

OBSERVATORIO DE LA PIRATERÍA Y HÁBITOS DE CONSUMO DE CONTENIDOS DIGITALES 2017

1 ACCESOS ILEGALES Y VALOR DE LA INDUSTRIA

■ Volumen (millones de contenidos)
■ Valor (millones de euros)

PELÍCULAS



MÚSICA



VIDEOJUEGOS



LIBROS



SERIES



FÚTBOL



TOTAL ACCESOS ILEGALES
4.005 MILLONES
2016 (4.128 MILLONES)



EUROS
21.899 MILLONES
2016 (23.294 MILLONES = -6%)



2 RESUMEN POR SECTORES



PELÍCULAS

A pesar del aumento significativo del consumo legal de películas, se mantiene la piratería.



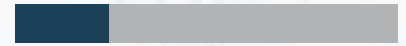
34%

Consumidores piratas en formato físico o digital.



LIBROS

El 24% de los internautas descargan libros en formato digital de plataformas ilegales.



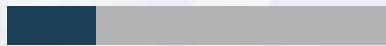
24%

Consumidores piratas en formato digital.



MÚSICA

Aumenta el número de individuos que acceden a música de forma legal y disminuye el consumo pirata.



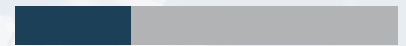
23%

Consumidores piratas en formato físico o digital.



SERIES

Aumenta el número de individuos que acceden a series tanto en formato físico como digital.



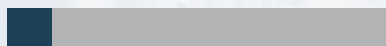
30%

Consumidores piratas en formato físico o digital.



VIDEOJUEGOS

Se mantiene el consumo ilícito de videojuegos.



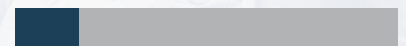
12%

Consumidores piratas en formato físico o digital.



FÚTBOL

El 16% de los internautas ha visto fútbol a través de canales ilegales.

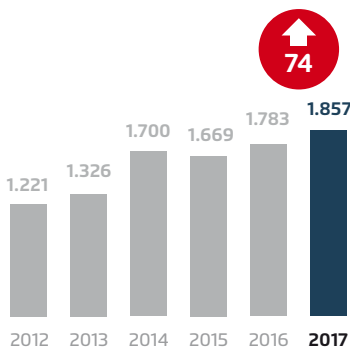


16%

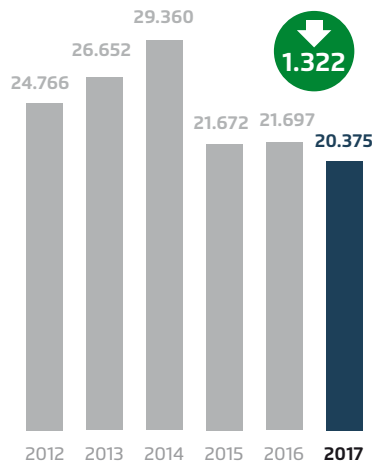
Consumidores piratas en formato digital.

3 EVOLUCIÓN LUCRO CESANTE, EMPLEO Y TRIBUTOS

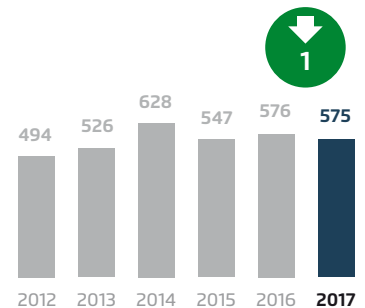
El daño causado por la piratería repercute negativamente en la industria con un impacto directo (lucro cesante). Además, un escenario sin piratería posibilitaría la creación de numerosos puestos de trabajo y dotaría de mayores ingresos a las arcas públicas.



LUCRO CESANTE
(millones de euros)



PÉRDIDA DE EMPLEOS
(número)

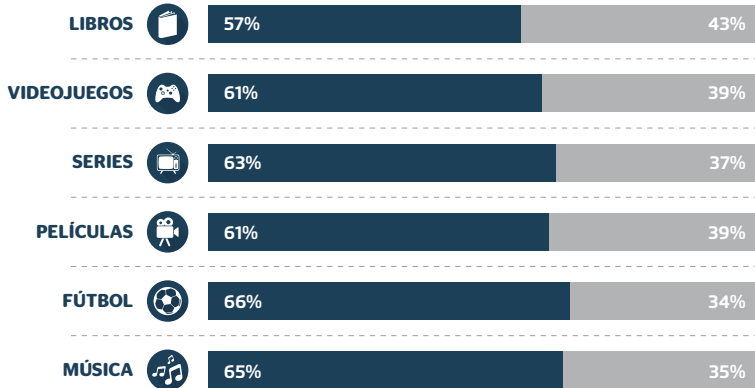


PÉRDIDA DE INGRESOS PARA LAS ARCAS PÚBLICAS
(millones de euros)

4 EL CONSUMIDOR PIRATA

Los consumidores piratas de libros son los más dispuestos a pagar para evitar la publicidad.

