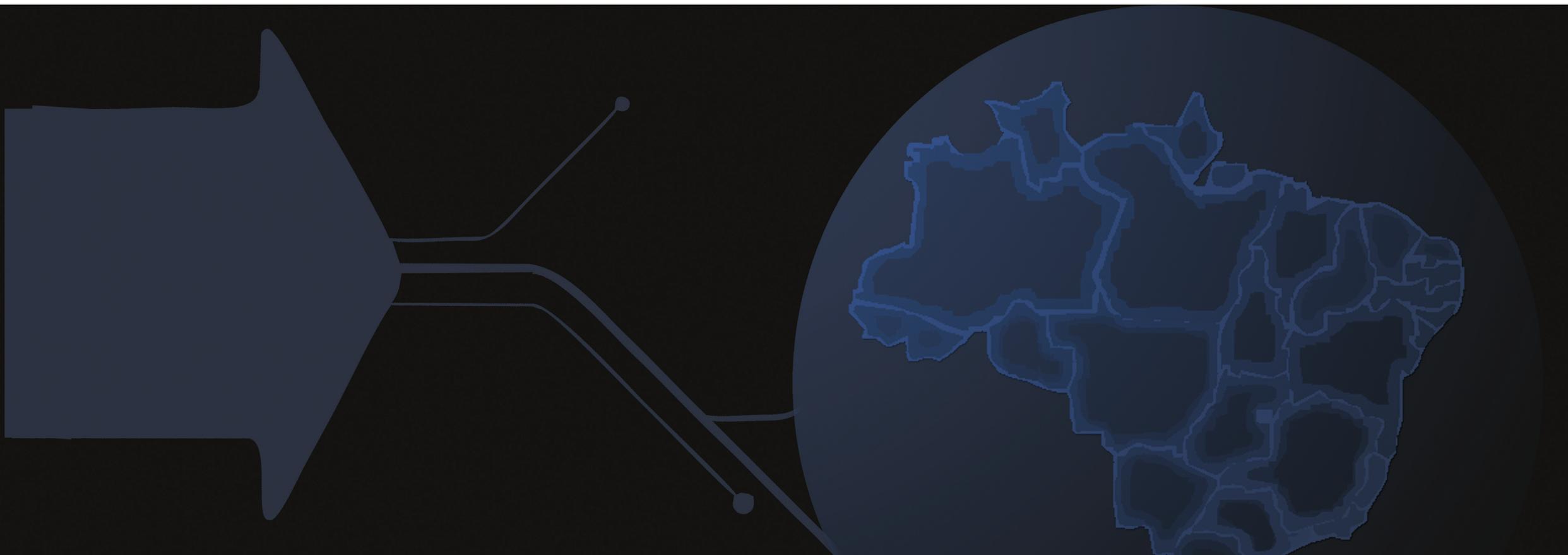


# PIRATARIA NO BRASIL



R A D I O G R A F I A D O C O N S U M O



“ A espécie humana é essencialmente egoísta e, com frequência, precisa receber estímulos individuais para agir em prol de uma causa que transcenda o próprio raio de interesses.”

Eric Maskin, Prêmio Nobel de Economia 2007

# ÍNDICE

<b>Apresentação</b>	Pág. 4
<b>Capítulo 1 - Radiografia do Consumo</b>	Pág. 6
Evolução do Consumo	Pág. 7
Involução da Consciência	Pág. 12
Manutenção do Risco	Pág. 13
<b>Capítulo 2 - A estratificação da pesquisa</b>	Pág. 14
Homens X Mulheres	Pág. 15
Faixa etária	Pág. 17
Grau de instrução	Pág. 19
Classe econômica	Pág. 20
Regiões	Pág. 22
Disseminação do problema	Pág. 24
<b>Capítulo 3 - Conclusão do Estudo</b>	Pág. 26
<b>Capítulo 4 - Pesquisa:</b>	
O consumo de produtos piratas no Brasil	Pág. 29



# Apresentação

O Brasil, assim como o mundo inteiro, vem pagando um preço alto pelos prejuízos financeiros e sociais provocados pela pirataria. O debate sobre como impedir que a sociedade siga arcando com essa conta é saudável e agrega alternativas para eliminar tal prática nociva no cenário nacional e internacional, que além de prejudicar a economia ainda financia paralelamente uma diversidade de crimes.

A Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio-RJ), que representa os interesses do comércio de bens, serviços e turismo, tem como missão promover e desenvolver o crescimento empresarial, em harmonia com o desenvolvimento sustentado da sociedade, assegurando um ambiente favorável de negócios. Exatamente, por esse motivo, e pensando no bem-estar da sociedade, a Fecomércio-RJ vem se empenhando em contribuir para o combate à pirataria.

Em prol desse objetivo, a Fecomércio-RJ elaborou esta segunda edição atualizada do estudo Pirataria no Brasil – Radiografia do Consumo – baseado na pesquisa “O consumo de produtos piratas no Brasil“, realizada desde 2006 em conjunto com a Ipsos. O levantamento visa apurar informações sobre o consumidor de produtos piratas com o propósito de fomentar esse debate e fornecer ferramentas que possam servir na elaboração de políticas públicas e alternativas de ações que deem um fim a essa prática.

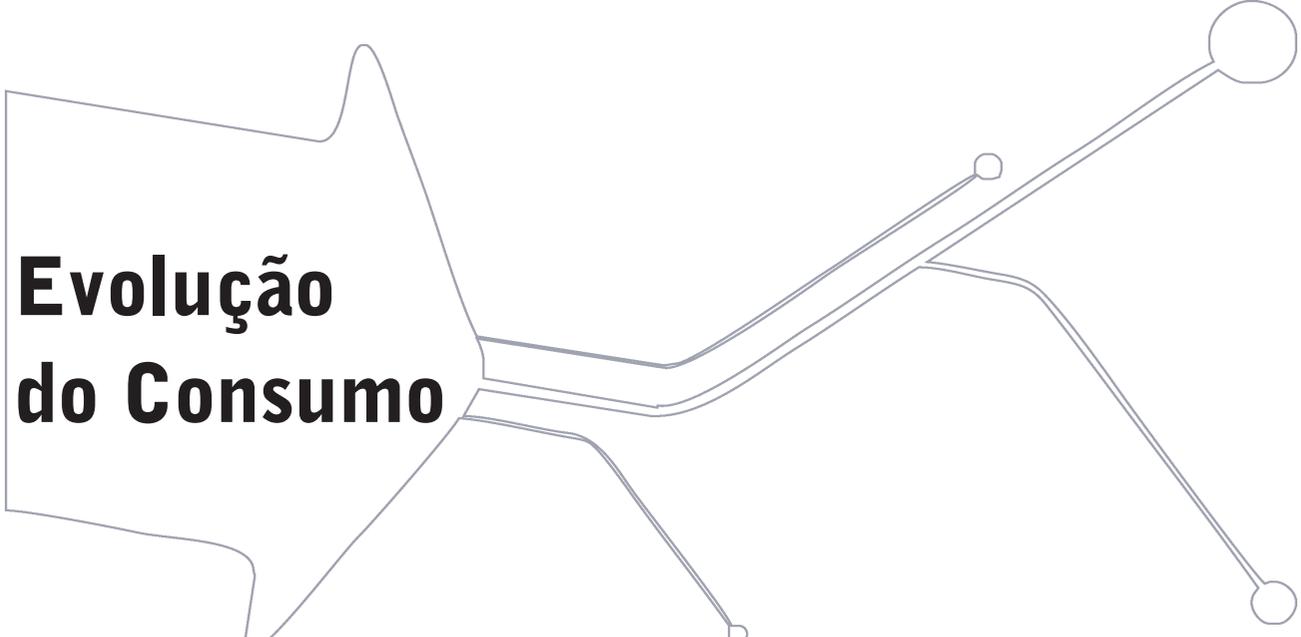
A pesquisa, de abrangência nacional, feita em mil domicílios, situados em 70 cidades, incluindo nove regiões metropolitanas, procura compreender nos últimos cinco anos quem é o consumidor de produto pirata no Brasil; o que o motiva a comprar cópias de qualidade inferior e se ele sabe quais são os danos e prejuízos gerados à sociedade por esse comércio ilegal.

Afinal, para enfrentar esse crime, é preciso repensar o papel do consumidor em toda a teia da pirataria. Em um país, como o Brasil, que hoje se encontra no centro dos principais debates do mundo e na mira de grandes investidores internacionais, seria leviano transferir apenas ao consumidor a culpa dos graves danos causados pelo comércio de produtos ilegais, mas é necessário admitir que a produção de produtos piratas continua a se expandir porque a demanda é imensa.



# **Radiografia do Consumo**

# Evolução do Consumo



A pirataria moderna, assim como a prática que deu origem ao termo no século XV, é um crime que não se submete às leis de nenhum país nem às convenções internacionais. É um crime sem fronteiras que invade os territórios e seduz uma parcela dos cidadãos comuns enquanto consumidores.

A pesquisa Fecomércio-RJ/Ipsos revela que nos últimos cinco anos aumentou o volume de brasileiros que consomem produtos piratas. Em 2006, 42%<sup>1</sup> dos entrevistados compraram alguma mercadoria falsificada. Transformando esse percentual em números absolutos, aproximadamente 56,4 milhões de brasileiros teriam adquirido algum item desta natureza naquela época. Em 2010, 48% dos entrevistados que responderam à pesquisa afirmaram ter comprado algum produto pirata, o que representa um aumento de 13,8 milhões de pessoas consumidoras deste tipo de produto. Hoje, no Brasil, são aproximadamente 70,2 milhões de consumidores de mercadorias falsificadas.

Desde que a pesquisa “O consumo de produtos piratas no Brasil” foi realizada pela primeira vez, em 2006, CD e DVD figuram no topo da lista de produtos piratas mais consumidos. Nos últimos cinco anos, o percentual de brasileiros consumidores de CD ilegal caiu de 86%<sup>2</sup> para 79%.

<sup>1</sup> Tabela: página 30

<sup>2</sup> Tabela: página 30

A justificativa para esta oscilação é a expansão do mercado de *mp3* no Brasil, via *ipods* e celulares, e a maior disseminação do uso da internet, que ampliou a prática de se “baixar” músicas pelo computador, especialmente entre o público consumidor de produtos piratas. Apesar desta queda, em 2010, o CD ainda é o produto com o maior contingente de consumidores.

No período entre 2006 e 2010, houve uma disparada no consumo de DVD. No primeiro ano da pesquisa, o percentual de brasileiros que afirmou ter comprado este produto no mercado ilegal era de 35%<sup>3</sup>. Em 2010, 77% dos entrevistados assumiram ter adquirido um DVD pirata nos últimos doze meses. O binômio que sustenta esta expansão é a agilidade com que hoje os falsificadores podem reproduzir essas mídias, pelo avanço e disseminação da tecnologia, e o aumento significativo na venda de aparelhos de DVD. Estimativa da Fecomércio-RJ, com base em dados da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos, indica que de 2006 a 2010 foram vendidos anualmente, em média, 7,2 milhões destes equipamentos.

O levantamento também apurou que nenhum dos malefícios e prejuízos do consumo ilegal é levado consideravelmente em conta na hora da compra de produtos piratas, sendo o preço baixo o fator decisivo. Nos cinco anos da pesquisa, é quase unânime, entre aqueles que consomem esse tipo de mercadoria, a busca por produtos mais baratos. Em 2010,

<sup>3</sup> Tabela: página 30

94%<sup>4</sup> dos que consomem produtos piratas afirmaram que o custo mais baixo é o que os atrai. Em 2006, o percentual era praticamente o mesmo: 93%.

Os produtos piratas custam bem menos, porque encontram abrigo na ilegalidade. Seus fabricantes, distribuidores e comerciantes não pagam tributos, encargos trabalhistas, direitos autorais e todas as outras obrigações que o mercado formal tem por dever. À primeira vista, parece uma equação simples. Só que a conta não bate. O preço baixo que atrai o consumidor acaba saindo caro. Afinal, é a própria sociedade que arca com a diferença entre o valor real do produto e o valor da mercadoria pirata.

