metes a la computadora y das toda tu información y de ahí vienen todos los secuestros” (jóvenes nivel medio bajo)

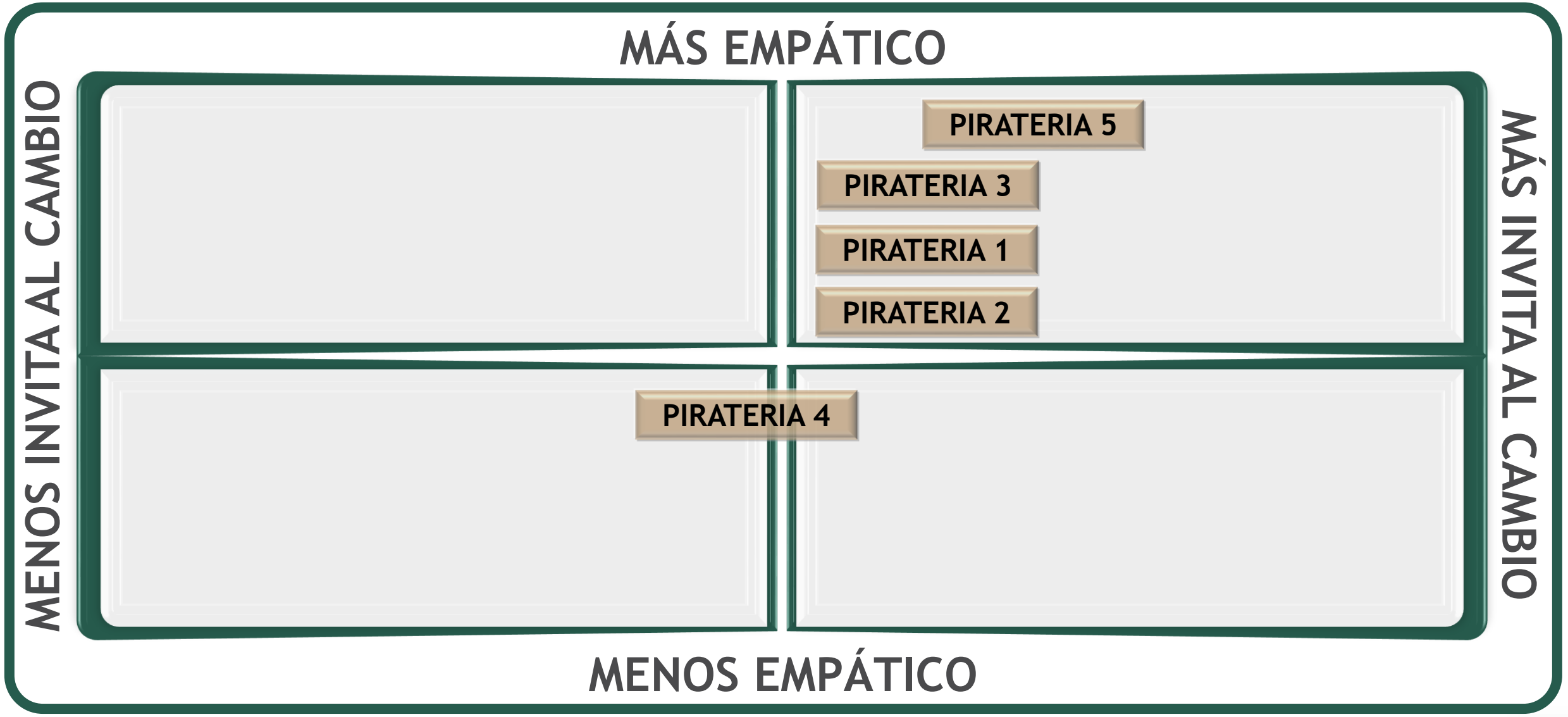
*“No lo había visto de esa forma” (*adultos nivel medio bajo*)*

“Los cuatro están bien, no lo veía de esa manera, son fuertes” (adultos nivel alto)

