



OBSERVATORIO 2023 DE PIRATERÍA Y HÁBITOS DE CONSUMO DE CONTENIDOS DIGITALES



la coalición
de creadores e industrias de contenidos



UNIVERSO



Internautas residentes en España de 11 a 74 años. Encuesta a menores de 16 años se realizó previo consentimiento del padre o tutor.

TIPO DE ENTREVISTA



Entrevista online, con cuestionario semiestructurado, de duración aproximada de 18 minutos.

ÁMBITO GEOGRÁFICO



Nacional.

MÉTODO DE MUESTREO



Aleatorio estratificado por conglomerados.

MUESTRA TOTAL



3.258 entrevistas

CONTROL DE CALIDAD



De acuerdo a la Norma ISO 9001:2015.

ERROR MUESTRAL



Total a nivel nacional $n = 3.258$ = $\pm 1,72\%$, para un nivel de confianza del 95%, y siendo $p=q=0,50$.

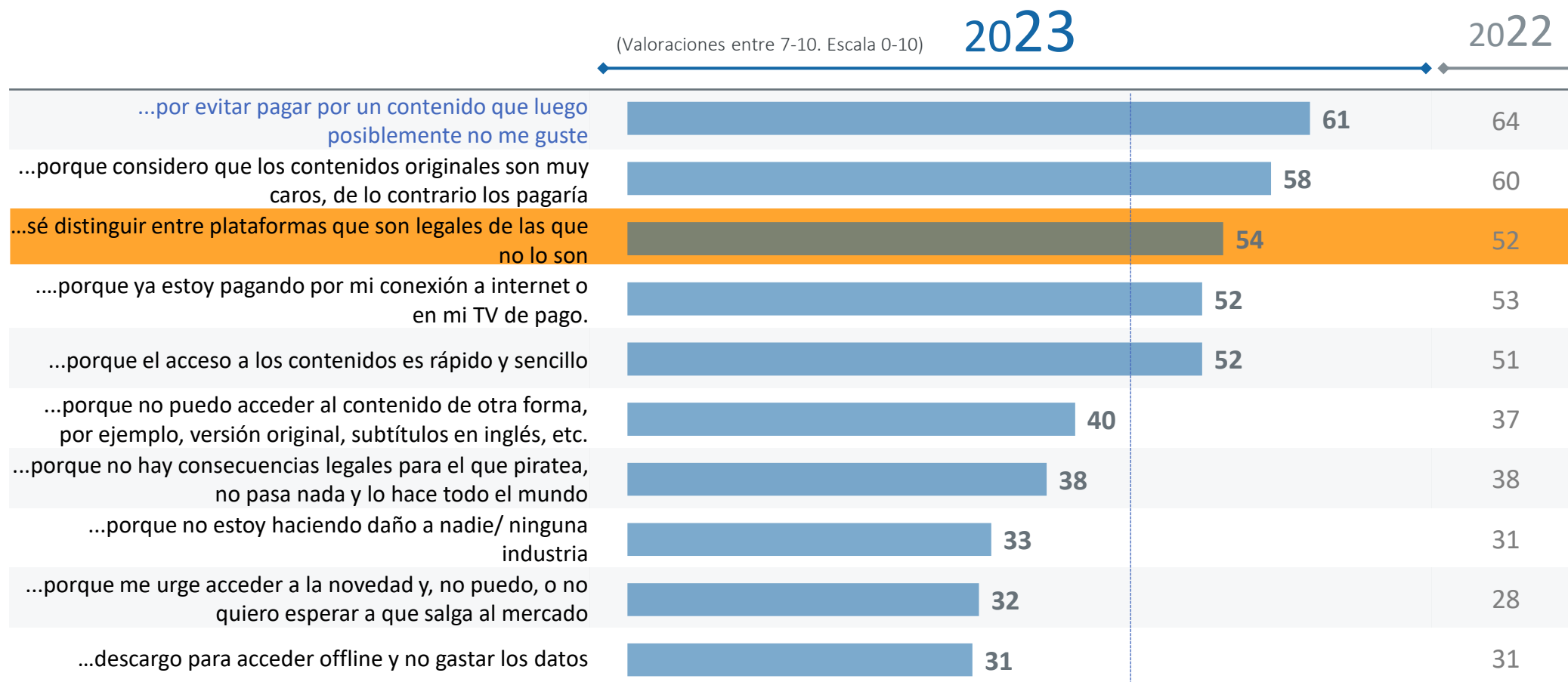
TRABAJO DE CAMPO



Último trimestre 2023

Motivos por los que se dice acceder a contenidos ilícitos(*)

Los principales motivos son: pensar que probablemente no le guste el contenido. El 46% de los consumidores de contenidos ilícitos afirman **NO** saber distinguir entre plataforma legales e ilegales. Aumenta la motivación del deseo de acceder a novedades y la creencia de no estar perjudicando a nadie al hacerlo, mientras se mantiene la justificación “porque lo hace todo el mundo y no pasa nada” (4 de cada 10 internautas).



(*) SIN IMÁGENES NI PARTITURAS

Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=1129); Año 2022 (n=893)

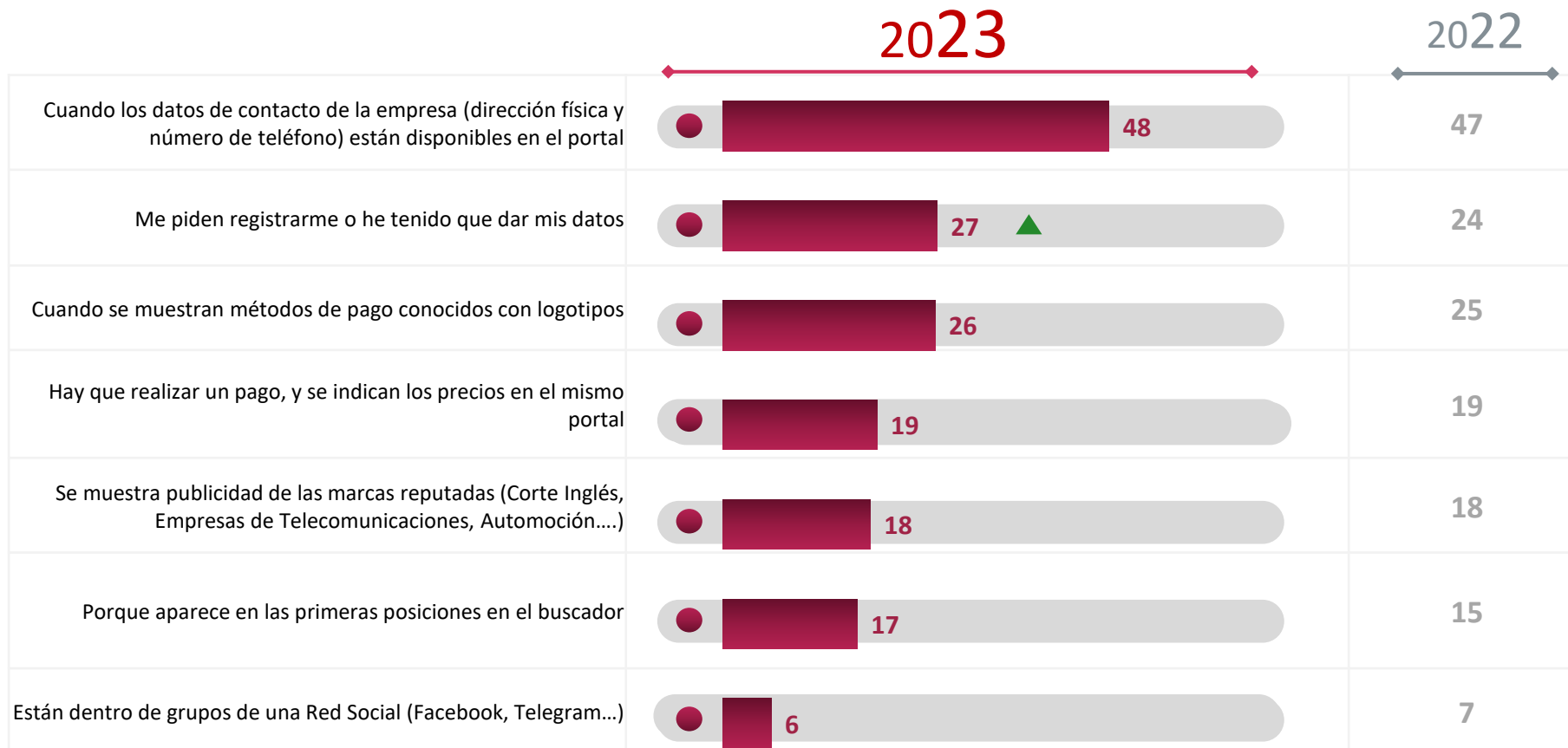
▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

Identificación de un portal o plataforma ilegal

Casi la mitad de los individuos identifica la legalidad de un portal si están disponibles los datos de contacto de la empresa. El 27% consideran legal aquellos que le piden registrarse o ha tenido que dar sus datos. El 26% considera un portal legal si muestran métodos de pago conocidos con logos, un 18% si se muestra publicidad de primeras marcas o aparece en las primeras posiciones del buscador.



¿Cómo identifica si un portal o plataforma es legal?



Unidades: porcentajes // Base: Total internautas Año 2023: (n=3258); Año 2022: (n=3506)

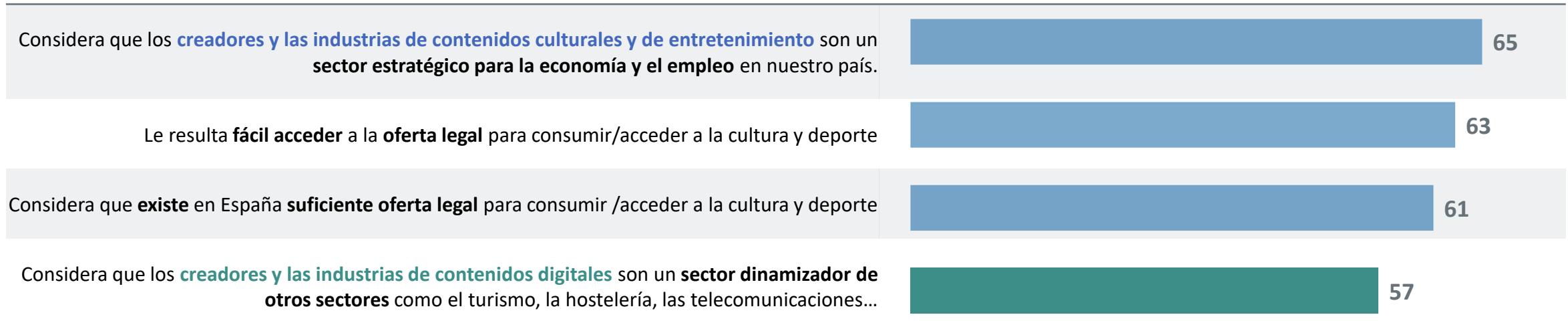
▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