---

4

Tabela: página 31

## Tabelas carga tributária (CDs<sup>5</sup> e DVDs) – NCM 8523

### RIO DE JANEIRO

Empresas tributadas pelo Lucro Real

PIS	COFINS	ICMS	IP11	Total2
1,65%	7,6%	12%	15%	<b>36,25%</b>

Empresas tributadas pelo Lucro Presumido (faturamento anual de até R\$ 48.000.000,00)

PIS	COFINS	ICMS	IP1	Total
0,65%	3%	12%	15%	<b>30,65%</b>

### SÃO PAULO

Empresas tributadas pelo Lucro Real

PIS	COFINS	ICMS	IP1	Total
1,65%	7,6%	7%	15%	<b>31,25%</b>

Empresas tributadas pelo Lucro Presumido (faturamento anual de até R\$ 48.000.000,00)

PIS	COFINS	ICMS	IP11	Total2
0,65%	3%	7%	15%	<b>25,65%</b>

### MINAS GERAIS

Empresas tributadas pelo Lucro Real

PIS	COFINS	ICMS	IP11	Total2
1,65%	7,6%	12%	15%	36,25%

Empresas tributadas pelo Lucro Presumido (faturamento anual de até R\$ 48.000.000,00)

PIS	COFINS	ICMS	IP11	Total2
0,65%	3%	12%	15%	30,65%

### PARANÁ

Empresas tributadas pelo Lucro Real

PIS	COFINS	ICMS	IP11	Total2
1,65%	7,6%	12%	15%	<b>36,25%</b>

Empresas tributadas pelo Lucro Presumido (faturamento anual de até R\$ 48.000.000,00)

PIS	COFINS	ICMS	IP11	Total2
0,65%	3%	12%	15%	<b>30,65%</b>

<sup>5</sup> Nomenclatura Comum do Mercosul 8471.70.2, 8523.

## **RIO GRANDE DO SUL**

Empresas tributadas pelo Lucro Real

PIS	COFINS	ICMS	IPI1	Total2
1,65%	7,6%	17%	15%	<b>41,25%</b>

Empresas tributadas pelo Lucro Presumido (faturamento anual de até R\$ 48.000.000,00)

PIS	COFINS	ICMS	IPI	Total
0,65%	3%	17%	15%	<b>35,65%</b>

## **PERNAMBUCO**

Empresas tributadas pelo Lucro Real

PIS	COFINS	ICMS	IPI	Total
1,65%	7,6%	12%	15%	<b>36,25%</b>

Empresas tributadas pelo Lucro Presumido (faturamento anual de até R\$ 48.000.000,00)

PIS	COFINS	ICMS	IPI	Total
0,65%	3%	12%	15%	<b>30,65%</b>

## **CEARÁ**

Empresas tributadas pelo Lucro Real

PIS	COFINS	ICMS	IPI	Total
1,65%	7,6%	17%	15%	<b>41,25%</b>

Empresas tributadas pelo Lucro Presumido (faturamento anual de até R\$ 48.000.000,00)

PIS	COFINS	ICMS	IPI	Total
0,65%	3%	17%	15%	<b>35,65%</b>

## **BAHIA**

Empresas tributadas pelo Lucro Real

PIS	COFINS	ICMS	IPI	Total
1,65%	7,6%	17%	15%	<b>41,25%</b>

Empresas tributadas pelo Lucro Presumido (faturamento anual de até R\$ 48.000.000,00)

PIS	COFINS	ICMS	IPI	Total
0,65%	3%	17%	15%	<b>35,65%</b>

## **PARÁ**

Empresas tributadas pelo Lucro Real

PIS	COFINS	ICMS	IPI	Total
1,65%	7,6%	17%	15%	<b>41,25%</b>

Empresas tributadas pelo Lucro Presumido (faturamento anual de até R\$ 48.000.000,00)

PIS	COFINS	ICMS	IPI	Total
0,65%	3%	17%	15%	<b>35,65%</b>

1 O IPI incide na operação dos fabricantes, porém seu encargo é transferido aos comerciantes.

2 Total sem os tributos incidentes sobre o lucro, somente considerando os tributos incidentes sobre o **faturamento e consumo**, que são estritamente ligados com a atividade objeto da análise..

Diante do cenário apresentado anteriormente, vemos que o peso dos impostos reduz drasticamente a competitividade dos produtos originais. A alta carga tributária eleva o custo dos produtos, como CDs e DVDs, por exemplo. Caso houvesse uma desoneração ou isenção de impostos sobre essas mercadorias o preço oferecido poderia ficar mais próximo do desejado pelos consumidores. A pesquisa Fecomércio - RJ/Ipsos mostra que os brasileiros acreditam que o preço teria que ser reduzido cerca de 50%<sup>6</sup> para que pudessem comprar o original.

A alta carga de tributos sobre empresários e produtos é um dos principais entraves enfrentados pelo comércio formal nessa disputa desleal com a pirataria e o contrabando. A elevada incidência de impostos gera queda no faturamento do empreendedor, principalmente os de menor porte, que não possuem garantias para a busca de opções no mercado financeiro capazes de oferecer sobrevida às suas atividades.

E esse ciclo vicioso impede que o comércio de bens e serviços, elo essencial na cadeia produtiva que une a produção ao consumo, explore toda a sua capacidade de contribuir para o desenvolvimento econômico e para a diminuição das desigualdades sociais.

A consequência direta da alta carga tributária cobrada aos empresários é a redução do potencial do comércio em colaborar para a melhoria do desempenho de fabricantes, comerciantes e trabalhadores, em vista da redução da taxa de crescimento do emprego oferecido. Desse modo uma carga tributária menor, concomitante à fiscalização mais eficiente contra a pirataria, significaria até maior arrecadação ao governo do que o quadro atual.

A pesquisa revela que os consumidores de produtos piratas acreditam, cada vez menos, que a pirataria provoca desemprego. Em 2006,

este era o pensamento de 64%<sup>7</sup> dos brasileiros. Em 2010, caiu para 56%. Esse raciocínio é um equívoco.

Há momentos em que as demissões crescem mais que as admissões, ou as contratações crescem menos do que poderiam, face aos efeitos da pirataria sobre o comércio e a produção legalizados. Isso gera, assim, um resultado líquido aquém do necessário para a absorção da mão de obra disponível. E são justamente as pessoas que ficam à margem do mercado formal de trabalho que muitas vezes encontram alento no mercado informal.

---

<sup>7</sup> Tabela: página 32

---

<sup>6</sup> Tabela: página 31

# Involução da Consciência

A pesquisa Fecomércio-RJ/Ipsos revelou também que o nível de conscientização dos consumidores em relação aos danos causados pela pirataria diminuiu drasticamente no período entre 2006 e 2010.

- Em 2006, para 30%<sup>8</sup> dos entrevistados, o uso de produtos piratas não trazia consequência negativa. Em 2010, este número subiu para 37%.
- Houve redução do percentual de brasileiros que associam a pirataria ao crime organizado: de 70%<sup>9</sup>, em 2006, para 60%, em 2010.
- Ainda nesta linha, reduziu de 79%<sup>10</sup>, em 2006, para 68%, em 2010, o total de consumidores que acredita que a venda dessas mercadorias prejudica o faturamento do comércio formal.
- Em 2006, 83%<sup>11</sup> dos brasileiros achavam que a pirataria alimentava a sonegação de impostos. Essa proporção diminuiu para 75%, em 2010.

- Em relação aos prejuízos causados ao fabricante e/ou artista, caíram de 83%<sup>12</sup>, em 2006, para 79%, em 2010, os que compartilham desta opinião.

Esses resultados mostram que o controle do comércio ilegal de produtos piratas no Brasil precisa ter como um dos focos de ação o consumidor, exigindo que ele se torne mais consciente e passe a considerar, em suas escolhas de consumo, as implicações econômicas, ambientais, sociais, legais e individuais.

O cidadão precisa assimilar que o ônus do consumo de produtos piratas é maior que o bônus. Ele precisa se responsabilizar por seus atos e se comprometer com suas ações.

No período observado pela pesquisa aumentou, de zero<sup>13</sup> para 13%, a parcela de brasileiros que não tem restrição a qualquer tipo de produto pirata, ou seja, compraria qualquer mercadoria falsificada. Este dado mostra que cresceu a aceitação deste tipo de produto.

8 Tabela: página 32

9 Tabela: página 32

10 Tabela: página 32

11 Tabela: página 32

12 Tabela: página 32

13 Tabela: página 31

# Manutenção do Risco



A pesquisa Fecomércio/Ipsos também investigou as pessoas que não compraram produtos piratas no período. O objetivo foi entender por que uma parcela da sociedade não se interessa por esse tipo de mercadoria. Foi verificado que:

Entre os entrevistados que não adquiriram piratas, desde o lançamento da pesquisa, a justificativa mais citada é a baixa qualidade dos produtos. Em 2006, 42%<sup>14</sup> usaram este argumento. Em 2010, o percentual aumentou para 48%.

A afirmativa de que os produtos piratas têm qualidade inferior aos originais é verdadeira. Alguns, como é sabido, colocam inclusive em risco a saúde de seus consumidores, pois são nocivos ao organismo.

Mas, a resposta dos não-consumidores de produtos piratas permitiu uma avaliação ainda mais profunda de quem consome.

Na análise evolutiva do levantamento, entre aqueles que não compram produtos piratas, se destaca a diminuição da importância da garantia dos produtos. Em 2006, 17%<sup>15</sup> alegaram que não o faziam por conta da falta de garantia. Em 2010, este percentual caiu para 11%.

14 Tabela: página 30

15 Tabela: página 30

Em outro momento da pesquisa, onde todos os entrevistados são questionados, percebe-se uma redução de 49%<sup>16</sup> (2006) para 35% (2010) dos brasileiros que não compram de forma alguma equipamentos eletrônicos.

Associando esses dois indicadores à informação de que o consumidor de pirata adquire o produto por conta do seu baixo preço pode-se concluir o seguinte: alheios à falta de segurança dos produtos falsificados, que são produzidos sem nenhum parâmetro de qualidade, muitos consumidores do comércio ilegal acreditam que o benefício do preço inferior supera o risco de comprar uma mercadoria com defeito, que não atenda às expectativas ou que até mesmo faça mal à sua saúde.

16 Tabela: página 31



## **A estratificação da pesquisa**

# Homens X Mulheres

Aumentou o consumo de produtos piratas no Brasil tanto entre os homens quanto entre as mulheres. Entre os primeiros, passou de 49%<sup>17</sup>, em 2006, para 52%, em 2010, enquanto entre as últimas, de 36% para 45%, na mesma base de comparação. Apesar de ser maior a proporção de homens que consomem de produtos falsificados, a parcela de mulheres avançou mais que proporcionalmente na compra desses itens.

Ambos os sexos justificam a compra dos produtos piratas pelo preço baixo<sup>18</sup>. E assim como no dado agregado, CD e DVD figuram do topo do ranking dos produtos mais consumidos, sendo que houve um leve recuo no consumo de CD, entre 2006 e 2010, e um avanço expressivo na aquisição de DVD, conforme já mencionado<sup>19</sup>.

A falta de restrição ao consumo de mercadorias piratas cresceu também tanto entre os homens quanto entre as mulheres. Em 2006, quando perguntados se havia algum produto falsificado que o consumidor

não compraria, todos citaram pelo menos uma opção. Em 2010, 14%<sup>20</sup> dos homens disseram que não teriam resistência a nenhuma mercadoria pirata, enquanto 11% das mulheres tiveram o mesmo tipo de julgamento.

Os homens e mulheres também acreditam que o preço teria que ser reduzido em um pouco mais de 50%<sup>21</sup> para que pudessem comprar o original.

O nível de conscientização dos consumidores de produtos piratas, sejam homens ou mulheres, foi bastante reduzido no período entre 2006/2010. No comparativo entre os gêneros, as mulheres têm menos consciência dos malefícios da pirataria.