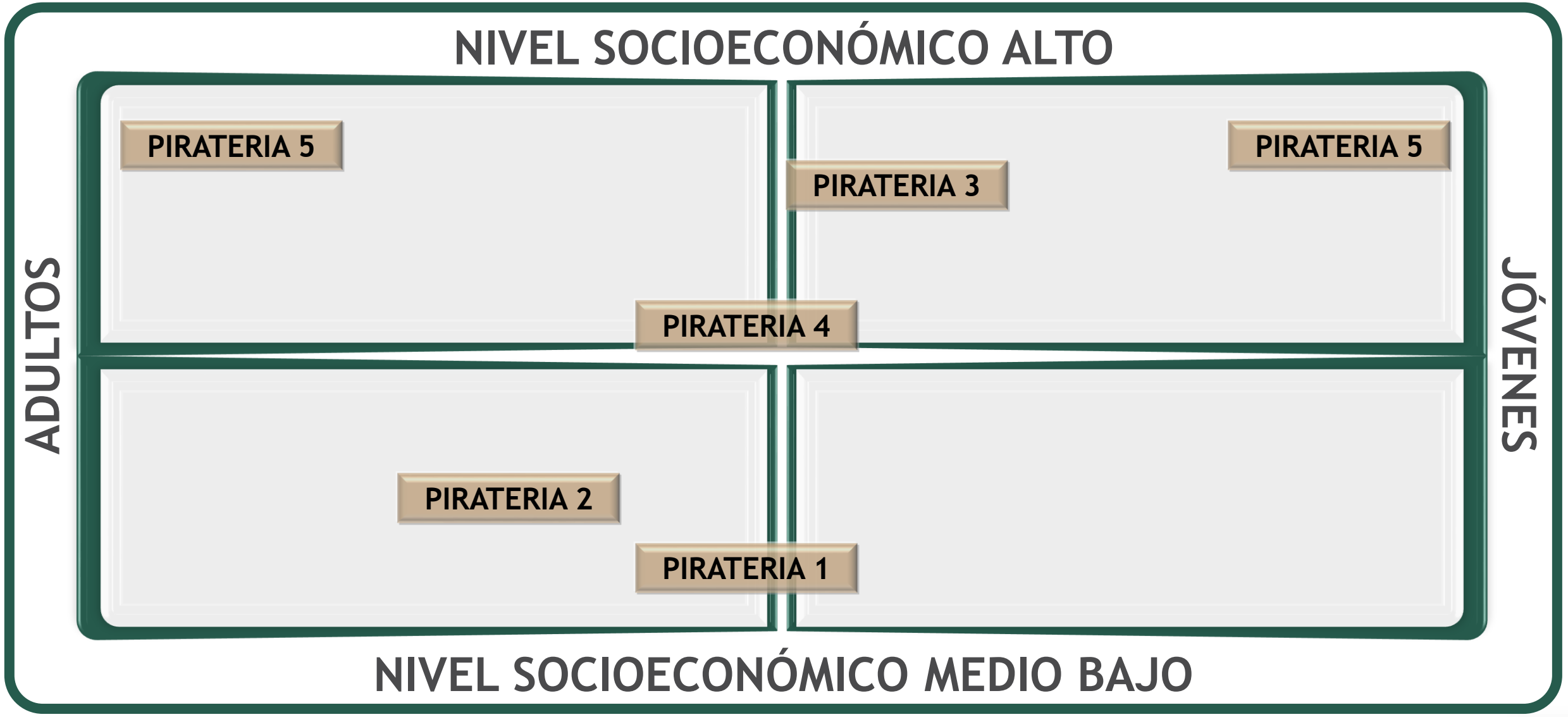
“Es importante hacernos conscientes de que no es nada más lo compro y no pasa nada, es todo el problema que engloba y que mucha gente no es consciente” (adultos nivel alto*)*

“No es nuevo, es repetitivo, incompleto porque no dice qué está haciendo el gobierno. Está en tus manos no comprar, pero qué hace el gobierno”(nivel alto)

Por tanto, las propuestas evaluadas son percibidas de la siguiente manera:



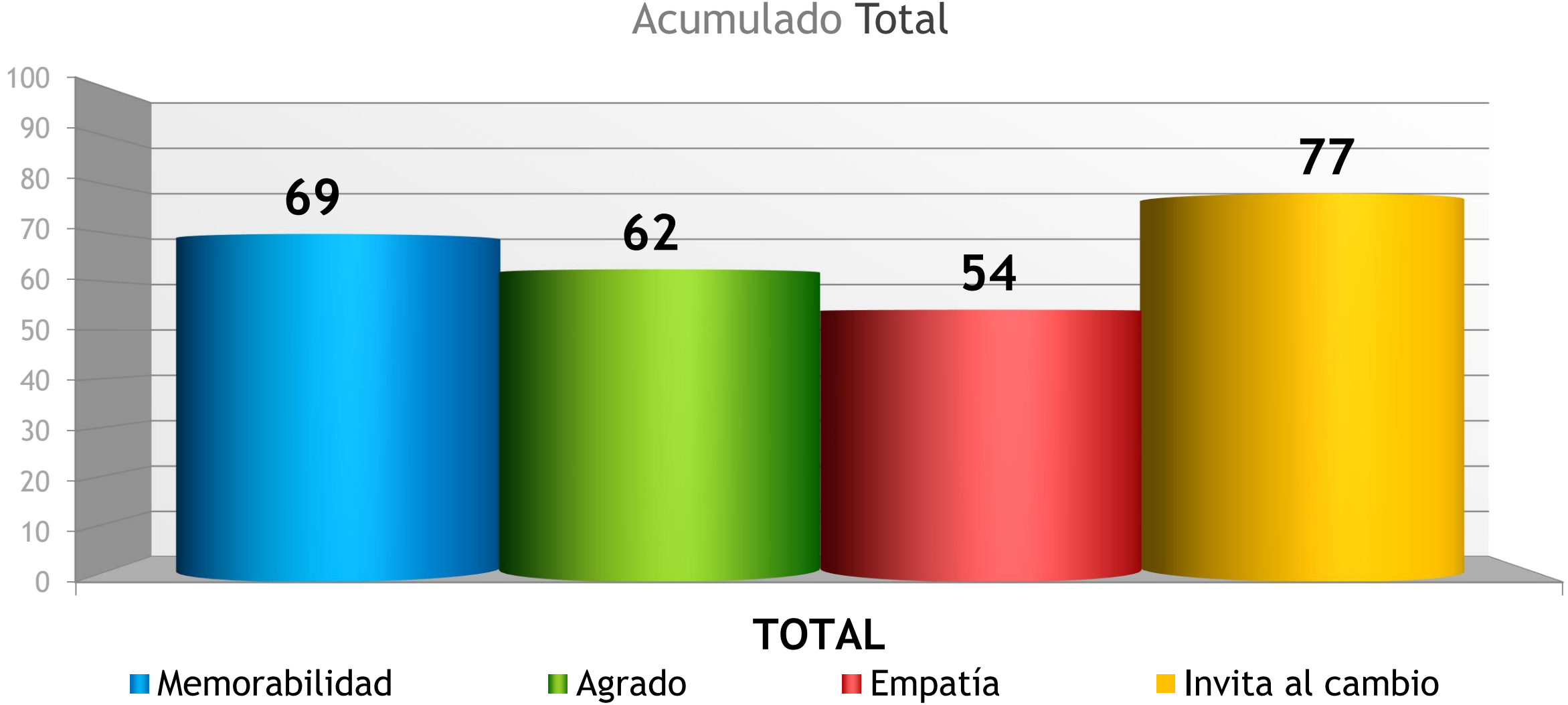
Las propuestas evaluadas son percibidas por los consultados de la siguiente manera:



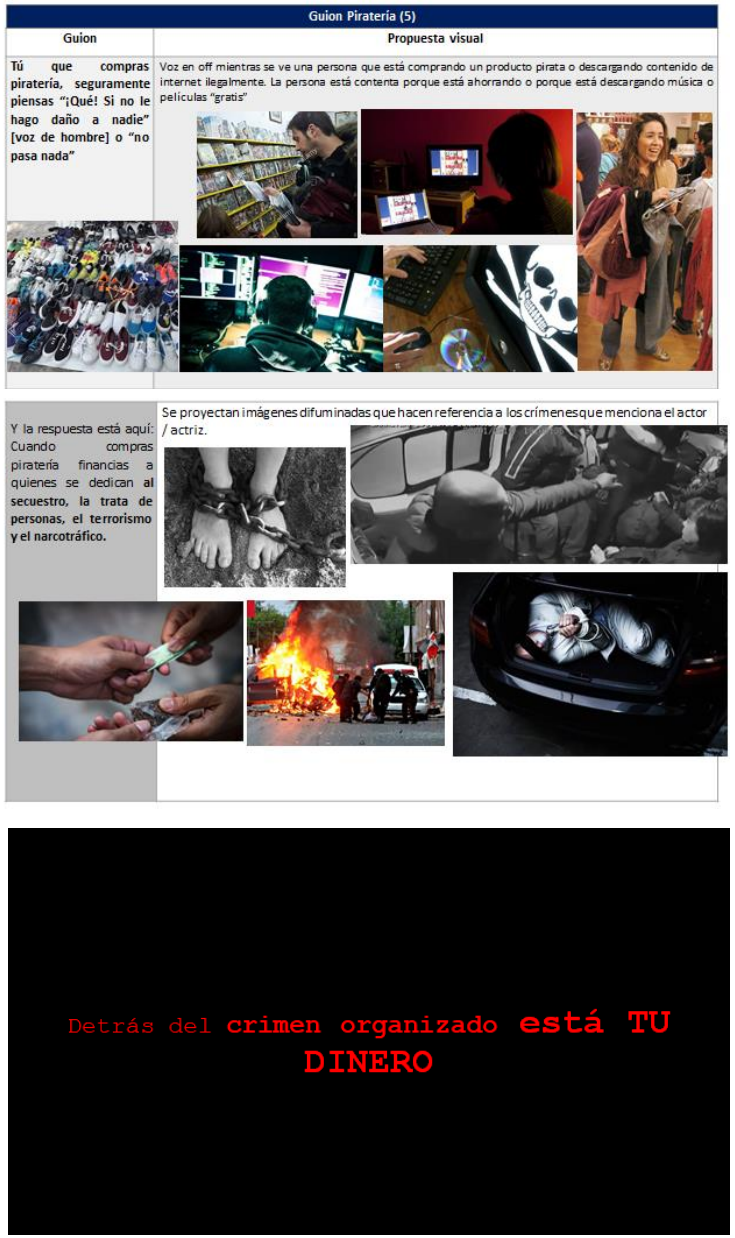
IDEA MÁS ATRACTIVA

“Piratería guion 5”

- Piratería V -


Acumulado Total
100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
69
62
54
77
TOTAL
Memorabilidad
Agrado
Empatía
Invita al cambio

De manera espontánea **la idea piratería 5** se puede establecer de la siguiente manera:



Guion Piratería (5)

Guion	Propuesta visual
Tú que compras piratería, seguramente piensas "¡Qué! Si no le hago daño a nadie" [voz de hombre] o "no pasa nada"	Voz en off mientras se ve una persona que está comprando un producto pirata o descargando contenido de internet ilegalmente. La persona está contenta porque está ahorrando o porque está descargando música o películas "gratis"
Y la respuesta está aquí: Cuando compras piratería financias a quienes se dedican al secuestro, la trata de personas, el terrorismo y el narcotráfico.	Se proyectan imágenes difuminadas que hacen referencia a los crímenes que menciona el actor / actriz.