Percepción sobre creadores y las industrias culturales y de entretenimiento

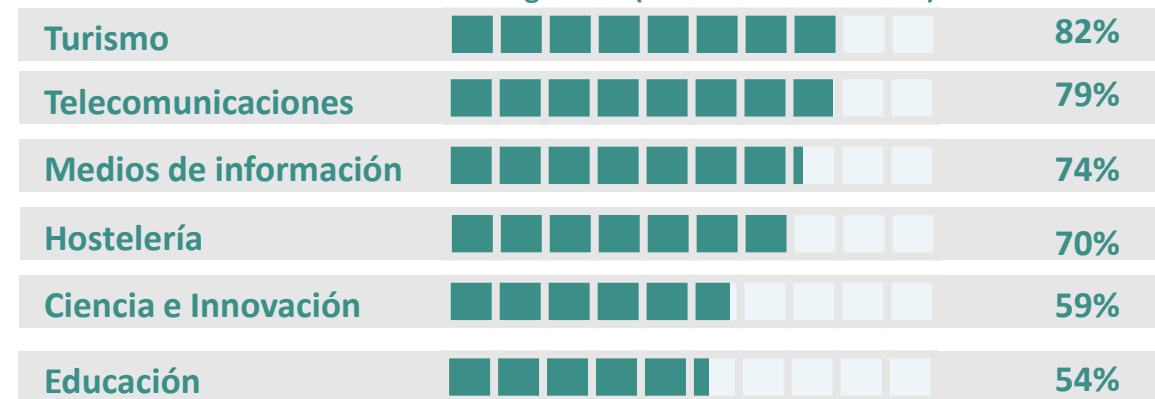
El 65% de los consumidores de contenidos digitales ilícitos considera que los creadores y las industrias de contenidos culturales y de entretenimiento son un sector estratégico para la economía y el empleo de nuestro país. Siendo Turismo y Telecomunicaciones las industrias más beneficiadas. Más del 60% consideran que en España existe suficiente oferta y se accede a ella fácilmente.



(Grado de acuerdo (6-10). Escala 0-10)



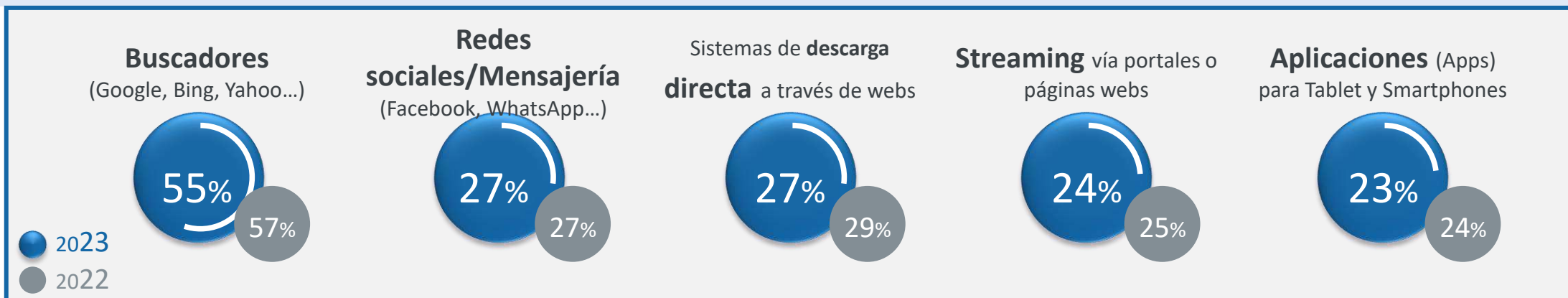
¿Qué sectores son los que considera que potencian los creadores y las industrias de contenidos digitales? (MUCHO + BASTANTE)



Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=1229)

¿Cómo se accede a los contenidos ilícitos?

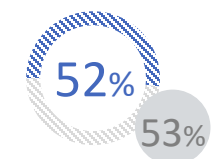
Se accede desde varios accesos, pero el principal es a través de Buscadores (Google), seguido de Redes sociales y Descarga directa. Cuando acceden desde los buscadores a la Web de contenidos gratuitos, la mitad busca opiniones de estas. La mayoría suele escoger una opción de entre las veinte primeras.



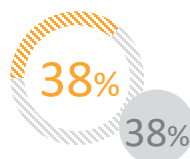
¿Cuál es el protocolo que siguen para acceder a contenidos ilícitos por Buscadores?

¿Cómo elige la Web a la que quiere ir?

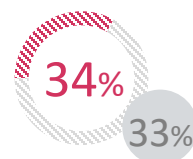
Suele escoger una opción de entre las veinte primeras



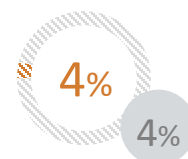
Antes de entrar a esta web para realizar las descargas, suele mirar opiniones de la misma



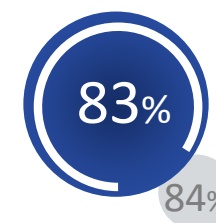
Busca Webs que solo tenga contenidos específicos, por ejemplo, solo de películas, solo de música.



Busca Webs que tengan contenidos de todo tipo (música, películas...)



Otros



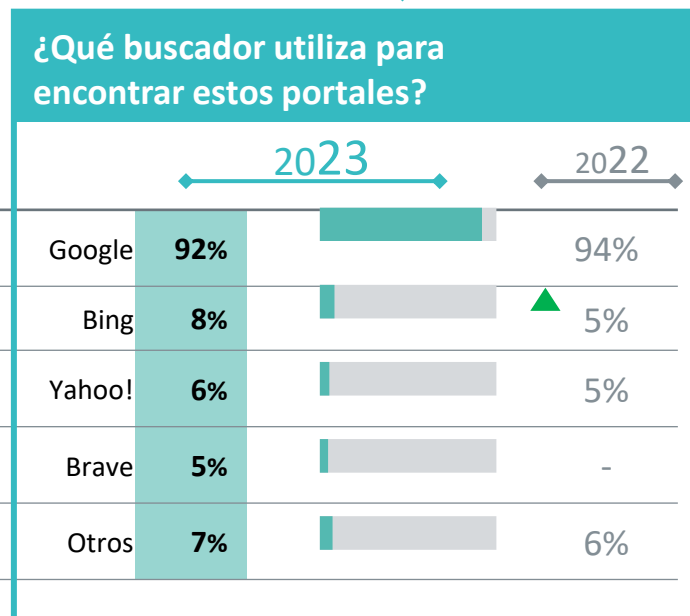
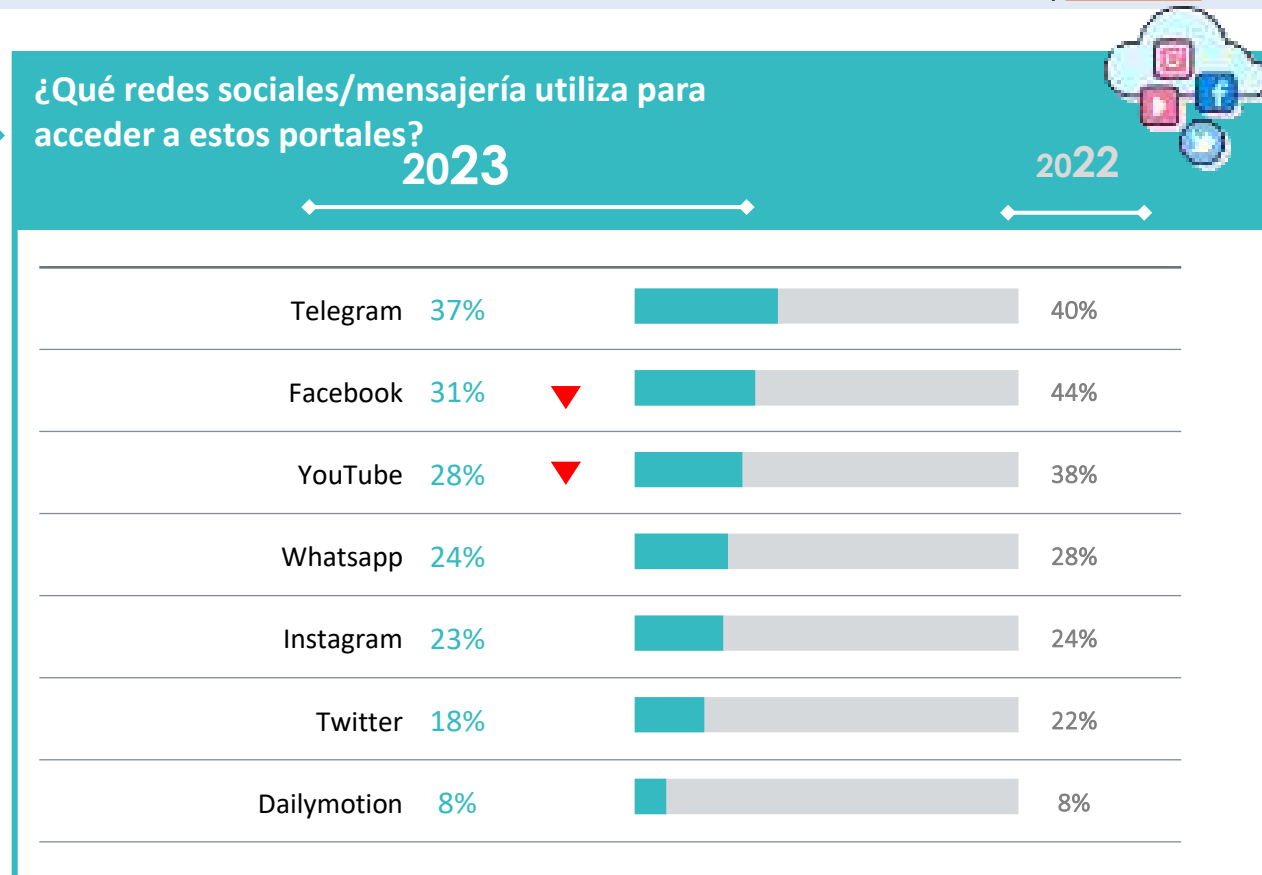
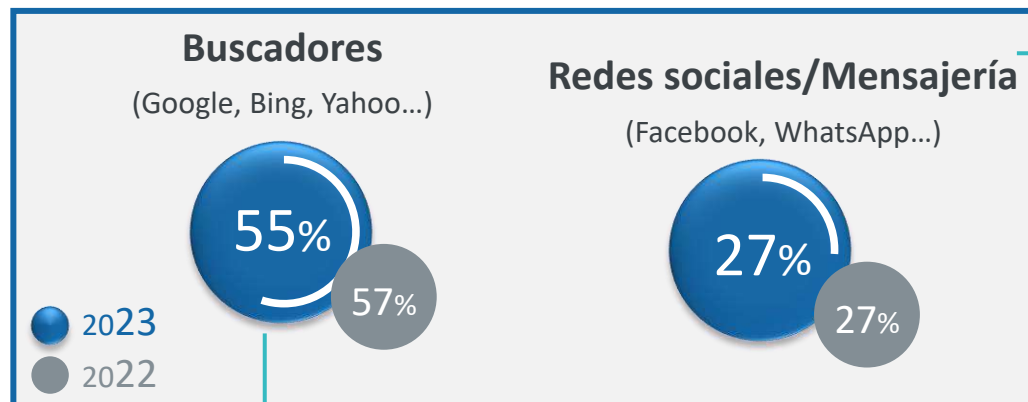
(*) SIN IMÁGENES NI PARTITURAS

Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=1105); Año 2022 (n=1261)

▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

¿Cómo se accede a los contenidos ilícitos?