17 Tabela: página 33

18 Tabela: página 36

19 Tabela: página 34

20 Tabela: página 35

21 Tabela: página 36

## Homens



X



## Mulheres

<p>Em 2006, para 68%<sup>22</sup> dos homens, o uso de produtos piratas não poderia trazer alguma consequência negativa. Em 2010, este número caiu para 60%.</p>	<p>Em 2006, para 64%<sup>27</sup> das mulheres, o uso de produtos piratas não poderia trazer alguma consequência negativa. Em 2010, este número caiu para 60%.</p>
<p>Houve também redução do percentual de homens que associam a pirataria ao crime organizado de 70%<sup>23</sup>, em 2006, para 64%, em 2010.</p>	<p>Houve também redução do percentual de mulheres que associam a pirataria ao crime organizado de 71%<sup>28</sup>, em 2006, para 57%, em 2010.</p>
<p>Ainda nesta linha, reduziu de 81%<sup>24</sup>, em 2006, para 70%, em 2010, o total de homens que acreditavam que a venda dessas mercadorias prejudica o faturamento do comércio formal.</p>	<p>Ainda nesta linha, reduziu de 77%<sup>29</sup>, em 2006, para 66%, em 2010, o total de mulheres que acreditavam que a venda dessas mercadorias prejudica o faturamento do comércio formal.</p>
<p>Em<sup>25</sup> 2006, 85% dos homens achavam que a pirataria alimentava a sonegação de impostos. Esse número diminuiu para 78%, em 2010.</p>	<p>Em 2006, 82% das mulheres achavam que a pirataria alimentava a sonegação de impostos. Esse número diminuiu para 72%, em 2010.</p>
<p>Em<sup>26</sup> relação aos prejuízos causados ao fabricante e/ou artista, caíram de 85%, em 2006, para 80%, em 2010, os que compartilham desta opinião.</p>	<p>Em relação aos prejuízos causados ao fabricante e/ou artista, caiu de 82%, em 2006, para 78%, em 2010, as que compartilham desta opinião.</p>

22 Tabela: página 36

23 Tabela: página 37

24 Tabela: página 37

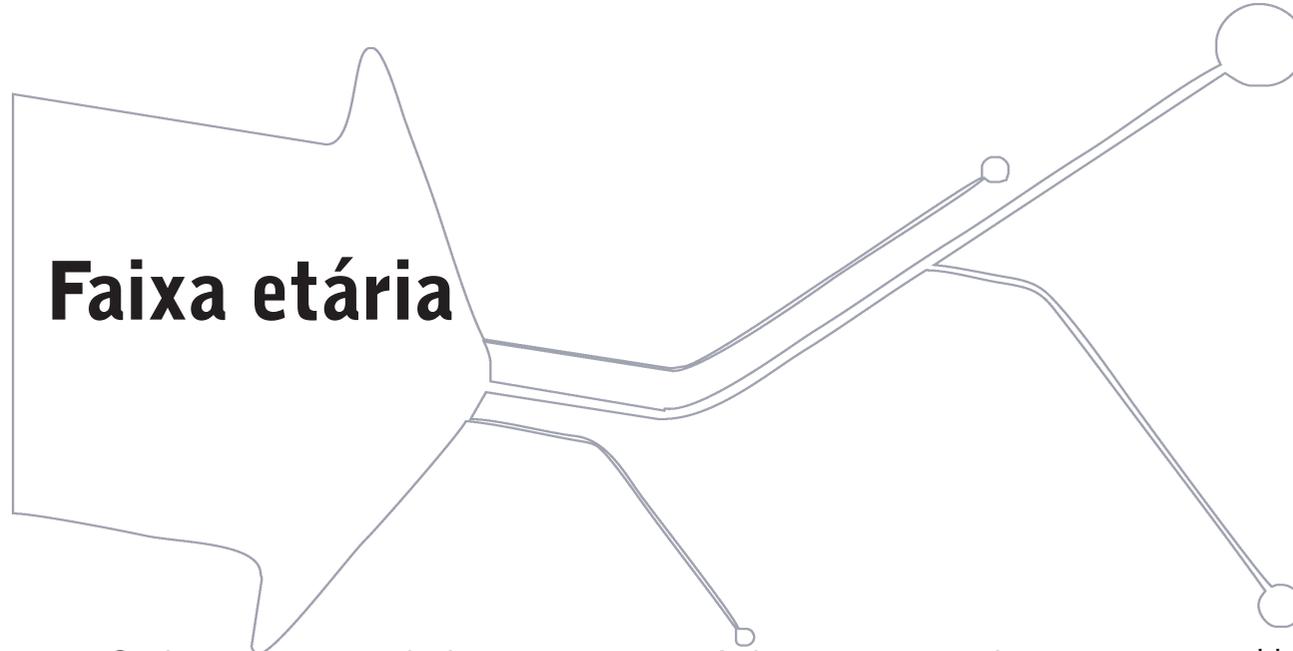
25 Tabela: página 37

26 Tabela: página 37

27 Tabela: página 36

28 Tabela: página 37

29 Tabela: página 37



## Faixa etária

Os jovens, apesar do leve recuo no período, seguem sendo os maiores consumidores dos produtos piratas, passando de 67%<sup>30</sup>, em 2006, para 65% em 2010. Mas o destaque entre as faixas etárias é a disseminação do consumo entre o público mais maduro, o que revela uma maior disseminação do consumo de produtos piratas.

A maior expansão no período entre 2006/2010 aconteceu entre os brasileiros de 45 a 59 anos (de 21% para 40%)<sup>31</sup>, mas é possível perceber um crescimento também entre o público de 35 a 44 anos (de 43% para 60%)<sup>32</sup> e entre aqueles acima de 60 anos (de 13% para 19%)<sup>33</sup>.

O produto mais vendido, entre todas as faixas etárias, é o CD, que, não por acaso, lidera o ranking geral. Mas neste caso, podemos perceber que a facilidade dos mais jovens com as novas tecnologias, especialmente com relação à internet e ao computador, provocou uma redução no consumo deste produto no decorrer dos anos, enquanto houve um aumento na aquisição de CD por parte dos mais velhos.

Para citarmos exemplos dessa afirmação, vamos mostrar os extremos da pesquisa. Entre a população de 16 a 24 anos, o percentual de

30 Tabela: página 38  
 31 Tabela: página 38  
 32 Tabela: página 38  
 33 Tabela: página 38

consumidores, em 2006, era de 89%<sup>34</sup>. Em 2010, caiu para 80%. Já entre os acima de 60 anos, na mesma base de comparação, o volume passou de 78%<sup>35</sup> para 82%.

O consumo de DVD, como dito, segue em segundo lugar na lista de produtos falsificados mais adquiridos, com expansão recente significativa.<sup>36</sup>

A falta de restrição ao consumo de mercadorias piratas também cresceu entre todas as faixas etárias. Em 2006, quando perguntados se havia algum produto falsificado que o consumidor não compraria, todos os entrevistados em todas as faixas citaram pelo menos uma opção. Em 2010, o percentual mais baixo ocorreu entre 25 e 44 anos (11%)<sup>37</sup>, ao passo que a faixa de 45 a 59 chegou a 15%<sup>38</sup>.

Entre os que consomem produto pirata, todas as faixas etárias concordaram que o preço deveria ser reduzido, em média, em 50%<sup>39</sup>, para que passassem a consumir o produto original. Apenas as pessoas acima

34 Tabela: página 39  
 35 Tabela: página 39  
 36 Tabela: página 39  
 37 Tabela: página 39  
 38 Tabela: página 39  
 39 Tabela: página 40

de 60 anos consideraram que a redução no preço deveria ser ainda maior: 64%<sup>40</sup>.

O nível de conscientização dos consumidores de produtos piratas caiu em todas as faixas etárias. Mas pode-se perceber que a população acima de 35 anos está mais consciente dos malefícios provocados pelo consumo de mercadorias falsificadas<sup>41</sup>.

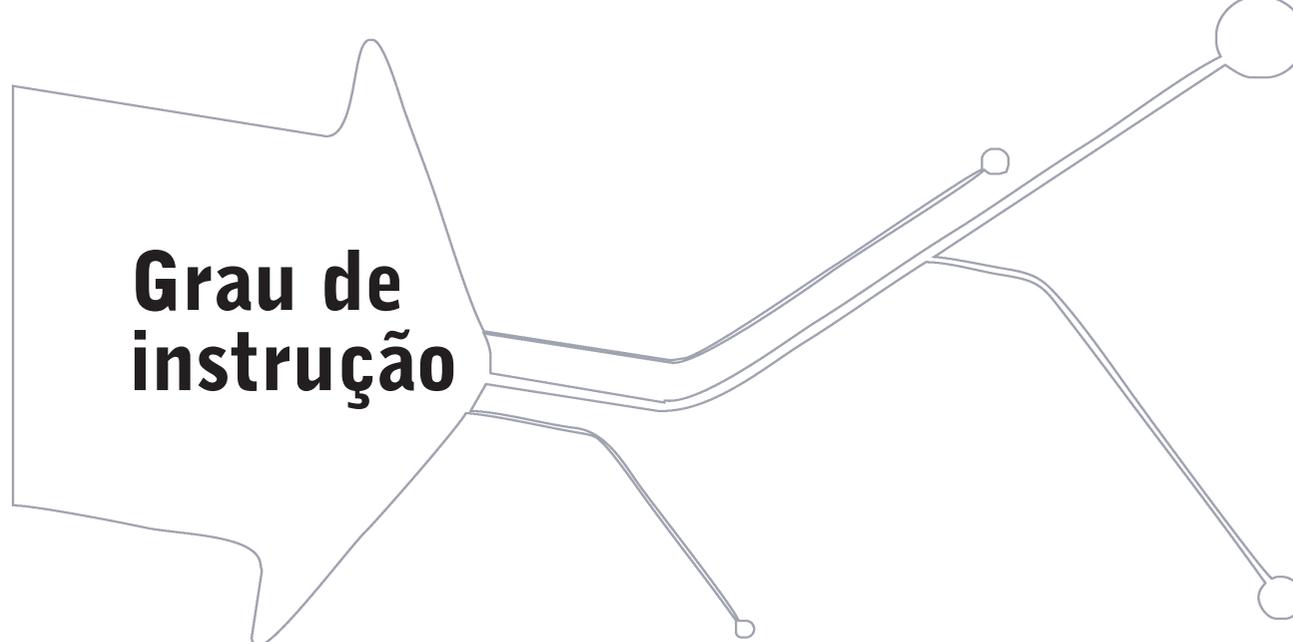
Entre os que se decepcionaram com algum produto pirata, os de faixa etária entre 25 e 34 anos registraram a maior variação entre 2006 e 2010, quando o percentual passou de 50%<sup>42</sup> para 63%.

---

40 Tabela: página 40

41 Tabela: página 40

42 Tabela: página 41



Na divisão por grau de instrução, houve uma expansão de consumo em todas as faixas, exceto a de grau superior completo/incompleto. O maior avanço de 2006 para 2010 deu-se entre a população analfabeta ou com primário completo/incompleto, de 26%<sup>43</sup> para 35%, o que revela que quanto maior o grau de instrução, maior o conhecimento dos efeitos negativos.

Na lista de produtos mais consumidos, quanto maior o grau de instrução pode-se observar uma tendência de o DVD ultrapassar o CD no topo do ranking de preferência. Mas a principal observação é de que houve uma expansão de consumo expressiva do DVD em todos os graus de instrução<sup>44</sup>.

A falta de restrição ao consumo de mercadorias piratas cresceu entre todos os graus de instrução. Em 2006, quando perguntados se havia algum produto falsificado que o consumidor não compraria, todos citaram pelo menos uma opção. Em 2010, o menor percentual apresentado foi de 10% entre os que têm ginásio completo/incompleto, enquanto que entre os que possuem escolaridade situada no ensino médio, a proporção chegou a 15%<sup>45</sup>.

caiu em todos os graus de instrução.

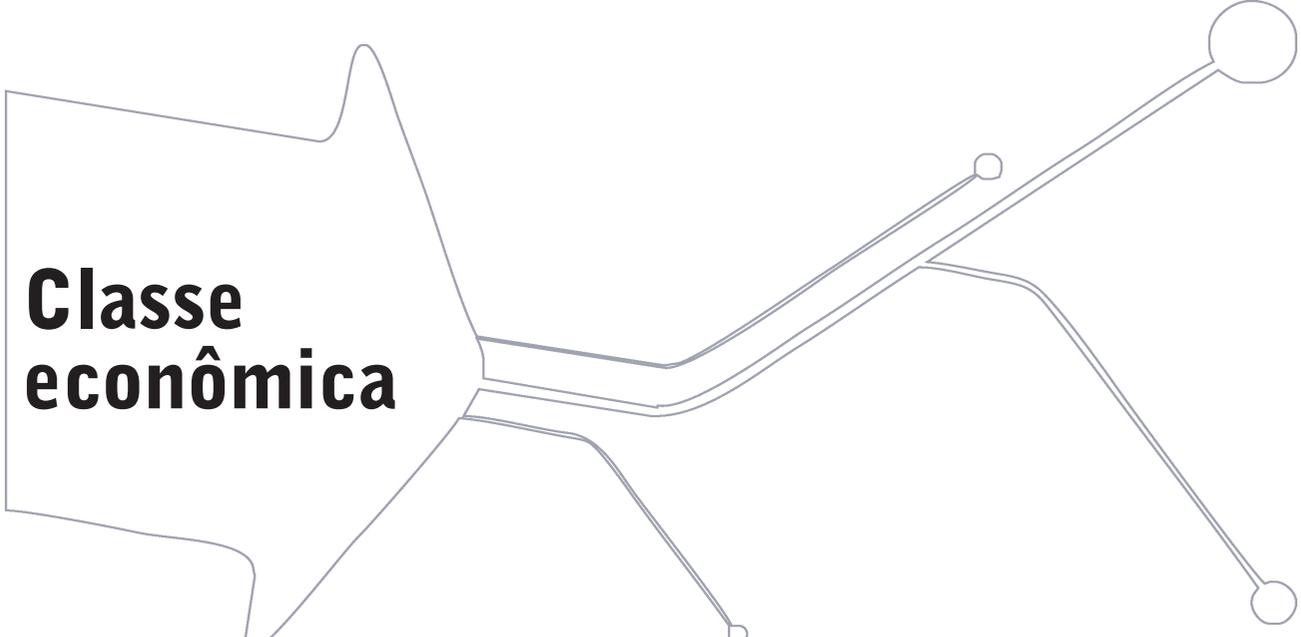
Entre os que se decepcionaram com algum produto pirata, o destaque se encontra entre os que têm curso superior completo/incompleto, onde diminuíram de 62%<sup>46</sup> para 60% os que não ficaram satisfeitos.