- Es una idea mucho más completa**, integra acciones de todas las opciones evaluadas. Presenta tono fuerte** que logra interesar a los consultados debido a que explica "le das el dinero a la mafia de manera directa" **inculca en las personas el temor** por:
  - **Velar por la seguridad de sus familias, su información, sus tarjetas, su identidad!**

    "Hay niños que viven amenazados por información que han soltado, si no me obedeces tal cosa voy contra tu familia"

    "La informática el día de hoy hasta las tarjetas nos clonan"

    "Es más realista y los demás maquillan, no te regaña, no fue tan gráfico pero si más explícito" (jóvenes nivel alto)

Los principales agrados de esta propuesta de comunicación son:

AGRADOS - PIRATERÍA V

- **Ideal para redes sociales, debido al tono que se percibe, no apto para todos los medios de comunicación, en especial televisión, por lo fuerte y crudo de las imágenes.**
- Presenta las consecuencias al comprar productos pirata.
- Es el único que muestra tenis, ropa, descargas… para que les llegue a todos.
- Genera temor la frase “no te preguntes a quien afectas sino a quién estás beneficiando”.
- Motiva a la gente, sobre todo a quienes son padres, a cuidar de sus hijos.
- Es más específico y señala las consecuencias directas de haber descargado.

“Esa parte que es muy fuerte para ti abrir las puertas a esta gente”

Las debilidades que este *storyboard* son las siguientes:

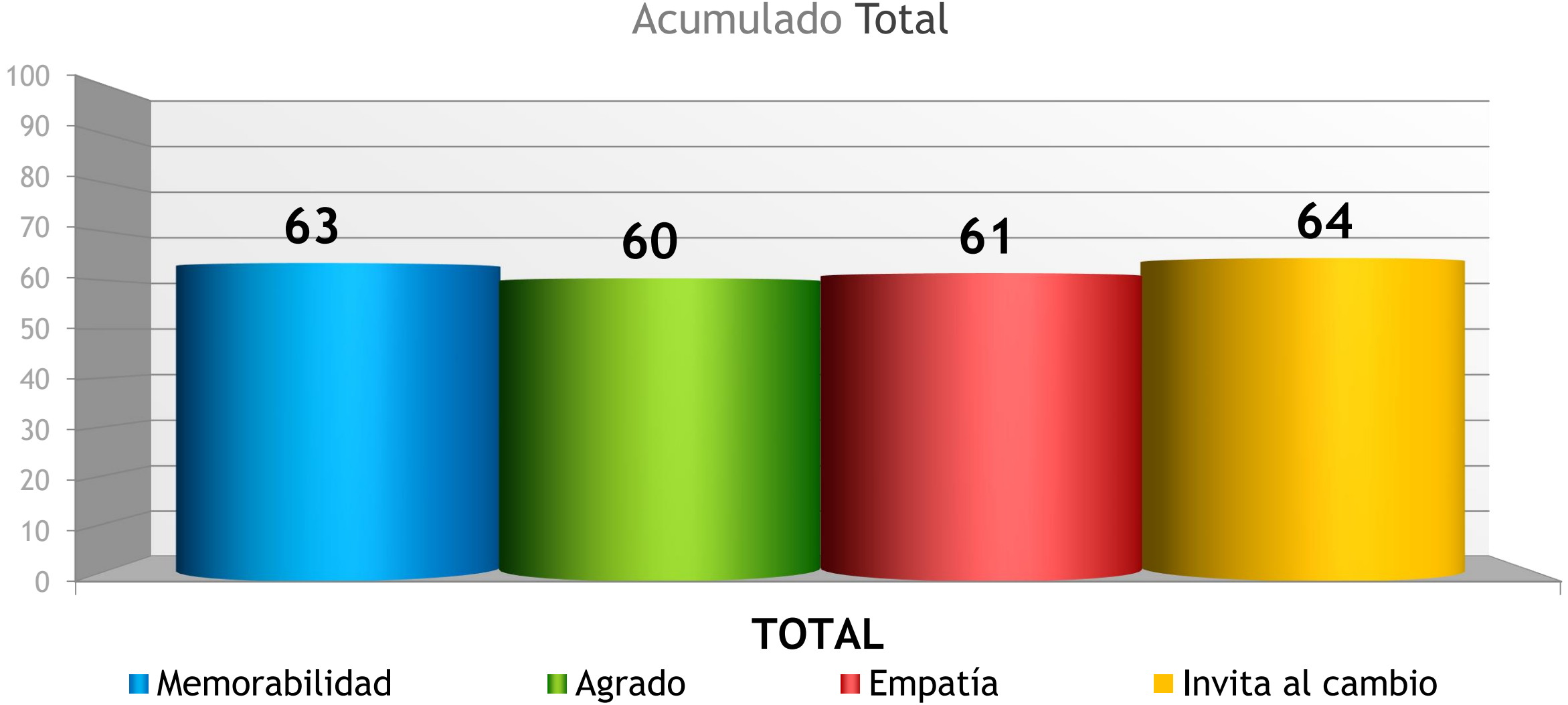
DEBILIDADES - PIRATERÍA V

- ✗ No menciona donde están las autoridades o qué está haciendo el gobierno al respecto.
- ✗ La frase “no es un juego”, es una frase que no le imprime la seriedad que requiere.
- ✗ Para el segmento joven, la actriz o el actor no son bien valorados (se imaginan a los de siempre Camil o Bracamontes), lo que le resta credibilidad. Se esperaría que fuera la misma persona quien descarga y sea quien sufre la consecuencia, como testimonio.
- ✗ Presentar exceso de imágenes fuertes difuminadas puede generar sensación de amarillismo y morbo.

SEGUNDA IDEA MÁS ATRACTIVA

"Piratería guion 3"

- Piratería III -



Los principales agrados de esta propuesta de comunicación son:

AGRADOS - PIRATERÍA III

- **Menciona que no solo se trata de no poder pagar algunos productos (ropa, películas, descargas).**
- **Para los segmentos jóvenes** las descargas es la forma habitual de acceder a: juegos, música y películas.
- La idea de la imagen de quien esta encapuchado, como cambia el rostro a una sonrisa macabra, da por entendido que no son buenas intenciones.
- La frase “No te preguntes a quién haces daño, sino a quién estas beneficiando” provoca interés y sensación de alerta.
- Es una idea de spot corto, sin tedio. Por lo tanto, sin tanta imagen cruda que puede provocar sensación alarmista o amarillista.

“Es un mensaje más corto y agarramos más rápido la idea”

Las debilidades que este *storyboard* son las siguientes:

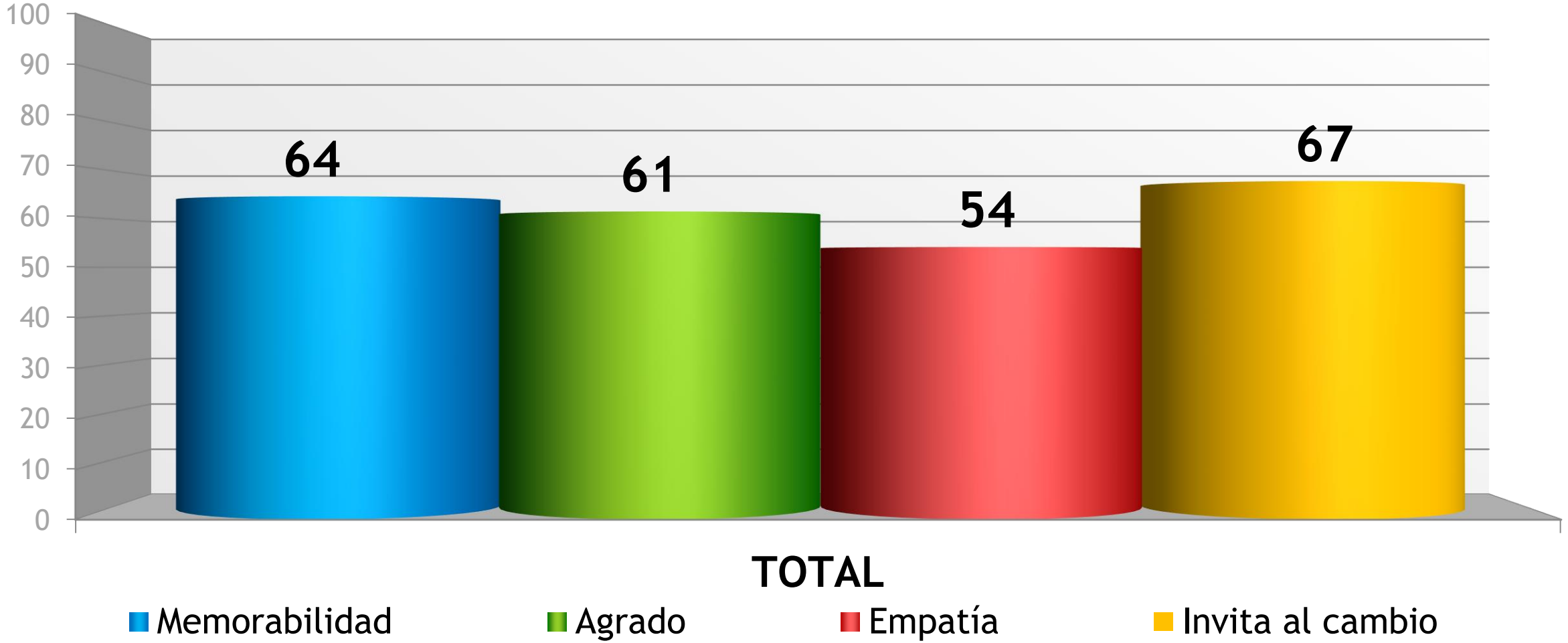
DEBILIDADES - PIRATERÍA III

- ✗ Comparar la piratería con Robin Hood resulta irrelevante o, por el contrario, causaría burlas y memes.
- ✗ Para los jóvenes de nivel alto la palabra juego resta seriedad a la idea.
- ✗ Para los segmentos adultos, no resulta tan empático, debido a que ellos no tienen la cultura de las descargas.

TERCERA IDEA MÁS ATRACTIVA

“Piratería guion 1”

- Piratería I -


Acumulado Total
100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
64
61
54
67
TOTAL
Memorabilidad
Agrado
Empatía
Invita al cambio

Los principales agrados de esta propuesta de comunicación son:

AGRADOS - PIRATERÍA I

- Mencionar secuestros de niños para vender y prostituir genera alerta.
- Destacar que los criminales lavan dinero gracias a la piratería. Es algo que en el fondo se sabe (mafias).
- Idea que gusta en mayor medida al segmento medio bajo.
- La palabra financia malas prácticas como:
  - Narcotráfico
  - Trata de personas
  - Secuestro
  - Terrorismo
- Provoca interés por saber de qué manera lo hace.

Las debilidades que este *storyboard* son las siguientes:

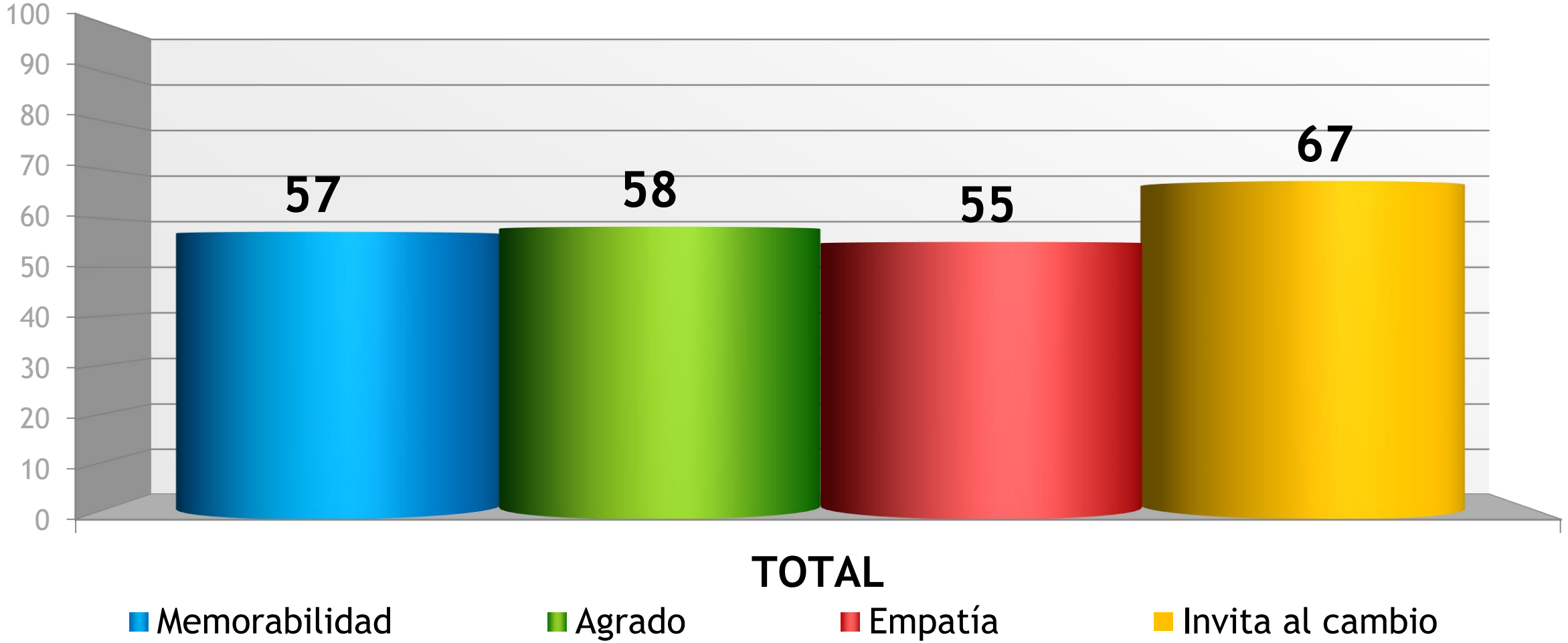
DEBILIDADES - PIRATERÍA I

- ✗ Genera rechazo tocar temas sensibles como hijos.
- ✗ De manera aislada, existe quien no asocia el problema de trata de personas solo a la piratería. Hay migrantes, etc.
- ✗ Se relaciona con imágenes fuertes, crudas, que no centrarían el problema en la piratería.
- ✗ Prevalece la falta de acciones sobre el tema de seguridad por parte del gobierno. Y peor aún, pensar en su posible vinculación y actos de corrupción.