Google es el más utilizado por la gran mayoría para acceder a contenidos ilícitos (92%), aunque Bing incrementa su cuota. Entre los que acceden desde Redes sociales o Mensajería, Telegram se sitúa en primer lugar como app por la que se accede a contenidos ilícitos, seguida de Facebook, YouTube y WhatsApp.



(*) SIN IMÁGENES NI PARTITURAS

Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=1105); Año 2022 (n=1261)

▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

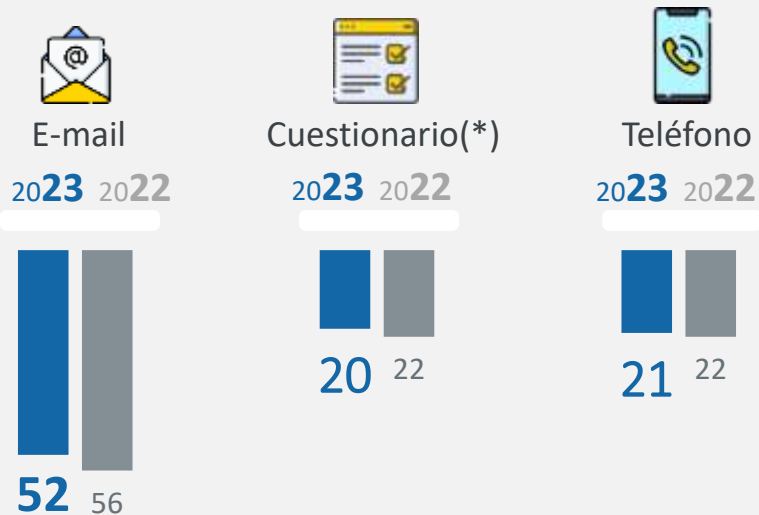
¿Cómo se financian los portales ilícitos? | Obtención de datos personales

El 65% de los consumidores de contenidos gratuitos declara que necesita registrarse en los portales para acceder al contenido, la mitad declara que aportó el email, y 2 de cada 10 ha tenido que dar el teléfono o responder a un cuestionario. 7 de cada 10 desconfían en aportar estos datos.

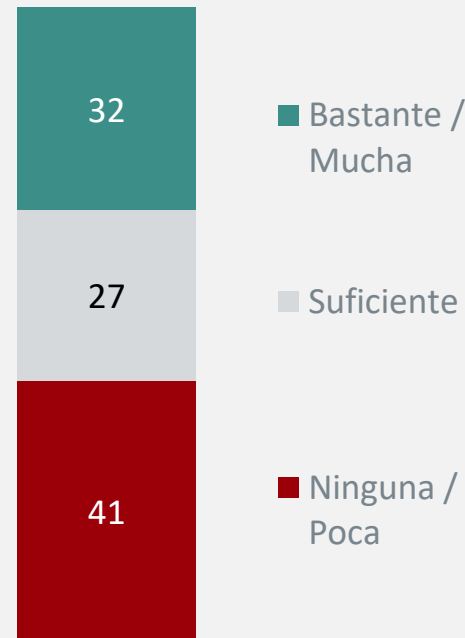


65% ha tenido que darse de alta como usuario registrado en algún portal **66%** se tuvieron que dar de alta en 2022

¿Qué datos tuvieron que aportar para completar el registro?



¿Qué grado de confianza le da facilitar esta información al portal?



¿Recuerda si en el acceso a los contenidos se le preguntó en algún momento si aceptaba las cookies?



(*) SIN IMÁGENES NI PARTITURAS

Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=1105); Año 2022 (n=1261)

▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

(*) Cuestionario de opinión y actitudes de consumo

¿Cómo se financian los portales ilícitos? | Publicidad

9 de cada 10 consumidores de contenidos ilícitos han accedido a portales que tienen publicidad. Ésta no es solo publicidad de Web de apuestas o de contactos, sino que 3 de cada 10 declaran haber visto publicidad en estos portales de Primeras marcas. El 58% de los consumidores siguen considerando que esta publicidad es molesta, y el 14% nociva o les avergüenza, y un 10% que no es apta para menores. Y 7 de cada 10 considera que desde que utilizan estos portales, reciben más spam y publicidad.

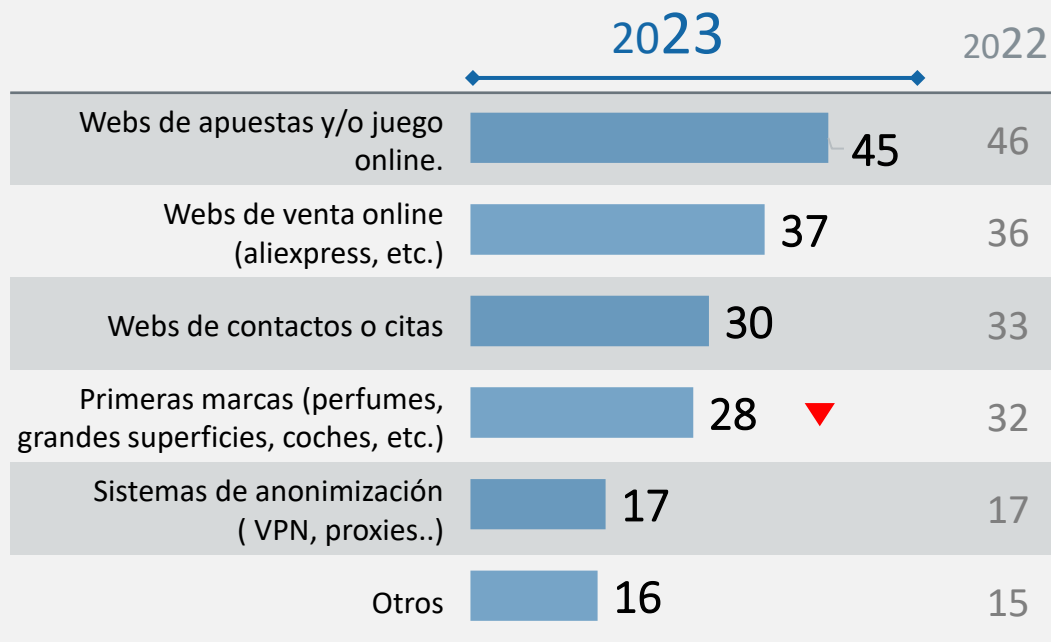


89% ha accedido a portales que tienen publicidad

91% Ha accedido a portales con publicidad 2022

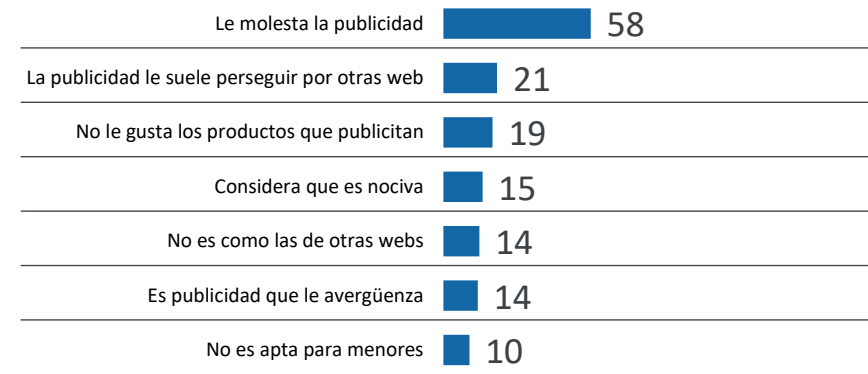
¿Qué tipo de publicidad recuerdan haber visto?

Base: Acceden a contenidos ilícitos



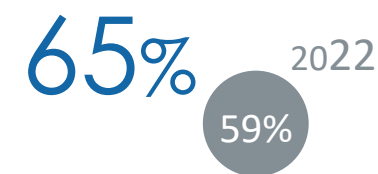
¿Como describiría esta publicidad?

2023



¿Desde que utiliza este tipo de páginas percibe que recibe más publicidad o spam en su correo electrónico, smartphone, tablet, etc.?

Recibe más spam y publicidad



(*) SIN IMÁGENES NI PARTITURAS

Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=1105); Año 2022 (n=1261)

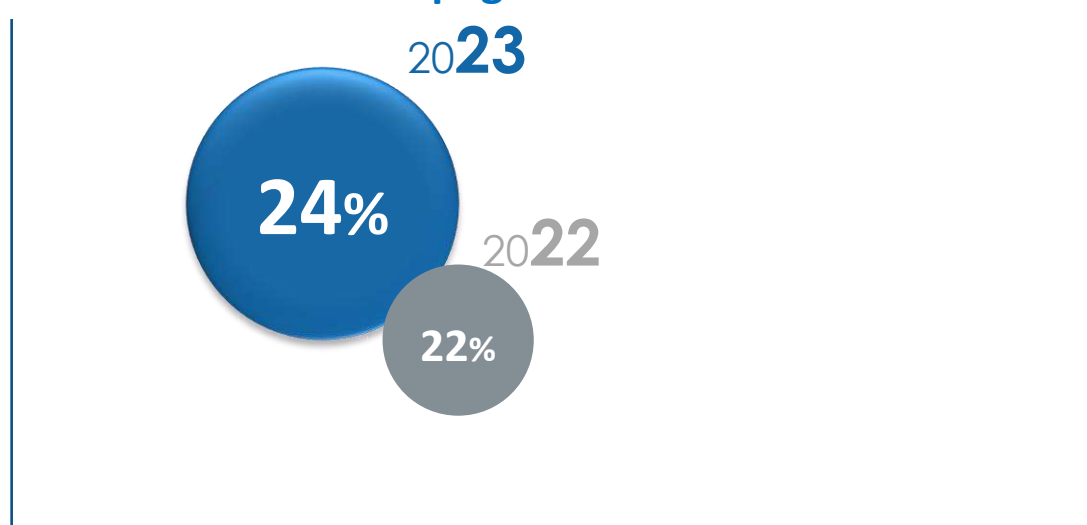
▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

¿Cómo se financian los portales ilícitos? | Métodos de pago

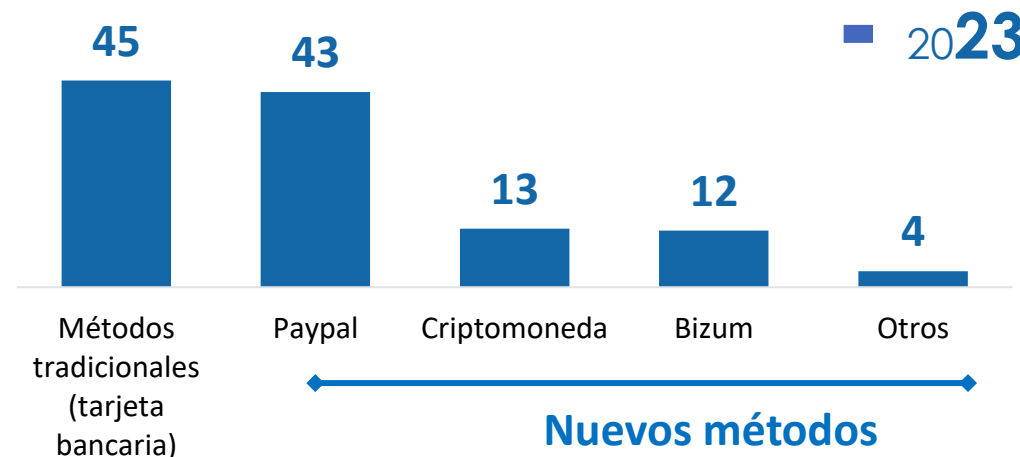
El 24% de los internautas que han accedido a portales ilícitos ha pagado por el consumo de algún contenido. Los métodos de pago principales son la tarjeta bancaria y PayPal. A la mitad de los consumidores que pagan con criptomonedas en estos portales, es por la inseguridad de utilizar otro tipo de métodos de pago.