#### O nível de conscientização dos consumidores de produtos piratas

43 Tabela: página 42  
 44 Tabela: página 43  
 45 Tabela: página 43

46 Tabela: página 46

# Classe econômica



O crescimento do poder aquisitivo nos últimos cinco anos também pode ser verificado no comércio informal, com o avanço do consumo de produtos piratas.

Houve um aumento do consumo de mercadorias piratas entre as classes C e D/E. Em 2006, 49%<sup>47</sup> dos consumidores da classe C e 32%<sup>48</sup> das classes D/E haviam comprado alguma mercadoria falsificada ao longo do ano, parcela que subiu para 53% e 39%, respectivamente, em 2010. Enquanto isso, nas classes A/B houve um recuo de 53%<sup>49</sup> para 47% dos consumidores de produtos piratas na mesma base de comparação.

O que podemos concluir desse quadro é que o aumento do poder de compra no período inseriu no mercado consumidor as classes C e D/E antes à margem do consumo, inclusive do informal, e possibilitou que as classes A/B migrassem do mercado informal para o formal.

Na lista de mercadorias falsificadas mais consumidas em 2010, o CD só não lidera o ranking da classe C. Neste caso, o DVD é que está em primeiro lugar. Esta exceção corrobora com todos os indicadores econômicos dos últimos cinco anos, que revelam que a classe C aproveitou a oferta de crédito e o aumento de renda e emprego para adquirir proporcionalmente

mais produtos duráveis, como aparelhos de DVD.

Para se ter uma ideia do fortalecimento do mercado consumidor brasileiro, estudo da Fundação Getúlio Vargas mostra que, de 2003 a 2009, 35,5 milhões de pessoas vivenciaram ascensão de nível social no País, sendo que a principal mobilidade ocorreu das classes D/E para a C: 29 milhões. Além desses, 6,5 milhões de brasileiros subiram para as classes A e B: 3 milhões para a A e 3,5 milhões para a B. O maior consumo das classes de menor poder aquisitivo foi fundamental na passagem do Brasil pela crise econômica mundial e segue com papel preponderante para o comércio e o giro da economia.

A falta de restrição ao consumo de mercadorias piratas cresceu entre todas as classes econômicas. Apesar das classes A/B terem sido as únicas que registraram recuo no consumo de produtos piratas, elas foram as que se mostraram mais tolerantes a esses itens. Em 2006, quando perguntados se havia algum produto falsificado que os entrevistados em todas as classes não comprariam, todos citaram pelo menos uma opção. Em 2010, 15%<sup>50</sup> das classes A/B informaram não ter restrição a qualquer produto pirata, assim como 12%<sup>51</sup> das classes C e D/E.

47 Tabela: página 50

48 Tabela: página 50

49 Tabela: página 50

50 Tabela: página 52

51 Tabela: página 52

O nível de conscientização dos consumidores sobre os malefícios de produtos piratas caiu em todas as classes. Apenas as classes A/B mantiveram o nível de preocupação com a questão do desemprego e com o fato de a pirataria alimentar o crime organizado.<sup>52</sup>

Apesar das diferenças orçamentárias, entre os que consomem produtos ilegais, todas as classes concordam que uma redução na ordem de 50%<sup>53</sup> no preço poderia levá-los a comprar o produto original.

---

52 Tabela: página 53

53 Tabela: página 52



O consumo de produtos piratas, no período de avaliação do estudo, subiu em todas as regiões do Brasil, com exceção do Norte/Centro-Oeste, onde houve recuo de 54%<sup>54</sup>, em 2006, para 52%, em 2010. Há cinco anos, essas duas regiões concentravam a maior parcela da população que comprava produto pirata.

Nesse mesmo período, o maior avanço ocorreu no Nordeste (de 43% para 63%)<sup>55</sup>, que passou a liderar o ranking proporcionalmente, em função dos ganhos socioeconômicos recentes da região, que lhe garantiram maior aquisição de produtos como aparelhos de DVD e computador.

Entre os produtos piratas mais consumidos, CD era unanimidade nas regiões brasileiras, em 2006, com DVD em segundo lugar no ranking<sup>56</sup>. Cinco anos depois, observamos que apesar de o consumo de DVDs ter ultrapassado o de CDs apenas no Nordeste e no Sudeste, ao longo dos anos, o consumo de DVDs deu um salto em todas as regiões.

54 Tabela: página 46

55 Tabela: página 46

56 Tabela: página 47

A falta de restrição ao consumo de mercadorias piratas cresceu entre todas as regiões do Brasil. Em 2006, quando entrevistados de todas as regiões brasileiras foram perguntados se havia algum produto falsificado que o consumidor não compraria, todos citaram pelo menos uma opção. Em 2010, o destaque – negativo – ficou por conta da população da região Sudeste, com o maior percentual de entrevistados (18%)<sup>57</sup> afirmando não ter restrição a qualquer produto pirata.

O nível de conscientização sobre os malefícios dos produtos piratas oscila entre os moradores das regiões<sup>58</sup>. Em sintonia com a informação de que o Nordeste é o maior consumidor de produtos piratas, a população desta região é a que apresentou a maior queda de consciência quanto às consequências negativas provocadas por estas mercadorias nos últimos cinco anos e, em 2010, é a menos consciente dentre as regiões.

57 Tabela: página 48

58 Tabela: página 49

Entre os que se decepcionaram com algum produto pirata, cresceu o percentual de moradores em todas as regiões que se frustraram com a compra destas mercadorias.<sup>59</sup> As regiões Norte/Centro-Oeste, mais uma vez, se destacaram, por registrar uma variação de 53%<sup>60</sup> para 61%, entre 2006 e 2010, neste quesito.

Em todas as regiões, os moradores que consomem piratas concordam que uma redução na ordem de 50%<sup>61</sup> no preço poderia levá-los a comprar o produto original, com exceção do Norte/Centro-Oeste que estimam uma diminuição de 39%.<sup>62</sup>

---

59 Tabela: página 40

60 Tabela: página 49

61 Tabela: página 48

62 Tabela: página 48

# Disseminação do problema



Diante do resultado das aberturas da pesquisa e realizando um cruzamento de informações, podemos tirar as seguintes conclusões:

- Apesar de a parcela de homens consumidores de produtos piratas ser maior do que a das mulheres, elas registraram um maior avanço no consumo destas mercadorias no período observado. Sendo assim, a disseminação do consumo de produtos piratas independe do sexo.
- Os jovens seguem sendo o maior contingente de consumidores de produtos piratas. Porém o maior crescimento, por faixa etária, foi registrado entre os brasileiros de 45 a 59 anos. Sendo assim, a disseminação do consumo de produtos piratas independe da idade.
- O consumo de produtos piratas aumentou em todas as regiões do país, exceto no Norte/Centro-Oeste. Apesar do recuo do consumo nestas regiões, mais de 50% dos moradores destas localidades afirmam terem consumido mercadorias falsificadas. Sendo assim, a disseminação do consumo de produtos piratas independe da região.
- O consumo de mercadorias falsificadas avançou entre as classes C e D/E, ao passo que houve redução na aquisição destes

produtos na classe A/B. Mesmo assim, quase metade desta que é considerada a classe mais abonada do país consome este tipo de produto. Sendo assim, a disseminação do consumo de produtos piratas independe da classe social.

- Entre as pessoas com os mais diferentes graus de instrução, houve um avanço no consumo de produtos piratas, com exceção daqueles com grau superior completo/incompleto. Apesar disso, mais da metade destes mais instruídos afirmou adquirir produtos piratas. Sendo assim, a disseminação do consumo de produtos piratas independe do grau de instrução.

Podemos avaliar também que:

- Quem consome produto pirata justifica a atitude por conta do preço baixo. A maior facilidade de encontrar este tipo de mercadoria, principalmente de DVDs, apesar de baixa adesão, cresceu nos cinco anos do levantamento.

Destacamos também que:

- Entre aqueles que se negam a comprar o produto ilegal, o principal motivo ainda é a baixa qualidade. Mas apesar de ser expressivo o volume daqueles que se decepcionaram com a qualidade do

produto, o consumo é mantido.

- De maneira geral, a percepção da população quanto aos malefícios da pirataria diminuiu do primeiro ano da pesquisa para este ano grave evidência da maior aceitação da pirataria pela sociedade.

Caiu o percentual de quem acha que a pirataria:

- Aumenta o desemprego
- Alimenta o crime organizado
- Prejudica o comércio formal
- Provoca prejuízos ao artista/fabricante
- Provoca sonegação de impostos

Concluindo:

- Apesar da queda da consciência, o volume de brasileiros que acham que a pirataria provoca malefícios e riscos ainda é alto. No entanto, o levantamento mostra que, ainda assim, o brasileiro adquire os produtos falsificados.
- Afinal, o consumidor continua a se mostrar mais preocupado com o ganho aparente, em função do preço mais baixo, do que com a ilegalidade do mercado em questão e seus impactos individuais e coletivos.



## Conclusão do Estudo

A produção e comercialização de produtos piratas se impõem como um grave desafio à sociedade. Isso porque suas consequências e prejuízos se alastram, tanto com perdas individuais quanto coletivas.

Durante os cinco anos de análise da pesquisa O consumo de produtos piratas no Brasil, a Fecomércio-RJ percebeu que, além da necessidade de uma desoneração tributária e uma reestruturação na tramitação burocrática, que permita ao comércio incorrer em custos menores para praticar preços mais competitivos, é preciso intensificar as ações que inibam o consumo de produtos piratas.

A interpretação dos dados do levantamento também permitiu concluir que o consumo de produtos piratas faz parte do cotidiano do brasileiro. Atualmente, o cidadão vê o consumo/venda de mercadorias falsificadas como crime. Mas, com toda certeza, para boa parte da população, um crime menor. E esse contingente de brasileiros que considera a pirataria um crime menor vem crescendo de forma significativa.

As campanhas de conscientização têm seu valor, tendo em vista que os consumidores têm plena noção dos danos e prejuízos provocados à sociedade pelo comércio ilegal de produtos falsificados. Mas isso não é suficiente. A sociedade precisa assimilar que o ônus do consumo de produtos piratas é maior do que o bônus. O cidadão precisa se responsabilizar pelas suas ações.

Diante desta afirmação, no decorrer do processo, em 2008, foi incluída uma pergunta ao questionário já existente. Os entrevistados passaram a ser questionados também se sabiam que os produtos piratas causam danos à saúde. Metade da população brasileira afirmou não saber dos riscos.

Por isso, a decisão da Fecomércio-RJ de criar o Movimento Brasil sem Pirataria. A ideia é conscientizar o cidadão comum, que conhece os

riscos impostos à sociedade pela pirataria, mas não muda sua atitude. O objetivo com o Movimento é sensibilizar o indivíduo no que lhe é mais caro: a sua vida e a de sua família. Se consumir produtos piratas é um crime, então porque grande parte das campanhas não é adequada ao público que pretende atingir?

A finalidade do Brasil sem Pirataria é conscientizar o maior número possível de pessoas. Por isso, as peças da campanha e todas as ações vão falar diretamente com o consumidor e colocá-lo no centro da discussão, mostrando que a decisão de comprar um produto falsificado é muito séria e que, muitas vezes, tem consequências irreversíveis.

Neste sentido, é necessário falar com cada cidadão, especialmente, com aqueles das classes C e D/E. O estudo da Fundação Getúlio Vargas já citado mostra que essas classes já congregam poder de compra superior ao das classes A/B. O Ministério da Fazenda, por sua vez, fez uma estimativa de consumo para 2010: enquanto as classes A e B devem gastar R\$ 590 bilhões durante o ano, as classes C, D e E podem passar de R\$ 880 bilhões.

É prioritário, portanto, que o poder público e a iniciativa privada continuem trabalhando em sinergia para um planejamento estratégico de longo prazo, como vem sendo desenvolvido pelo Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos Contra a Propriedade Imaterial.

A Fecomércio-RJ vem se empenhando no combate à pirataria no Brasil, e em especial, no nosso estado, por meio da realização de seminários, participação em comitês e na produção de estudos sobre o consumo de produtos piratas no país, como o trabalho aqui apresentado. Esperamos que com a pesquisa O consumo de produtos piratas no Brasil, o estudo Pirataria no Brasil - Radiografia do Consumo e o Movimento Brasil sem Pirataria, possamos colaborar com o projeto estratégico *Comércio contra a*

*Pirataria*, definido como um dos cinco prioritários pelo Conselho Nacional de Combate à Pirataria.

Dessa forma, estamos certos de que vamos atingir a nossa missão: promover e incentivar o crescimento empresarial, em harmonia com o desenvolvimento sustentável da sociedade, assegurando um ambiente de negócios favorável, o fortalecimento dos sindicatos filiados e o desenvolvimento da empresa comercial.