CUARTA IDEA MÁS ATRACTIVA

“Piratería guion 2”

- Piratería II -



Los principales agrados de esta propuesta de comunicación son:

AGRADOS – PIRATERÍA II

- **Idea que gusta principalmente a los adultos de segmento medio bajo por ser agresivo y específico.**
- Este segmento suele comprar piratería con mayor frecuencia debido a la falta de recursos económicos y en ocasiones cuenta con familias grandes.
- Presenta las consecuencias al comprar productos pirata.
- Provoca reflexionar sobre comprar piratería.
- La pregunta a quién beneficias pone en alerta.
- Las imágenes proyectan hombres y mujeres y todo tipo de productos, lo que lo vuelve universal.
- La expresión de felicidad a angustia da por entendido la cruda moral y el arrepentimiento.

“Es más agresivo, fuerte, directo y claro”

Las debilidades que este *storyboard* son las siguientes:

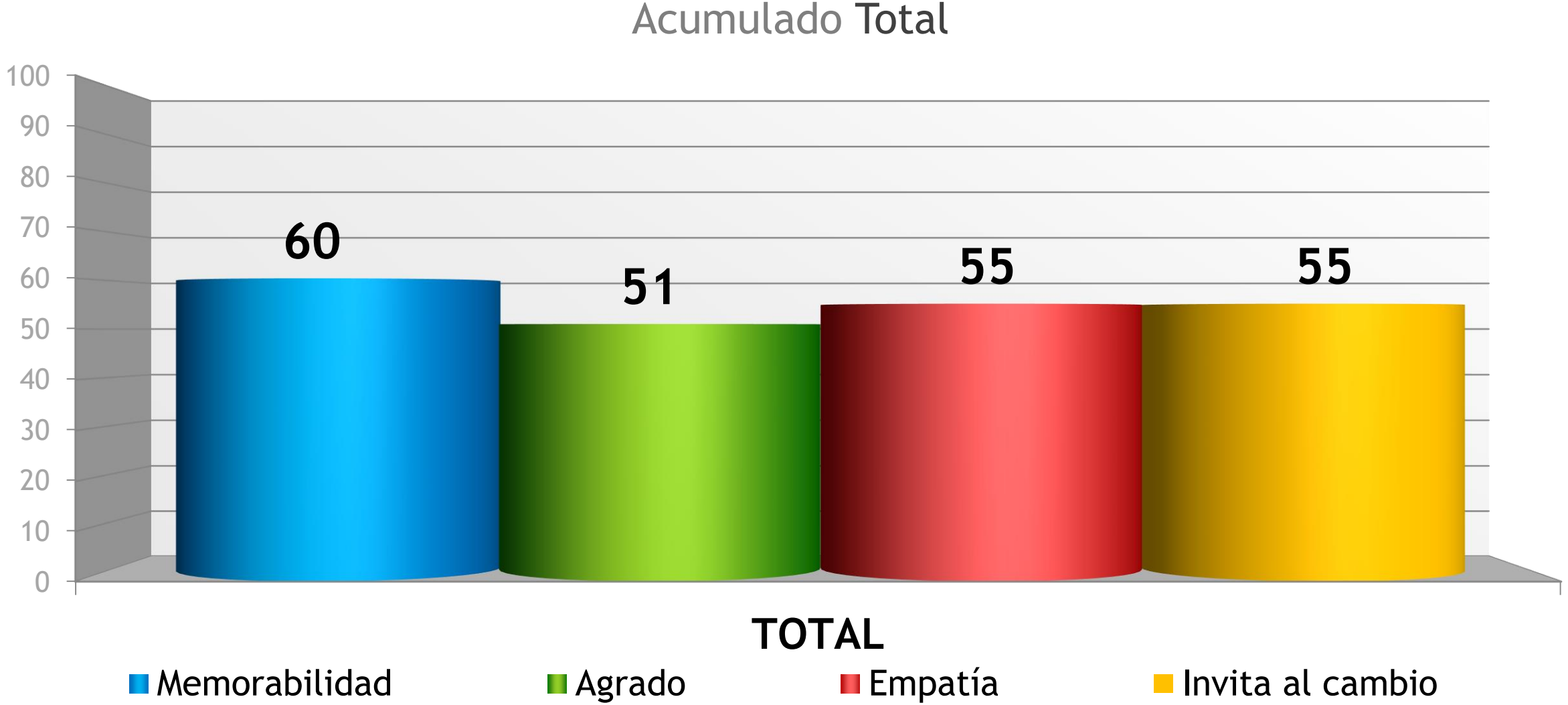
DEBILIDADES - PIRATERÍA II

- ✗ Los segmentos altos son los que menos se identifican con esta idea.
- ✗ Muy largo, lo que lo vuelve tedioso.
- ✗ Este segmento se identifica poco con la compra de productos pirata. Asumen que, debido a plataformas como Netflix, ya es poco llamativo ir por DVDs.
- ✗ El hecho de que se corte el cartucho de pistola le imprime demasiado dramatismo, lo que lo convierte más en una novela.