¿Alguna vez ha pagado por el contenido al que ha accedido en estas páginas?



Métodos de pago



Utilizan criptomonedas como método de pago

Le da más seguridad pagar con criptomonedas en este tipo de portales

50%

(*) SIN IMÁGENES NI PARTITURAS

Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=1105); Año 2022 (n=1261)

▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

¿Ha tenido que contestar alguna pregunta o encuesta en el acceso a algún contenido?

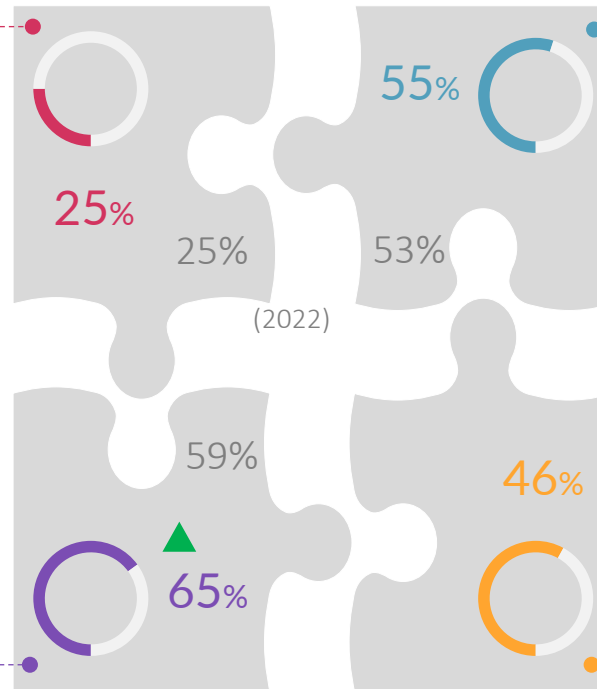


4 de cada 10 consumidores que se registran o entran a una página de contenidos ilícitos ha tenido que cumplimentar una encuesta.

¿Recibe más spam y publicidad?



65% de los consumidores que utilizan este tipo de plataformas declaran recibir más publicidad y spam que antes de utilizarlas.



¿Recuerda haber visto información de contacto?

Sólo el 55% recuerda haber visto datos de contacto de la página donde estaba accediendo para consumir contenidos ilícitos.



¿Le han ofrecido instalarse o comprar una VPN para realizar las descargas de contenidos?

A la mitad de los consumidores de estos portales les han ofrecido instalarse o comprar una VPN para realizar las descargas de contenidos



(*) SIN IMÁGENES NI PARTITURAS

Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=1105); Año 2022 (n=1261)

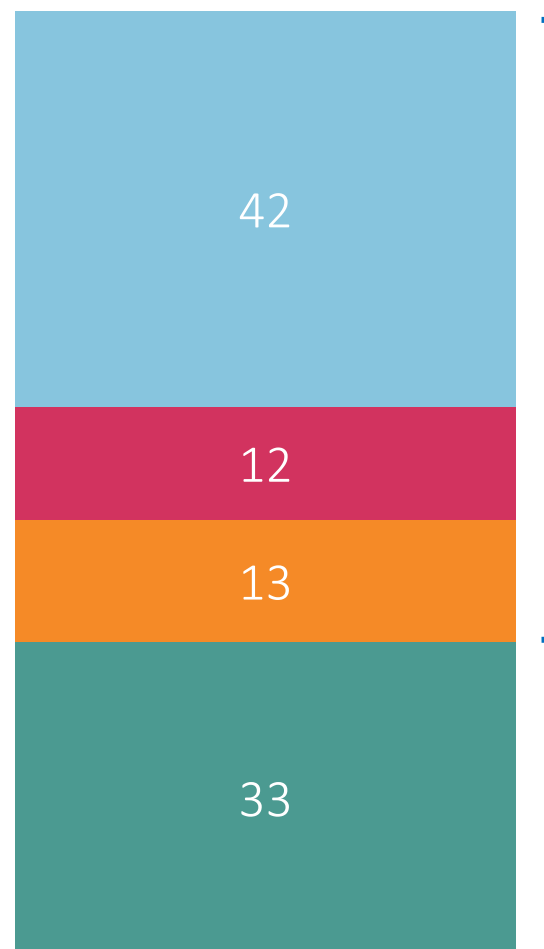
▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

Incidencias en el consumo de Contenidos ILÍCITOS

El 67% de los usuarios que tuvieron una incidencia, no pudieron solucionarla, principalmente porque no encontraron como realizar la misma.



- No he podido, no he encontrado como hacerlo
- El formulario no funcionaba
- He contactado pero no me han respondido
- Fue sencillo y lo solucionaron

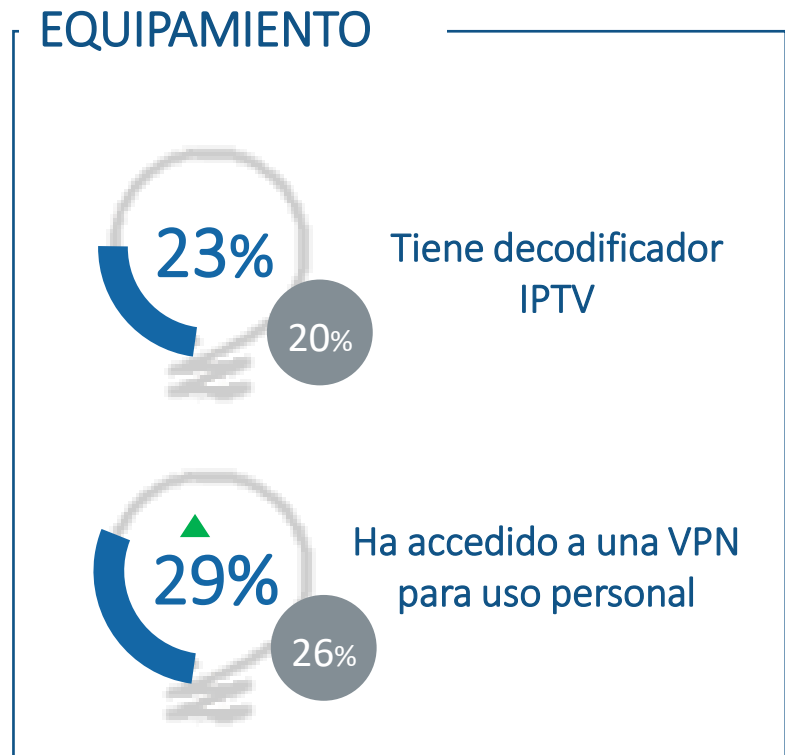
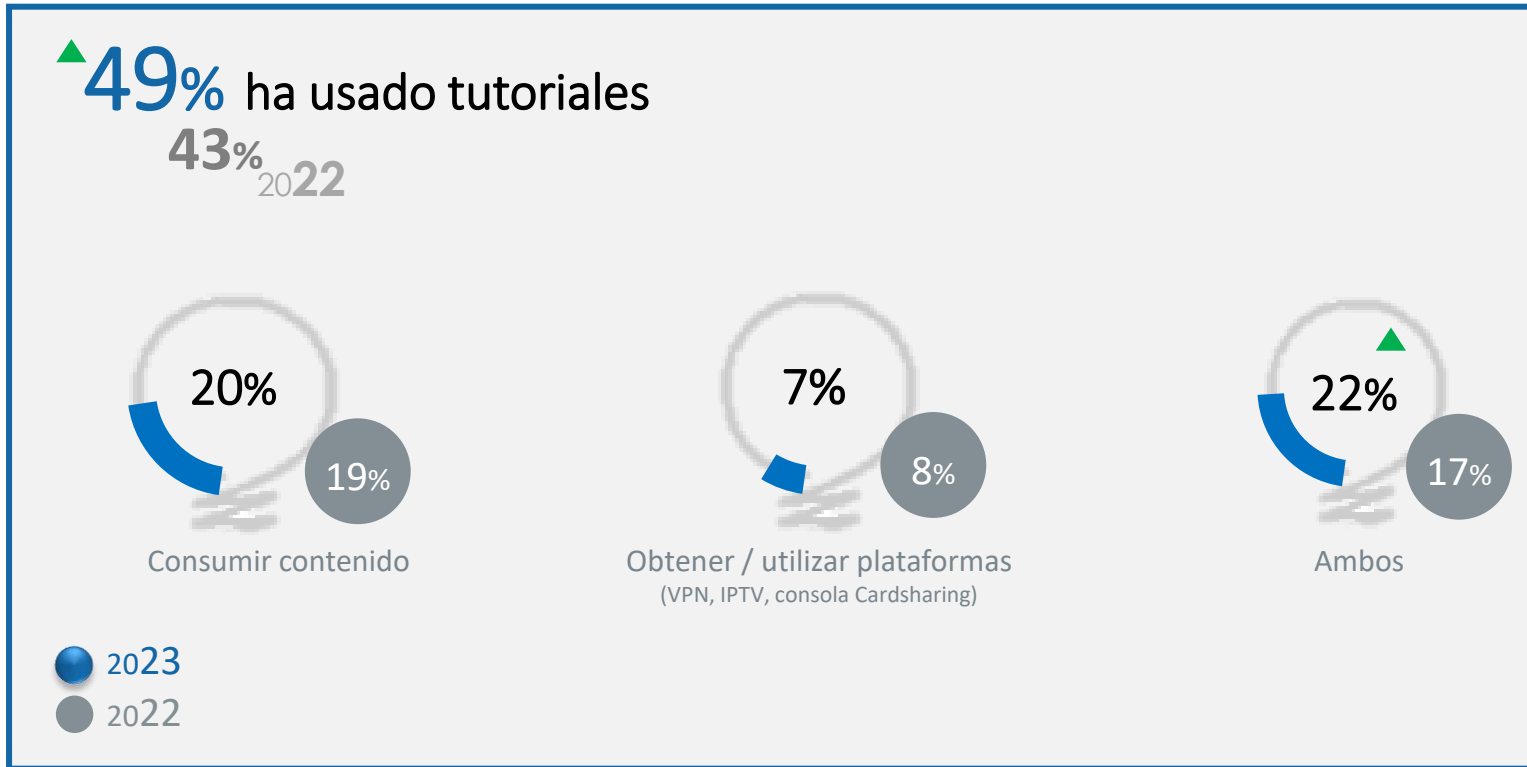


El **67%** de los usuarios de contenidos ilegales que tuvieron una incidencia **no han podido solucionarla**, principalmente por no encontrar la forma de hacerlo en el sitio desde donde accedió, porque el formulario que tenían a disposición realmente **no funcionaba** y los que realmente llegaron a cumplimentarlo **no han sido respondidos**

Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=1186)

Uso de tutoriales para aprender a consumir contenidos (*)

El uso de tutoriales aumenta significativamente con respecto al año pasado. El 49% de los internautas ha utilizado tutoriales, principalmente para consumir contenidos como música o películas/series. 2 de cada 10 tienen decodificador IPTV.