**Pesquisa:**  
O consumo de produtos  
piratas no Brasil

## CONSOLIDADO

Neste ano, o(a) sr(a) comprou algum produto pirata?

	Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
		2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Sim		42	42	47	46	48
Não		58	58	52	54	51
Não Sabe/Não Respondeu		0	0	0	0	0

(TODAS MENÇÕES) Se não, por quê?

	Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
		2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Qualidade ruim		42	48	55	45	48
Nenhum motivo		27	27	21	22	23
Falta de garantia		17	16	20	24	11
Prejudica o comércio formal		7	10	8	10	9
Temor de ter um prejuízo maior que o benefício financeiro		7	6	6	7	6
Temor de comprar um produto ilegal e ser punido		4	3	5	4	4
Não respondeu		4	0	0	4	2

(TODAS MENÇÕES) Se sim, qual(is)?

	Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
		2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
CD		86	86	83	78	79
DVD		35	53	69	68	77
Óculos		6	10	7	4	7
Calçados, Bolsas ou Tênis		5	8	7	6	7
Relógios		6	8	5	5	5
Roupas		5	8	5	4	6
Brinquedos		5	9	5	1	3
Perfumes		1	6	5	5	3
Cigarros		2	5	3	3	4
Isqueiros		2	4	4	1	3
Canetas		2	6	1	1	4
Equipamentos eletrônicos		1	2	3	1	3
Aparelhos de barbear		2	3	2	1	1
Artigos esportivos		0	2	1	2	2
Programas de computador		0	3	2	1	1
Outros		3	1	1	1	1
Acessórios para veículo		0	1	0	1	1

(TODAS MENÇÕES) - Qual(is) produto(s) o(a) sr(a) não compraria de forma alguma?

Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Equipamentos eletrônicos	49	50	41	38	35
Perfumes	30	34	20	29	27
DVD	35	34	19	21	19
Programas de computador	37	35	19	15	17
Calçados, Bolsas ou Tênis	24	32	17	23	17
Óculos	24	30	18	23	19
CD	25	31	15	20	19
Roupas	25	34	13	18	17
Acessórios para veículo	30	30	13	13	14
Cigarros	26	29	9	11	19
Relógios	21	30	12	14	12
Artigos esportivos	20	26	11	10	11
Brinquedos	18	26	10	13	13
Aparelhos de barbear	21	25	8	8	12
Isqueiros	19	24	6	8	12
Canetas	15	23	5	6	8
Nenhum (Não tem restrição a produto pirata)		5	4	8	13
Não Sabe	8	4	4	2	1
Outros	7	2	2	5	2
Não compra produtos piratas	0	3	10	2	
Não Respondeu	0	0	3	1	4

Em quantos por cento (%) o Sr(a) considera que teria de cair o preço de CD e/ ou DVD para comprar o original?

Médias	TOMADA DO ESTUDO	
	2.009	2.010
Percentual	49	52

(TODAS MENÇÕES) - Por que o(a) sr(a) optou por comprar produtos pirata?

Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Preços mais em conta	93	97	94	94	94
Porque é mais fácil de se encontrar	9	7	15	9	12
O produto pirata está disponível antes do produto original	4	6	6	6	6
Alguns produtos podem ser descartáveis e portanto, não preci	3	2	4	0	3
Não respondeu	2	2	2	3	1
Para alcançar um "status" que um produto original me traria	0	1	1	1	2
Outros	1	0	0	1	0

O(a) sr(a) acha que o uso destes produtos pode lhe trazer alguma consequência negativa?

Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Sim	66	67	64	66	60
Não	30	26	29	30	37
Não Sabe/Não Respondeu	4	6	6	4	3

O(a) sr(a) acha que a pirataria causa desemprego?

Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Sim	64	65	63	63	56
Não	31	30	32	35	40
Não Sabe/Não Respondeu	5	5	5	3	4

O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta o crime organizado?

Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Sim	70	72	68	69	60
Não	24	21	23	24	34
Não Sabe/Não Respondeu	6	7	9	6	6

O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o faturamento do comércio?

Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Sim	79	80	79	78	68
Não	17	16	15	19	29
Não Sabe/Não Respondeu	4	4	6	2	3

O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o fabricante ou o artista?

Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Sim	83	84	85	85	79
Não	14	12	12	13	18
Não Sabe/Não Respondeu	3	4	3	2	4

O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta a sonegação de impostos?

Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Sim	83	81	77	82	75
Não	12	12	14	14	20
Não Sabe/Não Respondeu	4	6	9	4	5

O(a) sr(a) já ficou decepcionado com a compra de algum produto pirata?

Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO				
	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Sim	47	48	52	51	52
Não	52	52	48	49	48
Não Sabe/Não Respondeu	0	0	0	0	0

Muitos produtos piratas causam sérios problemas à saúde. O(a) sr(a) tem conhecimento dessa informação?

Percentual (%)	TOMADA DO ESTUDO		
	2.008	2.009	2.010
Sim	46	41	49
Não	47	55	45
Não sabe/Não respondeu	7	4	6

## GÊNERO

Neste ano, o(a) sr(a) comprou algum produto pirata?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
Sim	49	36	48	37	51	44	49	44	52	45
Não	51	64	52	63	49	56	51	56	47	55
Não sabe/Não respondeu	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0

(TODAS MENÇÕES) Se não, por quê?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
Qualidade ruim	43	41	49	48	59	52	46	45	52	46
Nenhum motivo	29	26	25	29	18	24	22	23	18	26
Falta de garantia	16	18	16	15	17	22	11	14	9	8
Prejudica o comércio formal	6	8	11	8	9	8	10	6	8	10
Temor de ter um prejuízo maior que o benefício financeiro	7	8	6	7	8	4	4	4	5	5
Temor de comprar um produto ilegal e ser punido	2	5	3	2	4	6	4	4	5	4
Não respondeu	5	3	0	1	0	0	4	4	3	1

(TODAS MENÇÕES) Se sim, qual(is)?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
CD	85	86	88	84	86	80	78	73	79	80
DVD	34	36	55	51	69	68	68	69	79	76
Calçados, Bolsas ou Tênis	6	3	7	10	8	5	6	9	6	9
Óculos	6	5	10	10	10	4	4	7	7	6
Roupas	7	3	9	8	6	4	4	6	4	7
Relógios	7	6	9	7	8	2	5	5	7	3
Cigarros	2	1	7	3	4	2	3	4	7	2
Canetas	3	1	5	8	1	0	1	2	4	4
Brinquedos	5	5	7	12	4	7	1	0	4	3
Perfumes	2	1	5	7	5	4	5	5	3	4
Isqueiros	3	1	3	4	6	2	1	1	3	3
Equipamentos eletrônicos	1	1	2	2	3	3	1	1	3	2
Artigos esportivos	0	1	3	1	1	1	2	5	2	2
Programas de computador	0	0	4	1	3	1	1	1	2	1
Telefone celular	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Aparelhos de barbear	4	1	3	4	4	0	1	2	0	1
Acessórios para veículo	0	0	0	2	1	0	1	1	1	0
Vídeo Game	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cosméticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

(TODAS MENÇÕES) - Qual(is) produto(s) o(a) sr(a) não compraria de forma alguma?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
Equipamentos eletrônicos	51	47	53	47	41	41	39	36	32	37
Perfumes	28	32	33	34	16	24	25	33	25	29
Cigarros	26	26	30	29	10	8	12	9	18	21
CD	24	26	26	35	15	16	20	20	17	21
DVD	34	36	30	37	17	21	21	20	17	21
Óculos	24	25	29	31	16	19	22	24	15	21
Calçados, Bolsas ou Tênis	25	24	31	32	15	18	21	24	16	18
Roupas	25	25	33	35	15	11	16	21	16	19
Programas de computador	38	36	34	36	19	19	15	16	16	17
Acessórios para veículo	32	27	30	30	14	11	12	13	13	15
Brinquedos	18	18	25	26	9	10	10	16	12	14
Nenhum (Não tem restrição a produto pirata )	0	0	0	0	5	3	9	7	14	11
Relógios	20	22	30	30	12	12	15	14	10	14
Isqueiros	17	20	23	25	5	7	7	8	10	14
Aparelhos de barbear	22	20	25	24	7	9	8	8	11	12
Artigos esportivos	21	19	26	26	9	13	11	10	11	11
Canetas	15	15	22	24	4	5	5	7	7	9
Não Respondeu	0	0	0	0	3	3	0	1	4	3
Não Sabe	6	11	4	4	4	5	1	3	1	2
Medicamentos	0	0	1	1	0	1	3	3	0	1
Telefone celular	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
Alimentos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Eletrodomésticos	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0
Bebidas s/e	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jóias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Em quantos por cento (%) o Sr(a) considera que teria de cair o preço de CD e/ ou DVD para comprar o original?

Médias	SEXO			
	2009		2010	
	Masc	Fem	Masc	Fem
Percentual	51	48	52	51

(TODAS MENÇÕES) - Por que o(a) sr(a) optou por comprar produtos pirata?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
Preços mais em conta	93	93	96	97	94	93	95	92	93	95
Porque é mais fácil de se encontrar	9	10	6	8	15	14	7	10	13	11
O produto pirata está disponível antes do produto original	4	6	6	6	4	7	6	6	6	6
Alguns produtos podem ser descartáveis e portanto, não preci	3	3	3	1	5	3	1	0	2	3
Para alcançar um "status" que um produto original me traria	0	0	1	1	2	1	0	1	3	2
Não respondeu	2	2	3	1	1	2	4	3	1	1

O(a) sr(a) acha que o uso destes produtos pode lhe trazer alguma consequência negativa?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
Sim	68	64	66	68	66	72	65	67	60	60
Não	30	31	27	26	31	23	32	28	37	36
Não sabe/Não respondeu	2	5	7	6	3	5	3	5	2	3

O(a) sr(a) acha que a pirataria causa desemprego?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
Sim	66	63	64	66	65	68	63	62	59	54
Não	31	31	31	29	32	28	37	33	39	41
Não sabe/Não respondeu	3	6	5	5	3	4	1	5	2	5

O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta o crime organizado?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
Sim	70	71	71	72	69	70	70	69	64	57
Não	26	21	22	20	26	21	26	22	32	36
Não sabe/Não respondeu	4	8	8	7	5	9	4	8	4	7

O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o faturamento do comércio?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
Sim	81	77	79	81	82	84	79	77	70	66
Não	17	18	16	15	16	12	19	20	27	31
Não sabe/Não respondeu	2	5	4	4	2	4	2	3	2	3

O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o fabricante ou o artista?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
Sim	85	82	84	84	84	87	84	85	80	78
Não	14	14	12	12	15	10	14	12	19	17
Não sabe/Não respondeu	1	4	4	4	1	3	1	3	2	5

O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta a sonegação de impostos?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
Sim	85	82	81	82	82	81	83	81	78	72
Não	12	13	14	11	14	12	16	13	18	21
Não sabe/Não respondeu	3	5	6	7	4	6	2	6	3	7

O(a) sr(a) já ficou decepcionado com a compra de algum produto pirata?

Percentual (%)	SEXO									
	2006		2007		2008		2009		2010	
	Masc	Fem								
Sim	50	44	48	49	55	57	53	50	55	50
Não	49	55	52	51	45	43	47	50	45	50

Muitos produtos piratas causam sérios problemas à saúde. O(a) sr(a) tem conhecimento dessa informação?