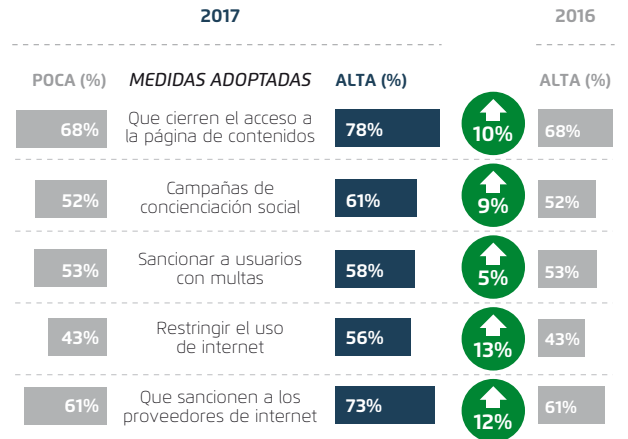
CONSUMIRÍA A CAMBIO DE PUBLICIDAD



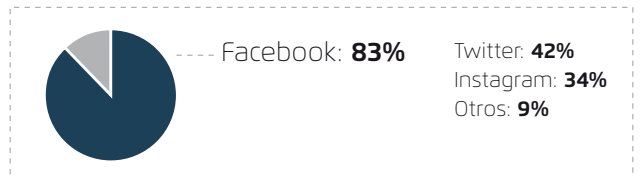
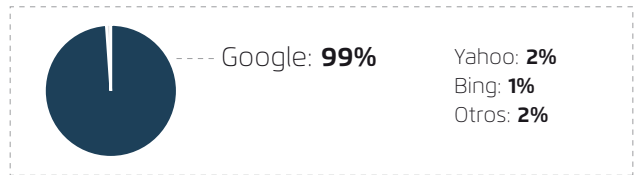
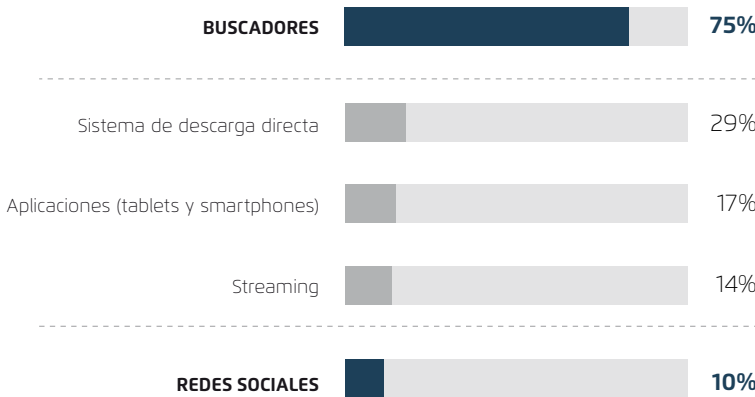
PREFIERE PAGAR PARA EVITAR PUBLICIDAD

5 EFICACIA DE LAS MEDIDAS

Los internautas consideran que las medidas más efectivas contra la piratería son el bloqueo de webs con contenidos ilícitos y sanciones a los proveedores de internet.



6 ACCESO A LOS CONTENIDOS ILEGALES

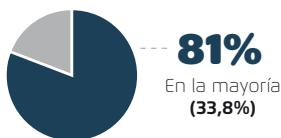


7 ¿CÓMO SE FINANCIAN LAS WEBS PIRATAS?

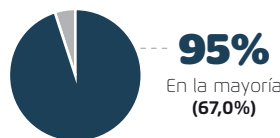
La mayoría de los portales de contenidos ilícitos tienen publicidad. Un 8% de los piratas han tenido que pagar por el acceso a contenidos ilícitos.

(DATOS DE 2016)

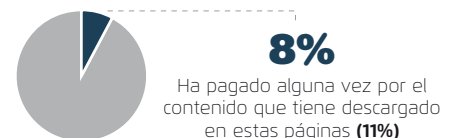
¿SE HA REGISTRADO?



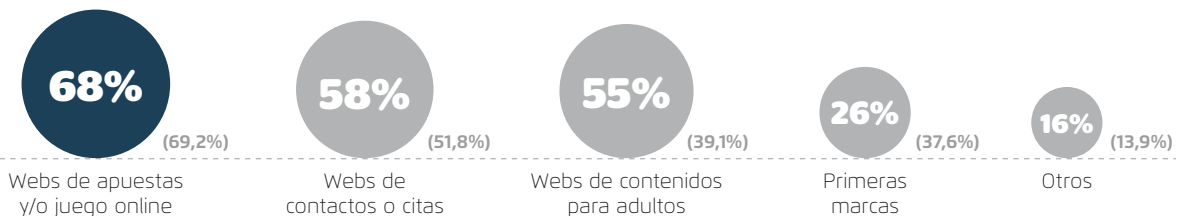
¿TIENEN PUBLICIDAD?



¿HA PAGADO?