QUINTA IDEA MÁS ATRACTIVA

"Piratería guion 4"

- Piratería IV -



Los principales agrados de esta propuesta de comunicación son:

AGRADOS – PIRATERÍA IV

- Agrada principalmente al segmento de adultos nivel socioeconómico alto por tratarse de sitios de descargas gratis tanto de películas y videojuegos,que es lo que en la actualidad se acostumbra.
- Se percibe corto y preciso.

  ”Esta idea me llega más y me hace más conciencia”

  “Más imágenes que palabras”

50

Las debilidades que este *storyboard* son las siguientes:

DEBILIDADES - PIRATERÍA IV

- ✗ Para los segmentos medios bajos se muestra menos impactante.
- ✗ Asimismo, les parece incompleto por solo mostrar descargas.
- ✗ Hacer *zoom* y meterse en la pantalla no se muestra atractivo.

  “Es mas dulce, más tranquilo”

  “Menos impactante”

APRENDIZAJES DE LOS CASOS DE ÉXITO

- El mensaje de Interpol explica con claridad y de manera menos cruda (gráficas tipo videojuego GTA) cómo las personas contribuyen al narcotráfico y actos delictivos.
- Se entiende el concepto de que la piratería financia al crimen organizado y no logramos verlo.
- Este caso de éxito muestra que hay forma de evitarlo.
- Gusta la frase *“Cuida que no sea tu dinero”*
- Se entiende que hay *equipo “Juntos podemos hacerlo”* (sociedad, autoridad y gobierno)

- El segundo mensaje muestra con claridad el proceso del crimen cibernético, mostrando a la familia, y que las hijas pueden ser víctimas.

"Te roban toda tu información. Con este dinero financian armas y todo esto"

"No te quise decir Te lo dije"

"Estás descargando una película y están vulnerando la información"

CONSIDERACIONES FINALES

- En general, la piratería es una opción de ayuda económica.

- Es decir, se sabe que es un delito, sin embargo, la mayoría de la gente considera que no se trata de un delito grave debido a que no se conocen represalias contra quienes la producen, la venden o la consumen.

- Prevalece desconocimiento acerca de cómo la piratería financia al crimen organizado (narcotráfico, trata de personas, secuestros, robo de identidad).

- Se piensa que la piratería beneficia al comercio informal, el ambulantaje, la competencia desleal, provocando corrupción y fomentando mafias (principalmente de origen chino).

- Se considera urgente y necesario erradicar a la piratería, pero para ello deben bajar los impuestos que hacen que las marcas se vuelvan imposibles para un gran sector de la población.

- Se recuerda el comercial de madre pirata, sin embargo, hace mucho tiempo de eso y no se han mostrado campañas que busquen terminar con estas prácticas. Por el contrario, no se conocen acciones del gobierno contra este tema.

- Es necesario generar una cultura antipiratería, con campañas de concientización en medios de comunicación con tono fuerte que muestre lo que hay detrás de este acto, consecuencias y soluciones.

- El IMPI es poco conocido, sin embargo, estas ideas de comunicación son un buen comienzo para tratar el tema siempre y cuando se busque complementar con otras acciones.
  “Le da presencia y credibilidad al IMPI”

Guion Piratería 1

Guion Piratería 2

Guion Piratería 3

Guion Piratería 4

Guion Piratería 5

- En general, todas las ideas presentadas son percibidas como directas y fuertes, así como reales, logrando el objetivo de hacer entender quién se beneficia con este acto.

- La idea 5 (opción con mejoras) se valora mucho más completa,pues integra acciones de todas las opciones evaluadas. Presenta tono fuerte que logra interesar a los consultados debido a que explica con claridad qué financia la piratería y a quién beneficia.

- Asimismo, propone que no sea tu dinero. Se desean menos imágenes violentas, así como no señalar a la sociedad con tono de regaño.

- Se desea un trabajo en equipo entre gobierno y sociedad en el que no solo sea concientizar a la gente, sino que se sienta respaldo de las autoridades para combatir este problema.

Guion Piratería 1

Guion Piratería 2

Guion Piratería 3

Guion Piratería 4

Guion Piratería 5

- El tono deseado es para generar conciencia acerca de cómo el crimen organizado se ve beneficiado de la piratería.
- Presentar una línea de comunicación en la que se vean afectados mexicanos o empresas mexicanas por culpa de la piratería no causa el mismo efecto a que se toquen temas que exponen y afectan la integridad de las personas.
- El IMPI debe proyectar presencia y cercanía afectiva a través de mensajes que comuniquen.

Problemática → Consecuencia → Solución → Respaldo del gobierno