Percentual (%)	SEXO					
	2008		2009		2010	
	Masc	Fem	Masc	Fem	Masc	Fem
Sim	48	50	42	41	51	47
Não	48	47	56	55	45	46
Não sabe/Não respondeu	4	3	3	5	4	7

## FAIXA ETÁRIA

Neste ano, o(a) sr(a) comprou algum produto pirata?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Sim	67	51	43	21	13	65	50	38	28	13	64	60	51	27	21	67	54	43	38	14	65	51	60	40	19
Não	33	49	57	79	86	35	50	62	71	87	36	40	48	73	79	33	46	57	62	86	34	49	40	60	81
Não sabe/Não respondeu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1

(TODAS MENÇÕES) Se não, por quê?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Qualidade ruim	39	39	41	44	44	49	59	45	41	50	54	59	53	52	59	43	57	41	39	46	57	48	47	48	45
Nenhum motivo	28	25	27	26	31	26	20	23	33	32	21	22	17	21	24	26	11	28	22	25	18	22	19	22	30
Falta de garantia	13	19	15	18	19	18	15	17	14	15	19	14	23	18	25	13	5	9	21	13	10	8	13	10	2
Prejudica o comércio formal	10	6	7	8	7	7	9	12	10	10	5	10	11	10	5	7	15	6	6	6	2	13	4	6	15
Temor de ter um prejuízo maior que o benefício financeiro	11	11	9	4	5	10	4	7	7	4	8	5	6	6	4	3	5	7	4	2	6	4	8	6	3
Temor de comprar um produto ilegal e ser punido	1	6	4	3	4	1	1	4	2	5	5	1	7	6	5	2	5	5	2	5	5	2	6	6	4
Não respondeu	6	5	6	3	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	6	3	4	4	3	3	3	3	2	1

TODAS MENÇÕES) Se sim, qual(is)?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
CD	89	83	88	75	78	88	82	88	91	70	87	76	87	80	93	77	76	84	75	84	80	77	76	85	82
DVD	31	47	31	25	34	54	56	52	47	44	70	71	66	66	62	70	73	71	58	42	88	82	69	70	65
Calçados, Bolsas ou Tênis	3	7	6	2	4	8	12	8	4		7	8	6	6	0	5	9	7	2	0	7	9	4	8	11
Óculos	5	5	3	9	17	11	12	9	5	12	10	7	6	7	4	6	3	5	2	5	6	10	10	2	0
Roupas	3	9	6	3	10	10	8	4	9	12	8	3	3	6	8	4	2	8	0	5	9	8	4	2	0
Relógios	5	6	3	13	17	6	13	7	5	6	8	2	8	1	4	5	3	8	3	11	5	8	1	7	4
Cigarros	0	2	5	0	11	1	7	7	8	10	3	1	4	8	4	2	2	5	7	0	3	3	6	7	3
Canetas	2	2	4	0	8	4	9	9	5	7	1	1	0	0	0	2	0	1	0	0	5	7	1	3	6
Brinquedos	4	9	4	0	10	8	11	12	5	14	7	6	4	0	13	1	2	0	1	6	4	5	1	5	0
Perfumes	1	3	0	0	0	7	6	7	3	5	5	2	7	4	3	4	8	7	1	6	1	3	6	3	4
Isqueiros	0	2	5	0	8	1	6	5	6	0	6	1	4	6	0	1	1	1	3	5	2	2	3	5	3
Equipamentos eletrônicos	3	0	1	2	0	1	3	3	0	0	1	7	2	0	0	0	2	1	0	0	3	3	5	0	0
Artigos esportivos	0	1	0	0	0	6	0	0	0	0	1	0	0	0	5	4	2	3	0	0	2	2	1	2	6
Programas de computador	0	0	1	0	0	2	2	2	5	5	2	1	1	5	0	1	1	1	1	0	3	1	1	1	0
Telefone celular	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0
Aparelhos de barbear	1	2	3	5	12	1	5	3	7	0	3	1	0	6	0	1	0	2	0	5	0	0	0	1	6
Acessórios para veículo	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	2	0	0	1	0
Vídeo Game	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Cosméticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0

(TODAS MENÇÕES) - Qual(is) produto(s) o(a) sr(a) não compraria de forma alguma?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Equipamentos eletrônicos	46	45	46	52	58	48	53	49	49	52	42	45	43	36	39	32	41	41	40	35	32	40	35	32	35
Perfumes	28	29	27	30	38	27	35	36	36	37	22	21	21	15	22	32	30	27	26	34	27	26	29	25	27
Cigarros	22	26	27	27	32	27	31	30	28	31	12	7	10	7	9	10	13	7	12	10	17	23	15	22	20
CD	12	22	26	34	40	18	31	30	32	53	9	13	12	20	25	8	18	19	27	40	12	16	15	29	26
DVD	21	32	35	48	45	25	34	33	35	47	13	17	18	24	27	11	20	19	24	39	12	15	19	25	26
Óculos	22	22	23	26	35	29	30	26	31	36	18	17	19	17	18	18	25	25	19	30	14	19	19	22	20
Calçados, Bolsas ou Tênis	19	23	22	28	32	29	33	31	30	39	19	20	14	12	16	24	26	16	24	22	17	19	16	20	13
Roupas	21	22	20	29	39	32	36	32	31	41	15	12	10	12	15	16	20	14	18	26	17	17	14	19	20
Programas de computador	35	36	34	44	38	37	36	31	34	38	25	21	16	16	15	16	19	13	14	14	17	15	17	19	14
Acessórios para veículo	25	29	28	35	34	29	31	30	28	34	15	10	13	11	13	9	15	11	16	14	12	18	12	14	12
Brinquedos	12	17	15	24	24	21	27	26	26	31	8	9	11	11	10	8	16	11	15	18	11	13	10	18	14
Nenhum (Não tem restrição a produto pirata)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	3	6	4	0	11	6	6	9	9	13	11	11	15	13
Relógios	15	18	21	24	30	27	30	27	31	38	11	11	12	11	13	11	15	15	14	20	9	11	10	15	17
Isqueiros	12	19	17	22	27	19	24	22	26	31	4	5	8	8	6	5	10	8	8	8	8	12	11	15	15
Aparelhos de barbear	17	22	21	23	25	22	26	23	24	31	9	7	7	6	9	5	13	7	8	10	10	14	8	13	12
Artigos esportivos	14	18	20	24	27	20	28	26	29	32	14	10	9	11	14	8	13	9	10	13	10	11	8	15	12
Canetas	10	15	13	18	24	21	24	23	22	28	5	3	6	6	5	4	9	5	6	7	6	7	7	11	10
Não Respondeu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	5	2	3	0	0	1	1	1	2	4	3	6	3
Não Sabe	9	10	7	8	8	2	4	5	4	6	4	4	6	4	5	1	3	1	2	2	1	0	4	0	1
Medicamentos	0	0	0	0	0	1	2	0	1	1	0	0	1	1	1	4	2	3	1	5	1	1	1	1	2
Telefone celular	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	1	0	0
Alimentos	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
Eletrodomésticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0
Bebidas s/e	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jóias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Em quantos por cento (%) o Sr(a) considera que teria de cair o preço de CD e/ ou DVD para comprar o original?

Médias	FAIXA ETÁRIA									
	2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Percentual	48	49	51	52	52	51	50	49	54	64

(TODAS MENÇÕES) - Por que o(a) sr(a) optou por comprar produtos pirata?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Preços mais em conta	94	96	86	93	94	98	95	97	94	100	94	95	95	90	90	95	89	95	95	100	99	95	88	89	100
Porque é mais fácil de se encontrar	7	11	11	6	8	10	5	3	6	7	19	16	10	11	9	9	8	8	13	0	4	7	19	21	9
O produto pirata está disponível antes do produto original	5	4	7	0	0	7	6	7	3	0	7	7	4	3	0	8	4	5	7	3	4	7	7	4	13
Alguns produtos podem ser descartáveis e portanto, não preci	4	4	2	0	0	2	2	4	0	0	2	7	4	4	0	0	1	0	0	3	2	0	6	1	6
Para alcançar um "status" que um produto original me traria	0	1	1	0		1	2	0	2	0	1	0	0	3	6	0	2	0	0	0	0	1	5	4	6
Não respondeu	2	2	3	0	6	1	3	3	4	0	1	2	1	4	0	3	5	3	5	0	0	1	2	2	0

O(a) sr(a) acha que o uso destes produtos pode lhe trazer alguma consequência negativa?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Sim	56	62	71	72	73	63	66	69	71	69	64	69	69	71	76	58	66	65	71	73	52	60	64	65	61
Não	42	37	25	23	16	34	26	25	24	19	34	28	28	23	15	39	30	32	24	19	46	38	35	31	34
Não sabe/Não respondeu	2	2	3	4	11	4	8	6	5	12	2	3	3	5	9	3	3	3	6	9	3	1	1	4	5

O(a) sr(a) acha que a pirataria causa desemprego?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Sim	52	64	68	71	73	61	63	70	62	70	67	62	69	64	74	61	64	60	64	67	53	59	50	58	62
Não	44	32	30	24	18	35	33	26	31	22	32	36	28	32	17	36	35	38	31	30	45	39	47	35	33
Não sabe/Não respondeu	4	4	2	5	9	3	3	5	7	8	1	2	3	3	9	3	1	2	5	4	3	2	3	7	5

O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta o crime organizado?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Sim	63	68	72	78	76	69	74	73	73	69	66	67	71	71	77	66	73	69	70	68	61	61	61	57	62
Não	33	26	22	18	14	25	23	21	20	14	29	27	22	20	13	30	24	22	23	18	34	36	37	35	26
Não sabe/Não respondeu	4	6	6	4	11	6	4	6	8	17	4	6	7	9	10	4	3	8	7	14	5	3	2	7	12

O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o faturamento do comércio?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Sim	71	78	83	85	81	78	80	83	80	80	81	83	84	87	82	75	80	79	76	84	68	73	64	65	69
Não	26	19	15	12	11	19	18	14	14	12	16	14	13	11	13	22	20	19	21	13	29	25	36	31	25
Não sabe/Não respondeu	3	3	2	4	9	3	2	3	7	8	3	3	3	2	5	3	0	2	3	3	3	2	0	4	7

O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o fabricante ou o artista?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Sim	80	82	87	83	84	84	86	86	80	85	85	86	85	84	87	81	87	86	85	86	78	79	79	79	77
Não	19	16	11	13	8	15	10	11	14	8	14	13	12	13	7	16	13	12	13	8	21	18	18	16	17
Não sabe/Não respondeu	1	2	2	4	7	2	4	3	6	7	1	1	3	3	6	3	1	2	2	6	1	3	3	5	7

O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta a sonegação de impostos?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Sim	79	83	85	86	84	77	87	85	79	79	78	80	84	83	85	80	83	85	80	82	76	79	71	77	72
Não	19	13	11	9	6	17	9	10	15	9	17	14	12	12	7	16	15	13	13	13	21	17	28	17	17
Não sabe/Não respondeu	3	4	4	4	9	6	4	4	7	12	4	6	5	5	8	4	2	2	7	5	3	5	1	7	11

O(a) sr(a) já ficou decepcionado com a compra de algum produto pirata?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA																								
	2006					2007					2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Sim	48	50	54	42	40	54	52	50	40	41	59	59	59	50	48	57	62	51	43	34	49	63	56	46	45
Não	52	50	46	58	58	45	48	50	60	59	41	41	41	50	52	43	38	48	57	66	51	37	44	54	55

Muitos produtos piratas causam sérios problemas à saúde. O(a) sr(a) tem conhecimento dessa informação?

Percentual (%)	FAIXA ETÁRIA														
	2008					2009					2010				
	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou mais
Sim	55	46	48	44	51	39	43	40	41	45	45	57	47	46	46
Não	40	50	48	54	45	59	55	57	54	47	50	38	48	50	41
Não sabe/Não respondeu	4	4	4	2	4	2	2	3	6	8	5	5	5	4	13

# GRAU DE INSTRUÇÃO

Neste ano, o(a) sr(a) comprou algum produto pirata?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Sim	26	48	54	56	25	44	61	54	36	51	58	50	35	51	58	48	35	49	56	52
Não	74	52	46	44	75	56	39	46	64	49	41	50	65	49	42	52	64	50	44	48
Não sabe/Não respondeu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0

(TODAS MENÇÕES) Se não, por quê?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Qualidade ruim	40	47	45	30	46	47	48	66	59	48	56	56	44	37	52	55	44	37	52	55
Nenhum motivo	31	27	22	21	33	27	19	10	23	20	20	16	27	23	17	13	27	23	17	13
Falta de garantia	17	14	20	22	15	11	24	13	20	24	18	12	5	11	8	13	14	13	11	11
Prejudica o comércio formal	7	4	9	16	7	8	14	20	6	11	9	10	14	13	11	11	5	11	8	13
Temor de ter um prejuízo maior que o benefício financeiro	6	10	8	6	5	10	9	1	6	3	8	8	3	2	8	5	3	2	8	5
Temor de comprar um produto ilegal e ser punido	4	4	3	4	4	3	0	0	4	7	3	11	4	7	3	2	3	8	2	2
Não respondeu	3	6	5	3	1	0	1	0	0	0	0	0	3	8	2	2	4	7	3	2

(TODAS MENÇÕES) Se sim, qual(is)?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
CD	85	83	90	82	82	87	89	82	89	85	77	83	84	75	76	77	83	80	79	76
DVD	24	36	35	50	36	51	60	68	66	66	73	69	59	69	70	80	73	77	80	79
Calçados, Bolsas ou Tênis	5	4	4	6	9	10	7	4	6	9	8	0	7	5	4	12	5	7	6	12
Óculos	10	6	2	6	16	11	8	2	10	4	8	6	4	6	3	7	5	9	6	6
Roupas	8	2	5	8	13	9	7	3	3	9	5	4	3	6	1	7	4	6	5	9
Relógios	11	6	3	5	12	10	4	6	9	5	4	1	7	3	4	6	7	6	4	4
Cigarros	7	1	1	0	11	7	3	0	6	3	2	2	5	3	2	5	8	5	5	0
Canetas	2	3	2	1	9	6	5	7	1	0	1	1	0	2	0	2	3	3	5	2
Brinquedos	7	5	3	4	10	6	12	7	7	4	6	0	1	2	2	0	3	7	2	2
Perfumes	1	2	2	0	9	7	6	2	6	3	5	2	6	4	4	10	2	2	3	7
Isqueiros	5	2	1	0	7	1	3	5	4	5	4	2	2	1	1	0	7	1	2	2
Equipamentos eletrônicos	0	2	2	0	2	2	1	3	1	3	3	8	0	1	1	2	0	4	2	6
Artigos esportivos	0	0	0	2	0	2	4	0	0	1	1	0	1	3	2	4	3	1	2	2
Programas de computador	0	0	0	2	0	2	4	4	1	0	3	5	0	1	0	6	1	2	1	2
Telefone celular	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0
Aparelhos de barbear	6	2	1	1	8	0	3	2	3	3	1	0	1	2	0	2	4	0	0	0
Acessórios para veículo	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	2	0	0	0	5	1	0	0	2
Vídeo Game	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Cosméticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0