(*) SIN IMÁGENES NI PARTITURAS

Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=2234); Año 2022 (n=1809)

▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

Portales de contenidos Cerrados

Aumenta ligeramente los usuarios de contenidos ilícitos que han intentado acceder a un portal de contenidos y estaba cerrado. Son los portales tipo Torrent donde mayor número de usuarios se encuentran con portales cerrados y los grupos de mensajería tipo Telegram. A 2 de cada 10 les explican los motivos de los cierres y al 13% le dirigen a otro sitio, principalmente a otros portales del mismo tipo.

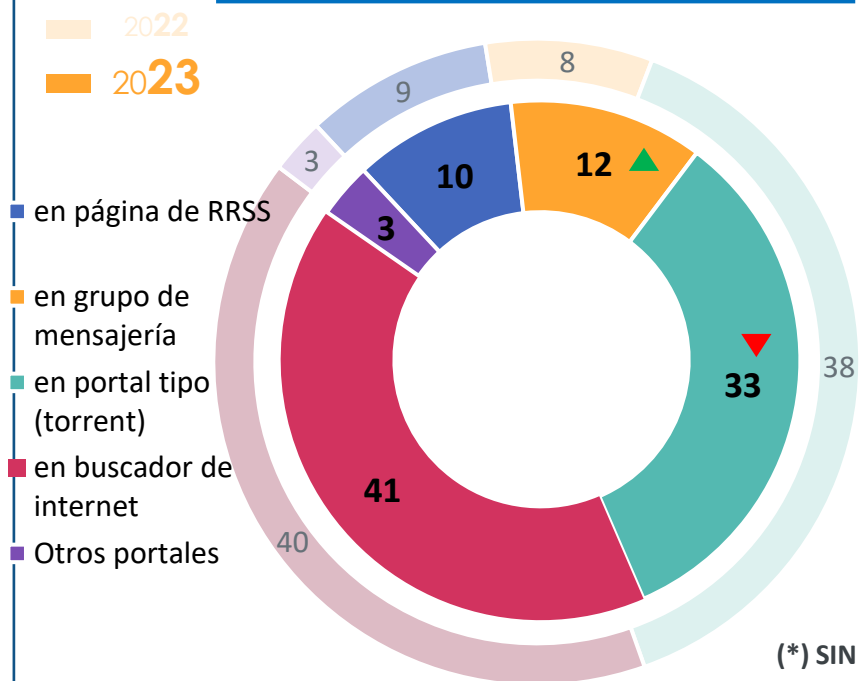


PORTALES DE CONTENIDOS CERRADOS

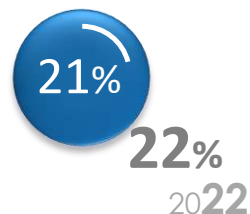
60% ha intentado acceder a un portal de contenidos que resultó estar cerrado o no existir
 58%₂₀₂₂

Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=2194); Año 2022 (n= 1778)

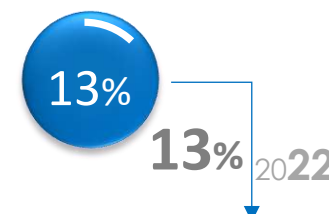
¿Dónde buscaba el contenido cuando no pudo acceder?



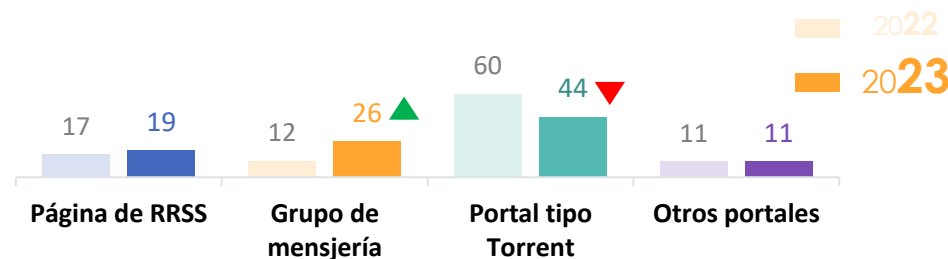
Le explicaron los motivos del cierre



Le dirigieron automáticamente a otro sitio



¿A dónde le redirigieron?



(*) SIN IMÁGENES NI PARTITURAS

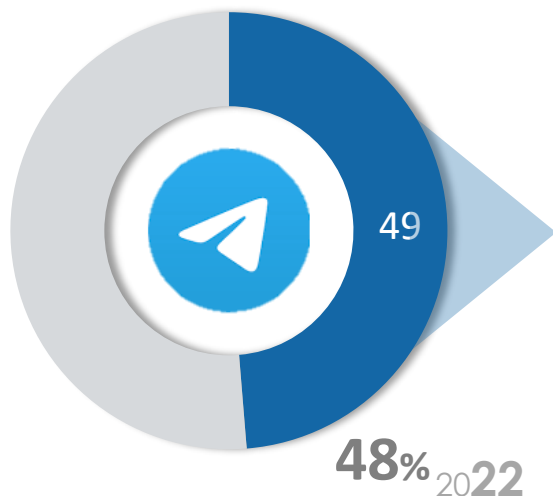
Unidades: porcentajes // Base: Han intentado acceder a un portal cerrado Año 2023 (n=1313); Año 2022 (n= 1032)

▲ Diferencia significativamente superior a 2022
 ▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

Foco en: Uso de Telegram / WhatsApp

La mitad de los internautas usa Telegram y de ellos el 40% pertenecen a un grupo donde tiene acceso a contenidos. La totalidad de los internautas usan WhatsApp y un 10% pertenece a algún grupo que tienen acceso a contenidos.

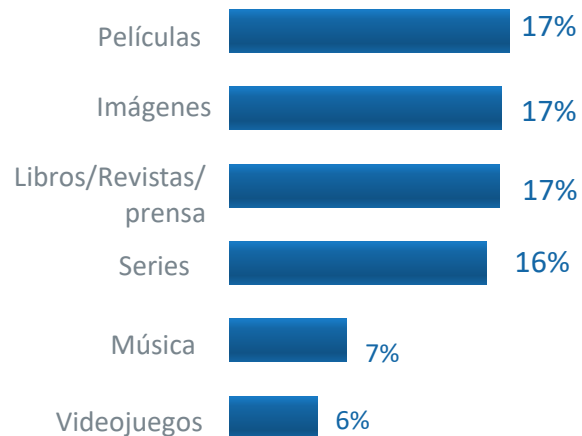
USO TELEGRAM



El 54% de los consumidores de contenidos ilícitos usan Telegram.

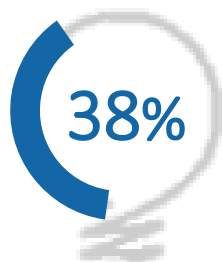
PERTENECE A UN GRUPO DE TELEGRAM CON ACCESO A CONTENIDOS

El 40% de los usuarios de Telegram pertenecen a algún grupo con acceso a contenidos (50% de los consumidores de contenidos ilícitos)



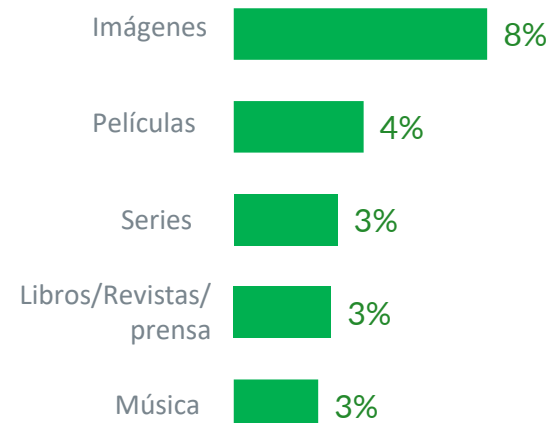
SE INFORMA POR LOS GRUPOS DE TELEGRAM

El 38% de los gruperos de Telegram se informan a través de los grupos de los nuevos dominios o portales donde ir cuando se cierran otros.

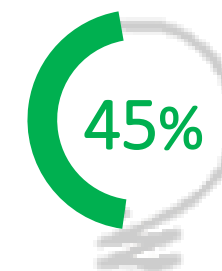


PERTENECE A UN GRUPO DE WHATSAPP CON ACCESO A CONTENIDOS

El 10% de los internautas pertenecen a algún grupo con acceso a contenidos (13% de los consumidores de contenidos ilícitos)



SE INFORMA POR LOS GRUPOS DE WHATSAPP



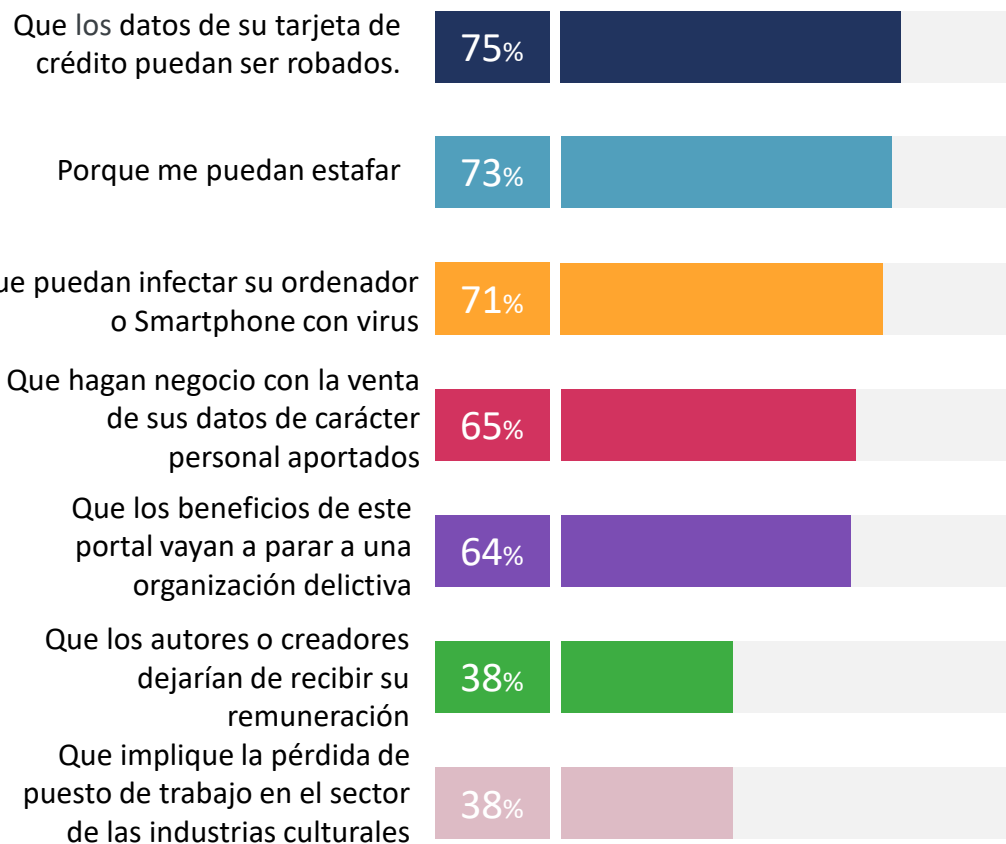
El 45% de los gruperos de WhatsApp se informan a través de los grupos de los nuevos dominios o portales donde ir cuando se cierran otros.