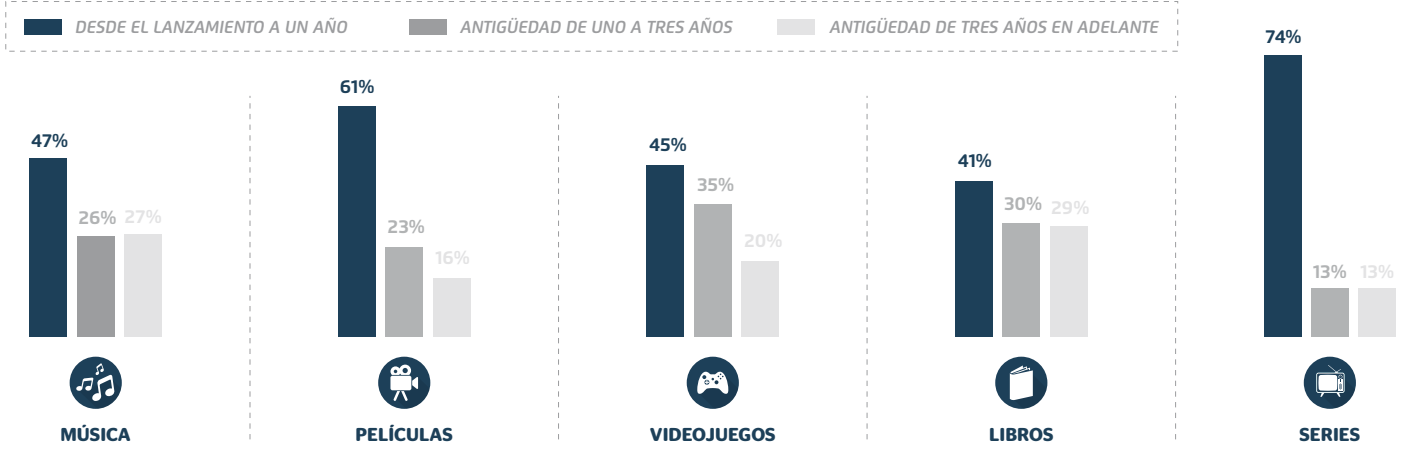


¿QUÉ PUBLICIDAD?

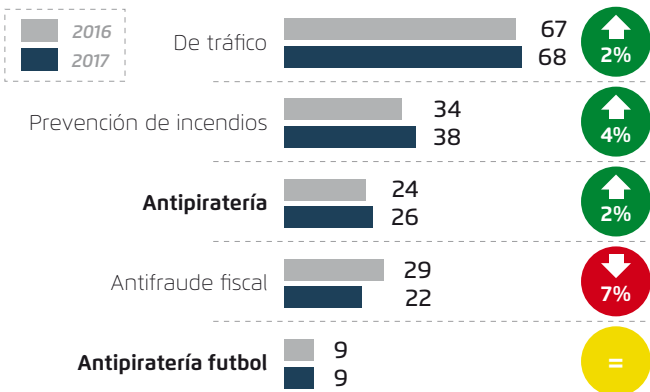


8 ANTIGÜEDAD DE ACCESOS ILÍCITOS

Los contenidos descargados son en su mayoría novedades en todas las industrias. En libros y música es donde se generan más accesos de contenidos ilícitos con una antigüedad de tres años en adelante.

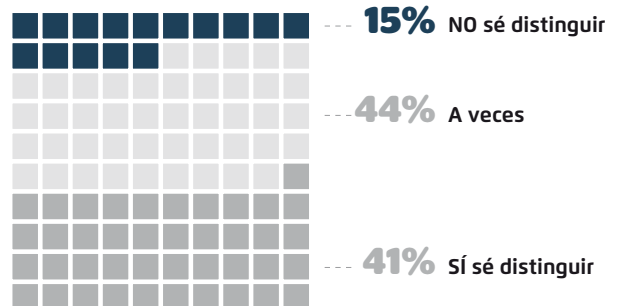


9 NOTORIEDAD DE CAMPAÑAS



10 DISTINCIÓN ENTRE LEGAL Y NO LEGAL

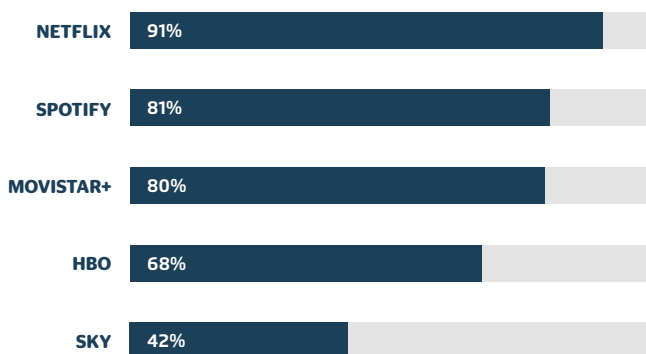
El 15% de consumidores piratas reconocen tener grandes dificultades para diferenciar las páginas legales.



11 PLATAFORMAS DE SUSCRIPCIÓN

La totalidad de los internautas conoce la existencia de plataformas de suscripción/oferta legal.

¿CUÁLES CONOCE AUNQUE SEA DE OÍDAS?



¿CÓMO PAGA POR EL USO QUE HACE DE LA CUENTA EN PLATAFORMAS DE SUSCRIPCIÓN?