**(TODAS MENÇÕES) - Qual(is) produto(s) o(a) sr(a) não compraria de forma alguma?**

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Equipamentos eletrônicos	49	49	50	42	51	51	47	50	35	43	45	47	36	43	35	37	35	31	37	34
Perfumes	31	30	25	37	35	35	33	28	19	19	22	22	27	31	27	40	25	30	26	27
Cigarros	28	28	24	21	31	30	30	19	9	8	9	11	12	11	7	13	21	19	19	19
CD	29	25	23	18	41	30	21	21	20	13	9	17	26	18	13	22	23	23	15	17
DVD	39	33	33	28	40	35	28	21	24	17	13	22	26	18	15	22	20	23	16	20
Óculos	27	23	22	26	32	29	31	21	19	15	15	25	27	20	19	25	20	23	17	14
Calçados, Bolsas ou Tênis	25	21	23	30	36	29	30	26	16	16	17	19	21	24	22	26	16	19	17	18
Roupas	29	20	23	28	37	32	34	26	16	10	10	15	20	17	16	23	17	22	16	13
Programas de computador	36	36	40	38	37	34	34	31	18	16	19	30	12	15	18	23	13	16	19	20
Acessórios para veículo	30	27	31	33	32	29	29	30	13	9	14	17	14	11	11	18	11	16	16	11
Brinquedos	20	19	14	16	28	25	27	18	10	11	6	11	15	12	9	17	10	15	14	14
Nenhum (Não tem restrição a produto pirata )	0	0	0	0	5	4	5	5	3	5	4	4	10	8	7	5	12	10	15	13
Relógios	24	21	17	19	34	29	28	21	13	11	11	13	16	16	11	14	12	17	10	11
Isqueiros	21	18	16	19	27	25	23	11	9	4	4	8	9	8	6	6	12	14	12	9
Aparelhos de barbear	21	23	18	23	28	25	26	13	9	7	7	9	10	7	8	7	11	16	10	10
Artigos esportivos	24	19	15	21	30	25	26	17	14	10	10	10	10	13	8	13	10	15	9	11
Canetas	17	17	12	13	26	24	23	12	7	4	3	5	6	7	4	7	7	12	7	6
Não Respondeu	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3	2	6	1	0	1	0	3	6	3	2
Não Sabe	8	14	4	7	5	2	4	5	7	3	3	1	3	1	1	2	2	0	0	3
Medicamentos	0	0	0	0	0	0	2	2	2	0	0	0	2	2	5	4	1	0	1	2
Telefone celular	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0
Alimentos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Eletrodomésticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0
Bebidas s/e	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jóias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0

**Em quantos por cento (%) o Sr(a) considera que teria de cair o preço de CD e/ ou DVD para comprar o original?**

Médias	GRAU DE INSTRUÇÃO							
	2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Percentual	51	48	49	54	55	46	55	50

(TODAS MENÇÕES) - Por que o(a) sr(a) optou por comprar produtos pirata?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Preços mais em conta	92	94	93	89	97	97	95	99	92	99	91	94	97	94	93	86	95	94	96	88
Porque é mais fácil de se encontrar	11	9	7	9	8	6	8	4	11	11	23	8	6	10	10	9	14	10	14	8
O produto pirata está disponível antes do produto original	4	8	3	4	3	5	8	6	5	4	6	12	6	9	4	4	6	8	6	3
Alguns produtos podem ser descartáveis e portanto, não preci	4	1	3	4	1	0	4	1	2	3	7	4	0	0	1	0	3	3	3	1
Para alcançar um "status" que um produto original me traria	1	0	1	0	0	3	1	1	4	0	1	0	0	0	1	0	4	4	0	4
Não respondeu	4	2	2	0	2	1	3	1	1	1	2	2	3	3	3	7	4	1	0	1

O(a) sr(a) acha que o uso destes produtos pode lhe trazer alguma consequência negativa?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Sim	66	68	63	67	69	64	64	74	69	70	68	71	66	65	64	69	57	60	62	64
Não	28	28	36	30	21	29	32	23	23	29	30	27	27	31	33	30	38	35	37	36
Não sabe/Não respondeu	6	4	1	3	9	7	4	3	8	2	2	1	7	4	2	1	5	4	1	0

O(a) sr(a) acha que a pirataria causa desemprego?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Sim	64	63	62	72	63	63	65	74	67	63	64	80	60	64	63	66	53	58	55	63
Não	29	32	34	27	29	31	32	26	28	33	34	20	35	33	35	34	43	36	42	37
Não sabe/Não respondeu	6	5	3	1	7	6	3	0	5	3	2	0	5	3	1	0	4	6	3	1

O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta o crime organizado?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Sim	69	67	73	77	68	71	74	79	70	68	67	80	67	70	70	77	55	61	61	69
Não	22	27	24	20	19	22	23	20	21	24	28	19	24	24	26	20	36	33	37	25
Não sabe/Não respondeu	8	5	3	4	13	7	3	0	9	8	4	1	9	6	4	2	9	6	3	6

O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o faturamento do comércio?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Sim	79	75	80	86	75	84	81	87	81	85	84	87	75	78	81	85	63	68	66	79
Não	16	21	17	14	17	14	17	11	15	12	14	12	21	21	18	15	31	28	33	20
Não sabe/Não respondeu	5	4	3		8	2	1	2	4	3	2	1	4	2	1		6	4	1	1

O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o fabricante ou o artista?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Sim	79	82	86	92	81	84	86	92	83	87	86	91	83	84	87	87	75	75	81	84
Não	15	17	13	8	12	14	13	6	14	10	13	9	14	12	12	11	18	21	17	16
Não sabe/Não respondeu	6	1	1	0	7	3	1	3	3	3	1	0	3	3	1	2	7	4	2	0

O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta a sonegação de impostos?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Sim	81	81	87	89	77	83	81	91	79	82	80	93	78	81	82	96	70	76	76	81
Não	13	14	11	9	13	13	14	5	15	9	16	7	16	15	15	4	20	19	22	17
Não sabe/Não respondeu	6	5	2	2	10	4	5	4	6	9	4	0	6	4	3	0	11	5	2	2

O(a) sr(a) já ficou decepcionado com a compra de algum produto pirata?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Sim	44	43	51	62	45	51	50	51	49	57	62	61	41	52	60	64	44	49	58	60
Não	55	57	49	38	55	49	50	49	51	43	38	39	59	48	40	36	56	51	42	40

## Muitos produtos piratas causam sérios problemas à saúde. O(a) sr(a) tem conhecimento dessa informação?

Percentual (%)	GRAU DE INSTRUÇÃO											
	2008				2009				2010			
	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais	Analf/Pri Inc/Com p	Ginásio Inc/Com p	Colegial Inc/Com p	Superior Inc/Com p ou mais
Sim	46	55	54	31	36	39	44	55	46	46	46	64
Não	49	40	44	69	56	58	55	45	45	48	49	35
Não sabe/Não respondeu	4	5	2		8	2	1		9	7	5	1

## REGIÕES DO PAÍS

### Neste ano, o(a) sr(a) comprou algum produto pirata?

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Sim	43	54	40	35	42	53	41	38	54	73	41	30	64	63	35	36	63	52	44	37
Não	57	46	60	65	58	47	59	62	46	26	58	68	36	37	65	64	36	47	56	63
Não sabe/Não respondeu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0

### (TODAS MENÇÕES) Se não, por quê?

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Qualidade ruim	37	46	42	45	56	38	51	34	60	67	53	50	47	18	49	44	50	28	55	36
Nenhum motivo	41	29	21	25	27	44	23	29	14	24	23	25	35	63	18	4	21	27	19	32
Falta de garantia	15	21	20	10	11	14	21	10	17	15	21	22	4	3	10	34	5	14	8	11
Prejudica o comércio formal	8	14	6	5	7	0	11	17	11	0	11	2	2	9	11	4	13	4	6	15
Temor de ter um prejuízo maior que o benefício financeiro	8	7	7	7	11	9	4	3	8	0	7	3	6	2	3	6	8	8	5	2
Temor de comprar um produto ilegal e ser punido	2	2	6	0	2	0	2	7	6	4	5	4	2	5	3	6	2	9	5	4
Não respondeu	3	2	4	8	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	5	1	1	9	3	0

**(TODAS MENÇÕES) Se sim, qual(is)?**

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
CD	93	79	83	87	83	84	88	87	90	90	85	76	83	82	79	56	80	85	74	94
DVD	36	41	33	31	51	69	53	40	73	73	71	67	72	62	71	52	81	54	79	74
Calçados, Bolsas ou Tênis	1	9	6	2	6	19	6	6	6	6	7	4	3	20	4	2	3	2	11	6
Óculos	7	15	2	4	6	31	3	15	1	1	26	4	1	17	3	3	9	0	5	8
Roupas	9	5	4	2	9	18	4	9	2	2	13	4	1	10	4	2	6	0	5	11
Relógios	5	16	4	5	0	20	6	14	2	2	15	2	2	20	2	0	7	1	5	2
Cigarros	2	2	2	3	5	6	5	8	0	0	5	5	1	6	2	10	3	0	4	12
Canetas	2	8	1	0	9	10	3	6	1	1	1	1	0	2	1	0	7	0	2	3
Brinquedos	9	6	1	9	4	18	7	17	2	2	10	4	0	5	1	2	4	0	2	9
Perfumes	0	0	2	3	5	15	4	6	6	6	7	3	0	19	2	8	2	0	4	5
Isqueiros	1	6	1	0	6	3	3	0	1	1	8	4	0	1	2	2	0	0	5	5
Equipamentos eletrônicos	1	3	1	3	0	3	1	5	1	1	3	3	0	0	2	0	1	2	4	3
Artigos esportivos	0	0	0	2	1	9	0	3	0	0	0	0	0	10	1	3	2	0	2	3
Programas de computador	0	0	0	2	2	0	2	10	1	1	2	3	0	2	2	0	2	4	1	0
Telefone celular	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0
Aparelhos de barbear	0	13	1	0	7	6	1	0	1	1	4	2	0	3	1	0	1	0	0	2
Acessórios para veículo	0	0	0	0	0	0	0	7	0	0	1	0	0	2	1	0	0	0	1	0
Vídeo Game	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cosméticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0

**(TODAS MENÇÕES) - Qual(is) produto(s) o(a) sr(a) não compraria de forma alguma?**

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Equipamentos eletrônicos	57	51	48	36	70	43	48	24	41	36	43	40	43	69	28	30	47	27	33	23
Perfumes	31	42	29	19	56	9	30	25	26	12	20	17	30	33	30	24	37	20	25	20
Cigarros	28	33	23	26	55	7	26	11	9	4	10	8	8	31	9	2	23	12	20	15
CD	19	24	27	33	45	8	32	21	14	11	20	7	11	17	31	7	12	20	22	22
DVD	27	33	37	44	46	14	36	23	18	13	24	10	13	15	32	5	13	10	21	27
Óculos	27	28	24	19	60	1	25	16	18	16	16	22	16	25	22	35	19	6	22	12
Calçados, Bolsas ou Tênis	26	29	23	21	56	12	29	14	24	14	14	13	25	38	23	6	14	12	21	11
Roupas	25	27	23	28	56	24	30	15	19	7	12	7	19	24	18	12	13	14	20	14
Programas de computador	37	44	36	34	67	16	30	9	22	28	18	9	9	35	16	9	16	9	18	16
Acessórios para veículo	32	38	29	22	59	8	29	1	14	8	15	8	10	32	10	10	15	10	15	11
Brinquedos	16	26	18	15	51	5	25	0	11	6	8	14	9	25	16	3	13	18	15	6
Nenhum (Não tem restrição a produto pirata)	0	0	0	0	4	10	5	3	4	4	4	2	12	1	8	4	6	5	18	9
Relógios	20	24	21	19	61	8	27	3	14	10	10	14	13	28	12	14	13	3	14	9
Isqueiros	18	22	17	22	50	2	21	2	9	0	7	4	5	25	6	2	19	1	12	6
Aparelhos de barbear	22	26	19	23	52	1	22	3	9	2	10	6	6	26	7	0	16	3	12	6
Artigos esportivos	24	24	18	14	51	5	24	5	22	4	10	5	7	24	11	3	13	2	13	7
Canetas	16	20	15	12	50	2	21	1	5	0	6	4	3	20	6	0	11	3	9	3
Não Respondeu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	5	0	0	0	1	0	8	8	2	1
Não Sabe	10	3	8	11	1	3	7	1	10	2	3	1	4	3	1	0	0	0	2	1
Medicamentos	0	0	0	0	0	1	2	0	1	2	1	0	2	4	2	8	0	3	1	1
Telefone celular	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0
Alimentos	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Eletrrodomésticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0
Bebidas s/e	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jóias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0