Motivaciones ante los accesos ilícitos

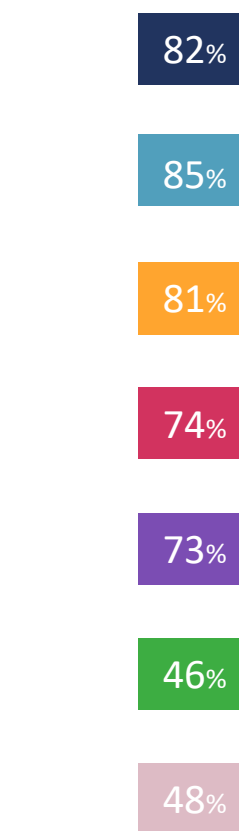
El principal factor que motivaría a dejar de consumir contenidos digitales gratuitos sería el potencial fraude: ya sea por el robo de los datos de la tarjeta de crédito o por ser víctima de una estafa, son los mismos motivos que declaran los no consumidores ilícitos. Que cierren/bloqueen página web sigue siendo la medida que se considera más efectiva.



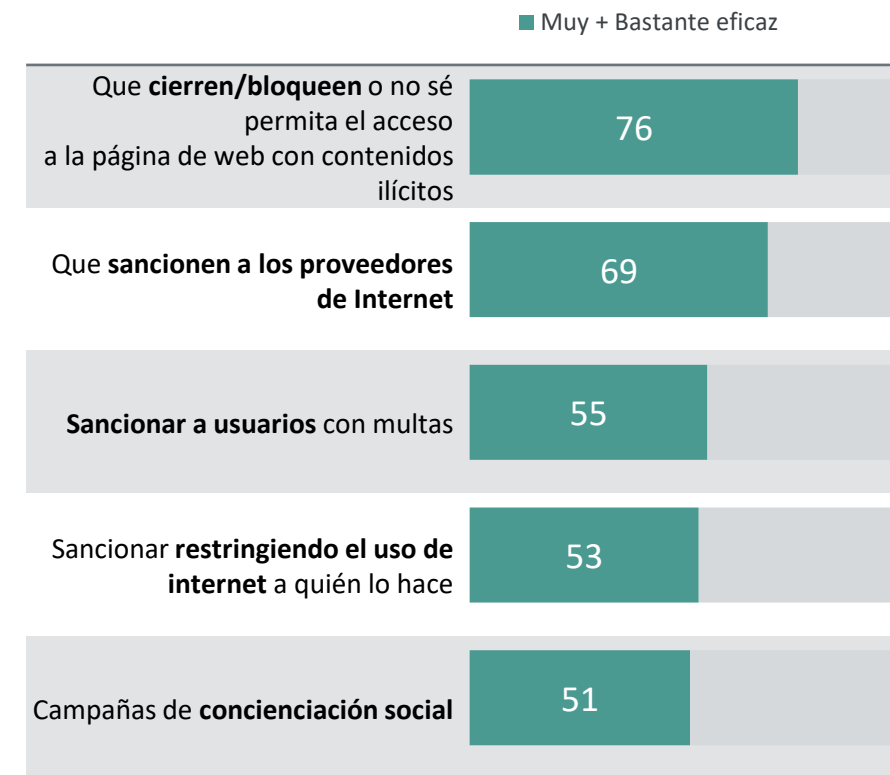
¿Por qué motivos dejarías de utilizar contenidos ilícitos?



¿Por qué no consumes contenidos ilícitos?



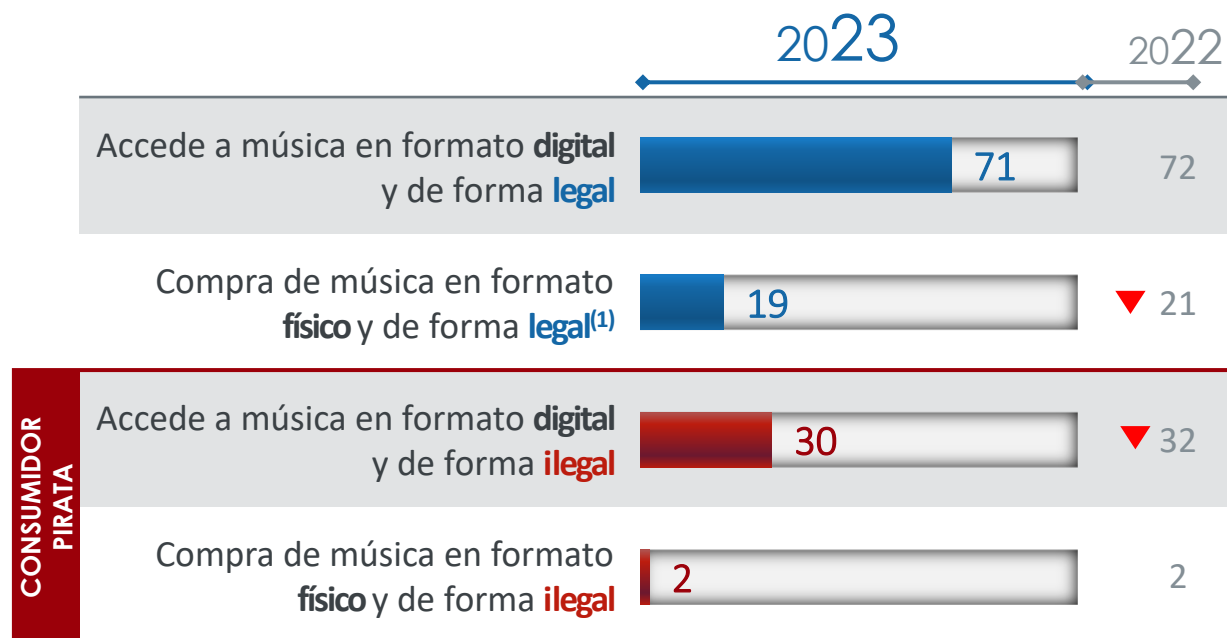
¿Qué medidas serían las más efectivas?



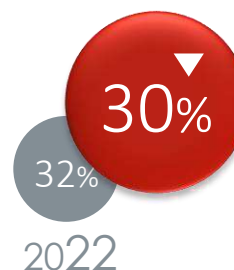
Unidades: porcentajes // Base: Consumidores de contenidos digitales ilícitos Año 2023 (n=2415)



Música | Resumen



Consumidores piratas en formato físico o digital



Se observa una ligera caída en el número de consumidores de música ilícita, mientras que el número de consumidores legales en formato digital se mantiene estable.

(1) Se añade en el consumo físico legal en Música la compra de vinilos,

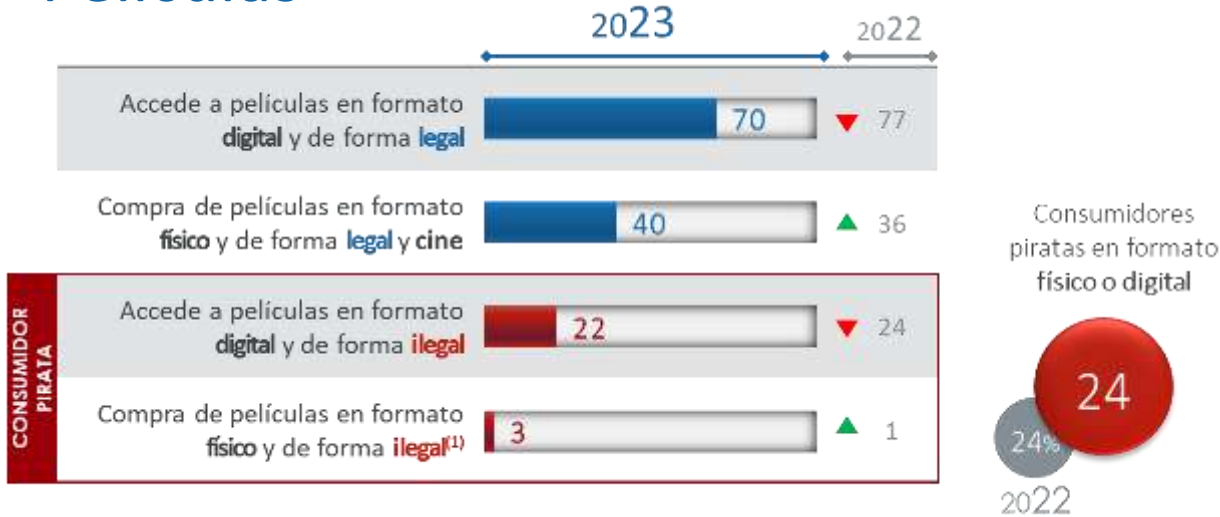
Unidades: porcentajes // Base: Total internautas Año 2023: (n=3258); Año 2022: (n=3506)

▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

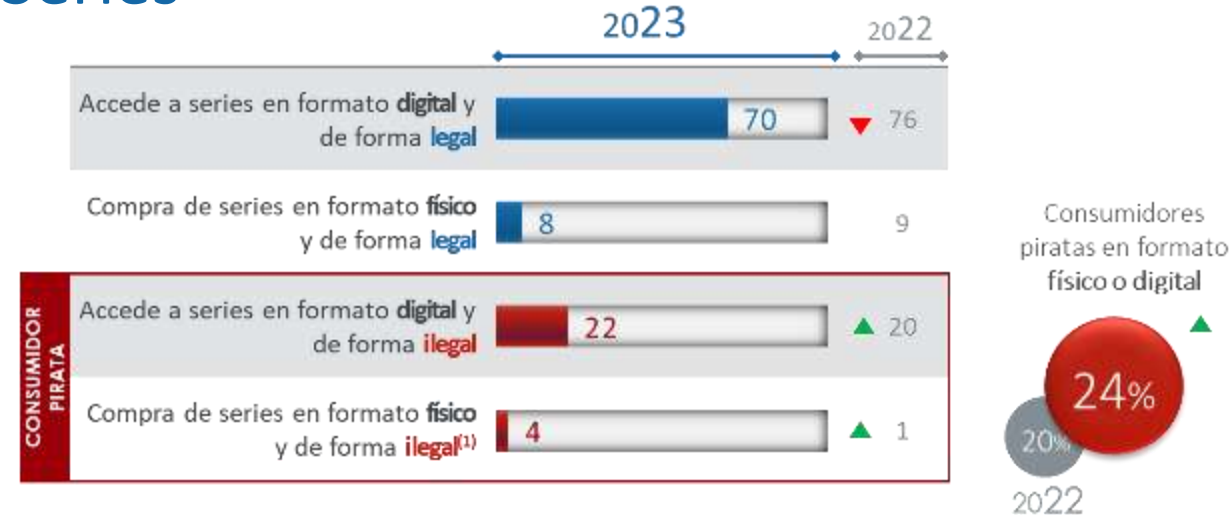


Películas y Series | Resumen

Películas



Series



Sigue el aumento del consumo de contenidos ilícitos de cine desde la pandemia

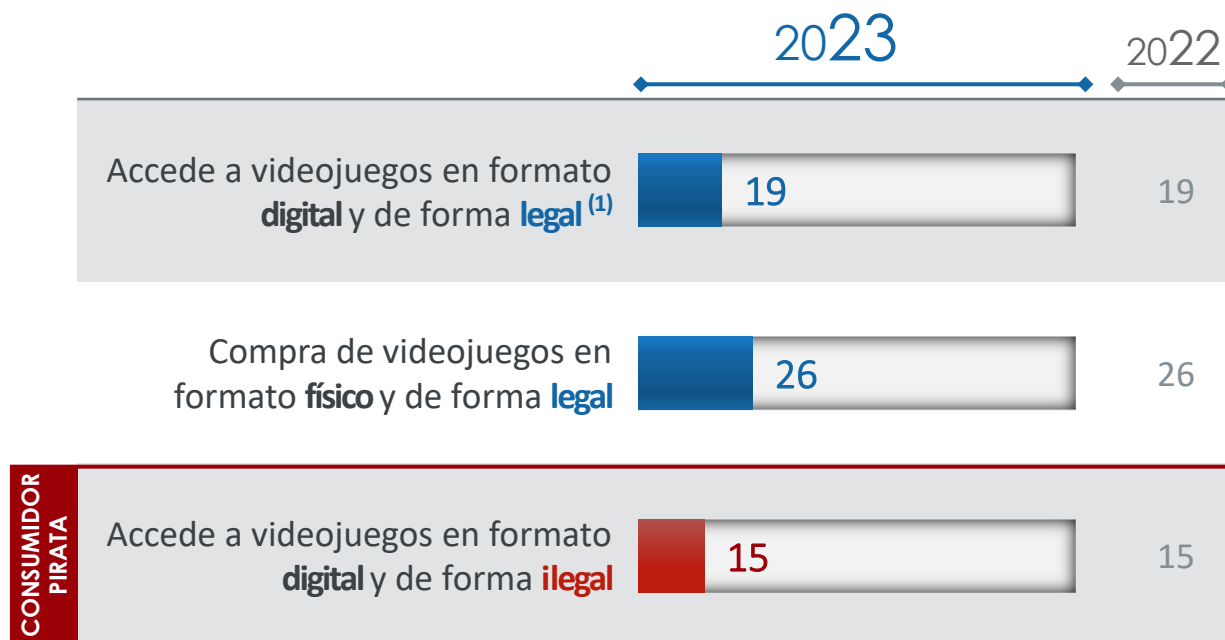
(1) Se añade en el consumo físico ilegal en Películas la compra en soportes pen drive o disco duros.

Unidades: porcentajes // Base: Total internautas Año 2023: (n=3258); Año 2022: (n=3506)

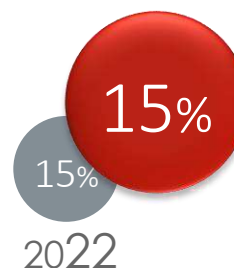
▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022



Videojuegos | Resumen

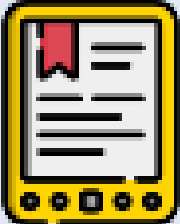


Consumidores piratas en formato digital

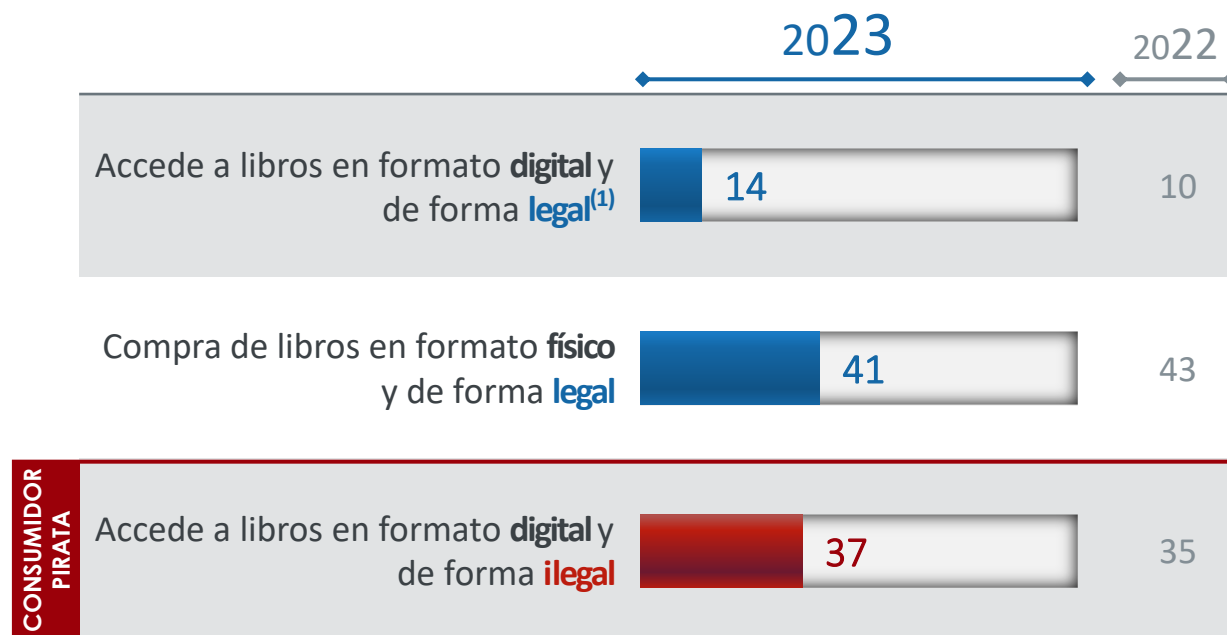


El número de consumidores de videojuegos ilícitos no evoluciona con respecto al 2022.

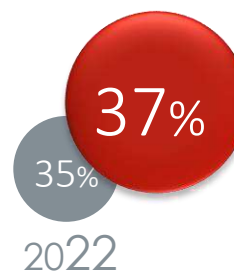
(1) Sólo se obtiene el consumo digital legal de pago en Videojuegos.



Libros | Resumen



Consumidores piratas en formato digital



Los consumidores de Libros piratas aumentan con respecto a 2022

En el caso del acceso digital legal, el aumento viene determinado por la inclusión en este año de las suscripciones a plataformas tipo Amazon Kindle, por lo que no es un dato comparable.

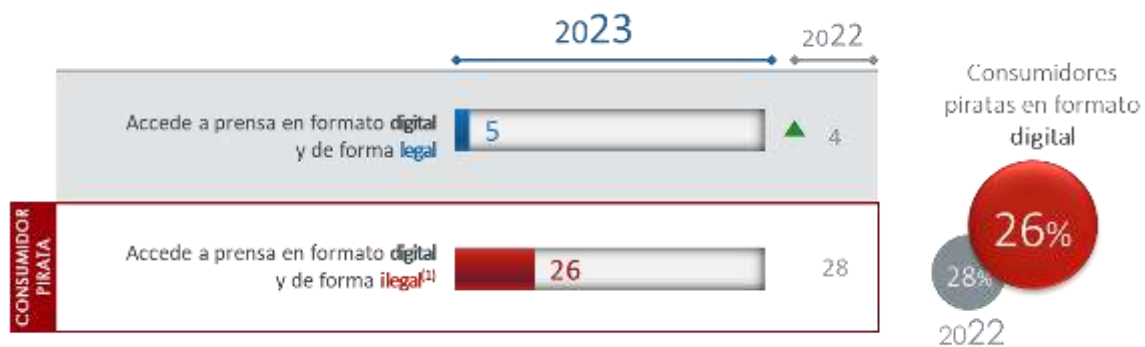
(1) Se añade en el consumo digital legal en Libros las suscripciones a plataformas tipo Amazon Kindle, por lo tanto, no se puede comparar.

Unidades: porcentajes // Base: Total internautas Año 2023: (n=3258); Año 2022: (n=3506)

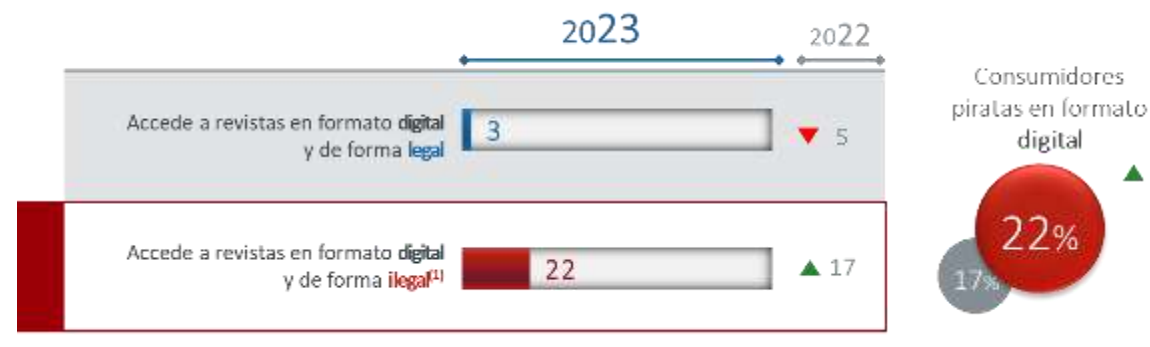
▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022



Periódicos



Revistas



Aumenta el número de consumidores de prensa (periódicos y revistas) ilícitos
El consumo lícito de periódicos en formato digital aumenta, el ilícito se mantiene con respecto a 2022.

(1) Se añade el acceso a suscripciones de prensa de muros de pago sin contar con una suscripción.

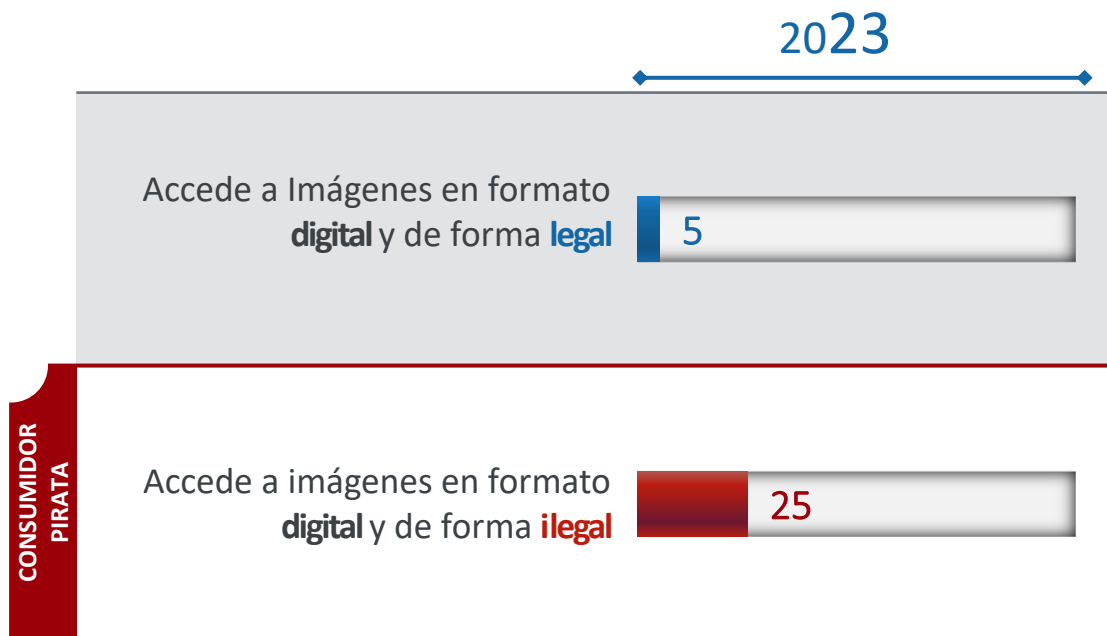
(2) Se eliminan las apps de mensajería y RRSS del listado de portales para el acceso de descarga gratis de periódicos, por lo que no tiene comparativa con el año 2022.

Unidades: porcentajes // Base: Total internautas Año 2023: (n=3258); Año 2022: (n=3506)

▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022



Imágenes | Resumen



Consumidores piratas en formato digital



1 de cada 4 internautas ha consumido imágenes de forma ilegal.

Acceso ilegal digital

Aunque descienden prácticamente en todas las industrias los contenidos consumidos de forma ilegal, a excepción de Música y Revistas, el valor de los contenidos aumenta un 5%, (1.600 millones más que 2022), por la subida del coste de los mismos.



	2023		VOLUMEN (en millones de contenidos)		% individuos que acceden		2023		Variación con 2022		VALOR (en millones de Euros)	
Música			2.369	▲ (+1%)	30%	▼ (-7%)		11.320	▲ (+10%)			
Películas			550	▼ (-3%)	22%	▼ (-7%)		6.153	▲ (+1%)			
Videojuegos			308	▼ (-5%)	15%	▼ (-2%)		9.117	▲ (+3%)			
Libros			524	▼ (-3%)	37%	▲ (+4%)		4.920	▲ (+1%)			
Series			952	▼ (-3%)	22%	▲ (+10%)		1.761	▲ (+9%)			
Periódicos			231	▼ (-13%)	26%	▼ (-8%)		347	▼ (-13%)			
Revistas			145	▲ (+28%)	22%	▲ (+27%)		340	▲ (+28%)			
Imágenes			407		25%			712				

▲ Diferencia significativamente superior a 2022
▼ Diferencia significativamente inferior a 2022

Millones de contenidos **5.079** ▼ (-1%)⁽¹⁾

Millones de Euros **33.957** ▲ (+5%)⁽¹⁾

⁽¹⁾ Los contenidos totales, tanto en número como en valor se ha realizado sin los datos de Imágenes, la metodología ha cambiado con respecto a 2022, son datos estimados sin consolidar hasta futuras mediciones.

Resumen | Lucro cesante de la industria en España por efecto de la piratería⁽¹⁾

El perjuicio en 2023 para las industrias fue de **1.992 millones** de euros



(1) En el dato global no se incluye los datos de Imágenes, por ser un dato estimado ya que no está consolidado, pudiendo haber variaciones en próximas mediciones.

Unidades: porcentajes // Base: Total internautas Año 2023: (n=3258); Año 2022: (n=3506)

Valor de la industria + lucro cesante (1)

El lucro cesante tiene este año una variación creciente en Música, Libros y Prensa, mientras que Películas/Series y Videojuegos decrece. Todas las industrias crecen con respecto a 2022.



		Valor de la industria	Lucro cesante	TOTAL		2023			Variación con 2022		
						Industria	Lucro	TOTAL	Industria	Lucro	TOTAL
MÚSICA	Físico	62	29	91	91	466	628	1094	+16%	+16%	+16%
	Digital	404	599	1.003	1.003						
VIDEOJUEGOS	Físico	419	37	455	455	1720	154	1873	+9%	-4%	+8%
	Digital	1301	117	1418	1.418						
LIBROS	Físico	2579	95	2674	2.674	2718	253	2971	+6%	+16%	+7%
	Digital	139	158	297	297						
PELÍCULAS + SERIES	Físico + Digital	2.360	330	2.690	2.690	2.360	330	2.690	+25%	-15%	+18%
PERIÓDICOS + REVISTAS	Físico	983	267	1.250	1.250	1.666	628	2.294	+3%	+26%	+9%
	Digital	683	361	1.044	1.044						
IMÁGENES	Digital	316	112	359	428	316	112	428	0%	-	-

(1) En el dato global no se incluye los datos de Imágenes, por ser un dato estimado ya que no está consolidado, pudiendo haber variaciones en próximas mediciones.

Unidades: porcentajes // Base: Total internautas Año 2023: (n=3258); Año 2022: (n=3506)

Empleo⁽¹⁾

Según los datos obtenidos de la cuota de mercado que están dejando de facturar las industrias, se podrían generar 107 mil puestos, tanto directos como indirectos. Y el erario público ingresaría 600 millones, distribuidos entre el IVA de los contenidos comprados, la Seguridad Social y el IRPF de los empleos generados.



Valor total del **LUCRO** cesante por los accesos ilegales

1.992 Millones de euros

Esto supone un **incremento del 22%** sobre la facturación actual de las industrias.

Puestos de trabajo DIRECTOS que se generarían en un escenario sin accesos ilegales

17.902 puestos de trabajo **DIRECTOS**

Se estima que **1** empleo **directo** puede generar **6** indirectos

En **total** se **generarían** entre puestos **directos + indirectos**

107.410 puestos de trabajo

Ingresos totales **NO** percibidos por las arcas **públicas**

600 Millones de euros

357
IVA

188
Seguridad Social

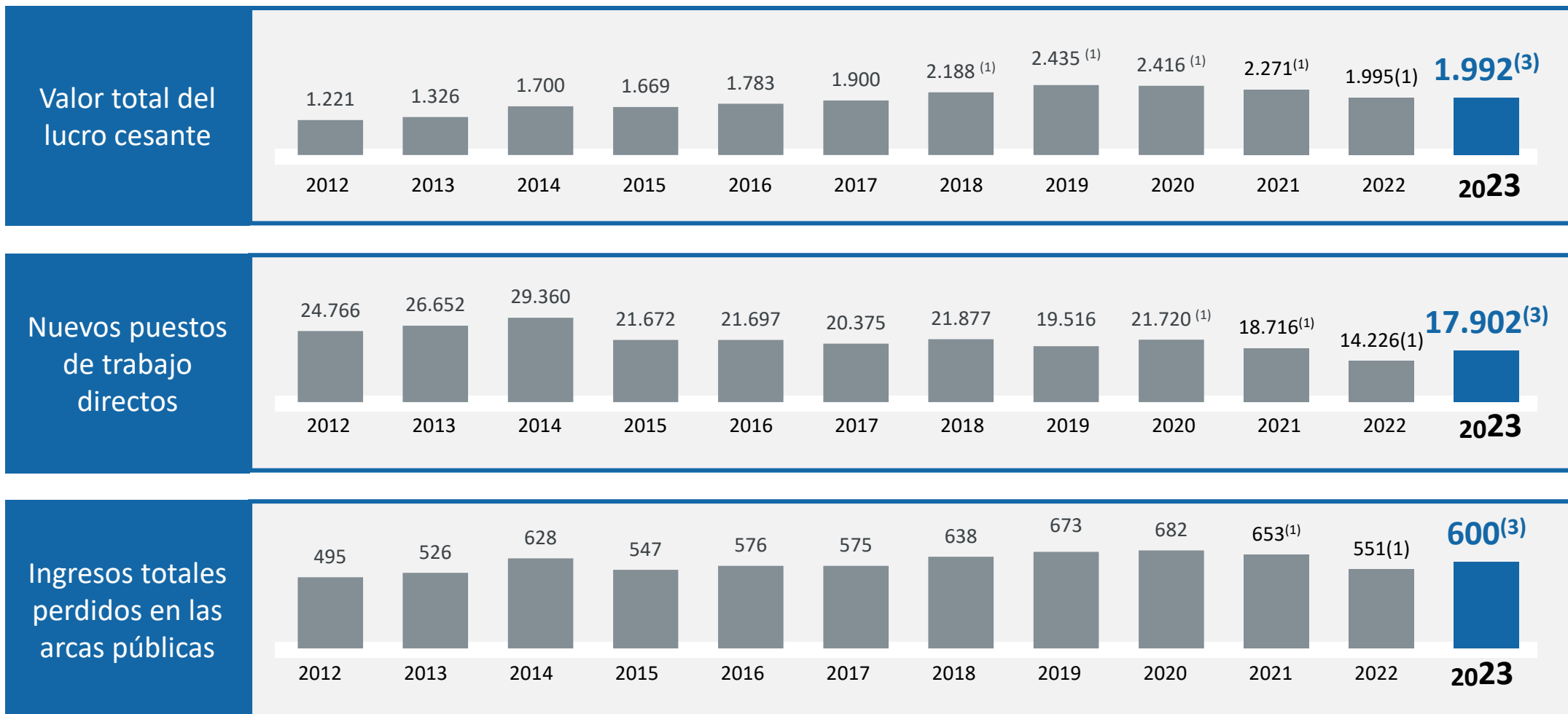
55
IRPF

(1) En el dato global no se incluye los datos de Imágenes, por ser un dato estimado siendo el primer año que se miden y no estar consolidado, pudiendo haber variaciones en próximas mediciones.

Unidades: porcentajes // Base: Total internautas Año 2023: (n=3258)

Impacto de la piratería⁽²⁾

Con respecto a 2022, este año 2023 aumenta la cuota de lucro cesante, y el número de empleos directos que se generarían en el caso de no existir el consumo de contenidos ilícitos, y sus consiguientes ingresos de impuestos y Seguridad Social por parte de la Administración.



IVA – 357
S. Social – 188
IRPF – 55

(1) Incluyen datos de Periódicos, Revistas, no incluye datos de Fútbol (3) No se incluyen Partituras ni Fútbol

(2) En el dato global no se incluye los datos de Imágenes, por ser un dato estimado siendo el primer año que se miden y no estar consolidado, pudiendo haber variaciones en próximas mediciones.

Unidades: porcentajes // Base: Total internautas (n= 3506)

MUCHAS GRACIAS

GfK

OBSERVATORIO
2023 DE PIRATERÍA Y HÁBITOS DE
CONSUMO DE CONTENIDOS DIGITALES



la coalición
de creadores e industrias de contenidos

Calle José Abascal, 44, 4ª planta – 28003 Madrid.
Teléfono (+34) 91 282 53 41 – Fax (+34) 91 442 48 49
lacoalicion@lacoalicion.es – info@lacoalicion.es
lacoalicion.es



LALIGA



V
e
g
a
p