**Em quantos por cento (%) o Sr(a) considera que teria de cair o preço de CD e/ ou DVD para comprar o original?**

Médias	REGIÕES DO PAÍS							
	2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Percentual	50	56	46	47	55	39	53	46

**(TODAS MENÇÕES) - Por que o(a) sr(a) optou por comprar produtos pirata?**

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Preços mais em conta	93	97	97	92	95	98	97	98	96	93	94	89	99	90	90	94	97	90	95	80
Porque é mais fácil de se encontrar	2	8	8	5	7	13	7	0	13	12	20	5	9	5	11	8	9	16	15	5
O produto pirata está disponível antes do produto original	8	4	7	3	12	9	3	0	3	5	9	1	6		9	7	7	6	6	4
Alguns produtos podem ser descartáveis e portanto, não preci	1	3	1	0	3	3	2	0	2	7	4	6	1	0	1	0	6	0	1	3
Para alcançar um "status" que um produto original me traria	3	2	0	0	0	0	2	3	3	0	0	2	0	0	0	4	4	0	0	8
Não respondeu	4	2	2	2	2	2	2	2	0	0	4	0	1	6	6	0	0	2	2	0

**O(a) sr(a) acha que o uso destes produtos pode lhe trazer alguma consequência negativa?**

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Sim	65	66	70	54	73	50	72	57	57	79	72	73	43	64	76	76	42	73	67	64
Não	29	33	27	41	23	32	23	38	38	16	23	27	52	28	20	20	53	23	31	35
Não sabe/Não respondeu	6	1	3	5	3	19	5	6	5	5	5	0	5	8	3	4	5	4	2	0

**O(a) sr(a) acha que a pirataria causa desemprego?**

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Sim	60	68	69	56	65	50	71	58	54	78	69	70	42	73	71	66	32	68	66	59
Não	36	27	28	37	32	36	25	39	43	19	26	27	53	26	27	31	62	30	31	39
Não sabe/Não respondeu	5	5	4	7	3	14	5	3	3	2	4	2	4	1	2	4	7	2	3	1

**O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta o crime organizado?**

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Sim	71	72	74	60	75	61	75	63	57	73	75	72	45	77	78	83	37	71	70	61
Não	22	21	21	37	22	15	18	33	35	15	18	26	45	14	18	14	56	25	24	35
Não sabe/Não respondeu	7	8	5	3	2	24	7	4	8	12	7	2	10	10	4	4	7	4	6	4

O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o faturamento do comércio?

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Sim	72	83	85	72	82	69	87	68	70	95	88	82	62	93	82	84	45	74	77	72
Não	23	14	13	24	16	17	11	28	22	4	10	18	31	7	17	15	48	24	21	27
Não sabe/Não respondeu	6	3	3	4	2	14	2	4	9	1	1	0	7	0	1	1	7	1	2	0

O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o fabricante ou o artista?

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Sim	75	95	88	75	85	81	89	70	76	96	90	78	68	96	90	89	59	81	88	79
Não	19	5	11	22	12	8	8	26	18	4	9	21	25	4	9	9	31	18	11	21
Não sabe/Não respondeu	6	0	2	3	3	11	3	4	6	0	1	1	7	0	1	1	10	1	2	0

O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta a sonegação de impostos?

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Sim	83	90	86	70	82	72	88	68	73	85	85	84	60	93	91	85	56	72	85	75
Não	10	9	11	25	14	9	7	28	17	9	11	15	31	5	8	11	34	21	12	22
Não sabe/Não respondeu	7	2	3	5	3	19	5	4	10	6	4	1	9	2	2	4	10	6	3	2

O(a) sr(a) já ficou decepcionado com a compra de algum produto pirata?

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS																			
	2006				2007				2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Sim	44	53	51	38	52	48	46	48	49	91	44	70	45	57	50	61	49	61	56	44
Não	56	47	48	62	48	52	53	52	51	9	56	30	55	43	50	39	51	39	44	56

Muitos produtos piratas causam sérios problemas à saúde. O(a) sr(a) tem conhecimento dessa informação?

Percentual (%)	REGIÕES DO PAÍS											
	2008				2009				2010			
	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL	NE	N/CO	SE	SUL
Sim	50	45	48	52	25	46	53	32	40	68	53	42
Não	43	49	50	46	72	46	44	66	51	28	43	51
Não sabe/Não respondeu	7	6	1	2	3	9	3	2	9	4	4	7

# CLASSES ECONÔMICAS

Neste ano, o(a) sr(a) comprou algum produto pirata?

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Sim	53	49	32	50	50	32	51	50	43	48	48	43	47	53	39
Não	47	51	68	50	50	67	49	50	56	52	52	57	53	47	60
Não sabe/Não respondeu	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1

(TODAS MENÇÕES) Se não, por quê?

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Qualidade ruim	45	46	38	50	54	44	58	55	54	50	46	42	56	48	43
Nenhum motivo	14	22	34	18	19	35	17	23	21	12	19	33	16	20	32
Falta de garantia	27	18	14	13	19	14	15	18	23	15	15	8	6	9	9
Prejudica o comércio formal	10	8	6	24	7	8	13	9	6	13	9	3	9	11	5
Temor de ter um prejuízo maior que o benefício financeiro	4	9	7	3	7	7	12	5	5	3	5	4	5	5	5
Temor de comprar um produto ilegal e ser punido	3	3	5	1	2	4	5	4	6	5	3	4	3	5	5
Não respondeu	4	4	4	0	0	1	0	0	0	2	3	6	5	2	1

(TODAS MENÇÕES) Se sim, qual(is)?

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
CD	85	87	84	87	88	83	81	80	88	72	75	88	79	79	82
DVD	43	41	21	75	56	38	76	71	62	80	70	55	77	81	67
Calçados, Bolsas ou Tênis	3	4	7	7	5	13	5	5	9	8	5	6	10	7	4
Óculos	2	6	8	5	8	15	9	6	9	9	3	4	6	7	7
Roupas	0	8	4	4	8	12	7	5	5	4	4	3	6	7	1
Relógios	0	7	8	3	8	10	5	3	8	5	5	4	7	5	5
Cigarros	0	0	6	0	4	9	2	2	5	3	2	5	2	5	4
Canetas	1	3	2	4	5	9	2	1	0	2	0	1	6	4	1
Brinquedos	2	5	6	12	9	8	2	6	6	1	2	1	1	4	4
Perfumes	2	1	1	1	6	9	2	4	7	4	6	4	5	3	0
Isqueiros	0	1	5	2	4	4	7	2	5	0	2	1	5	1	5
Equipamentos eletrônicos	2	2	0	5	1	2	6	2	2	2	0	1	3	3	1
Artigos esportivos	0	1	0	3	2	2	2	1	0	4	2	1	2	1	3
Programas de computador	2	0	0	8	2	0	6	1	1	5	0	0	2	1	1
Telefone celular	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
Aparelhos de barbear	3	1	5	0	3	6	1	1	3	0	0	3	1	0	3
Acessórios para veículo	0	0	0	3	1	0	3	0	0	3	0	0	3	0	0
Vídeo Game	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cosméticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0

**(TODAS MENÇÕES) - Qual(is) produto(s) o(a) sr(a) não compraria de forma alguma?**

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Equipamentos eletrônicos	48	45	53	43	46	56	42	42	40	40	38	36	31	36	35
Perfumes	34	29	30	33	30	37	22	21	17	30	32	25	28	25	30
Cigarros	23	27	26	20	26	36	11	8	9	9	11	11	22	17	22
CD	22	26	26	18	25	40	13	14	18	20	19	23	22	17	21
DVD	34	35	35	22	31	40	17	18	20	22	20	20	24	16	20
Óculos	26	22	26	26	26	35	20	19	15	21	26	19	18	17	23
Calçados, Bolsas ou Tênis	30	22	25	21	31	36	18	16	16	22	24	21	20	17	16
Roupas	32	23	25	31	31	38	15	11	13	19	19	17	17	17	18
Programas de computador	42	38	35	28	30	42	23	21	16	26	15	10	23	14	17
Acessórios para veículo	35	30	28	27	26	35	17	13	11	16	13	11	14	13	15
Brinquedos	16	18	18	20	23	30	12	10	8	10	14	13	17	12	13
Nenhum (Não tem restrição a produto pirata )	0	0	0	4	4	6	4	4	4	5	5	14	15	12	12
Relógios	20	20	22	22	26	36	11	14	10	12	15	14	14	10	16
Isqueiros	21	19	18	17	20	29	8	6	6	6	8	8	11	10	16
Aparelhos de barbear	21	22	20	18	20	31	12	8	6	5	9	9	10	10	15
Artigos esportivos	21	16	23	20	24	31	11	11	12	10	10	11	10	10	15
Canetas	14	15	16	16	20	29	5	4	5	4	7	6	7	7	11
Não Respondeu	0	0	0	0	0	0	5	2	4	0	1	1	2	4	6
Não Sabe	6	8	10	5	5	3	4	3	6	1	2	3	0	2	2
Medicamentos	0	0	0	2	1	1	1	0	1	5	3	3	1	1	0
Telefone celular	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1
Alimentos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
Eletrodomésticos	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0
Bebidas s/e	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jóias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

**Em quantos por cento (%) o Sr(a) considera que teria de cair o preço de CD e/ ou DVD para comprar o original?**

Médias	CLASSE ECONÔMICA					
	2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE
Percentual	53	50	46	50	52	53

**(TODAS MENÇÕES) - Por que o(a) sr(a) optou por comprar produtos pirata?**

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Preços mais em conta	95	93	92	93	97	97	93	94	93	92	94	95	89	94	98
Porque é mais fácil de se encontrar	6	11	7	2	8	8	20	18	7	8	11	6	7	14	10
O produto pirata está disponível antes do produto original	7	3	6	8	4	7	10	5	4	4	7	6	5	8	2
Alguns produtos podem ser descartáveis e portanto, não preci	4	4	0	1	3	1	7	4	2	1	0	0	2	3	3
Para alcançar um "status" que um produto original me traria	0	1	0	3	2	0	0	0	3	0	1	0	4	1	3
Não respondeu	0	1	5	4	2	2	4	1	1	5	4	2	0	1	1

**O(a) sr(a) acha que o uso destes produtos pode lhe trazer alguma consequência negativa?**

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Sim	64	66	66	65	68	67	71	71	67	68	68	62	64	59	59
Não	32	30	29	29	29	23	28	26	27	30	28	32	35	39	34
Não sabe/Não respondeu	3	3	5	6	3	10	1	3	6	1	4	6	1	2	6

**O(a) sr(a) acha que a pirataria causa desemprego?**

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Sim	67	63	65	67	67	62	75	67	63	69	64	57	67	54	51
Não	30	33	30	31	30	30	25	30	32	31	34	38	32	43	41
Não sabe/Não respondeu	3	4	5	2	3	8	0	3	5	1	2	5	1	3	8

**O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta o crime organizado?**

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Sim	73	70	71	73	75	68	75	73	64	78	71	61	73	58	53
Não	21	26	22	24	20	21	21	22	26	18	24	28	23	38	37
Não sabe/Não respondeu	6	4	7	3	4	12	5	5	10	3	5	11	4	4	10

**O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o faturamento do comércio?**

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Sim	86	78	77	79	82	79	88	86	78	86	79	73	78	65	63
Não	12	18	18	20	16	14	11	11	18	14	20	21	21	33	30
Não sabe/Não respondeu	1	3	5	1	2	7	1	3	4	0	1	6	1	2	7

**O(a) sr(a) acha que a pirataria prejudica o fabricante ou o artista?**

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Sim	90	83	81	81	86	83	87	88	81	90	85	80	87	77	73
Não	10	15	15	17	11	11	12	10	15	9	13	15	12	20	18
Não sabe/Não respondeu	0	2	5	1	3	6	1	1	4	1	2	5	1	2	9

**O(a) sr(a) acha que a pirataria alimenta a sonegação de impostos?**

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Sim	89	83	82	83	83	79	87	84	76	93	83	73	85	74	68
Não	11	14	12	14	13	12	12	11	16	7	14	19	13	23	20
Não sabe/Não respondeu	1	4	6	3	4	10	0	5	8	0	3	8	2	3	12

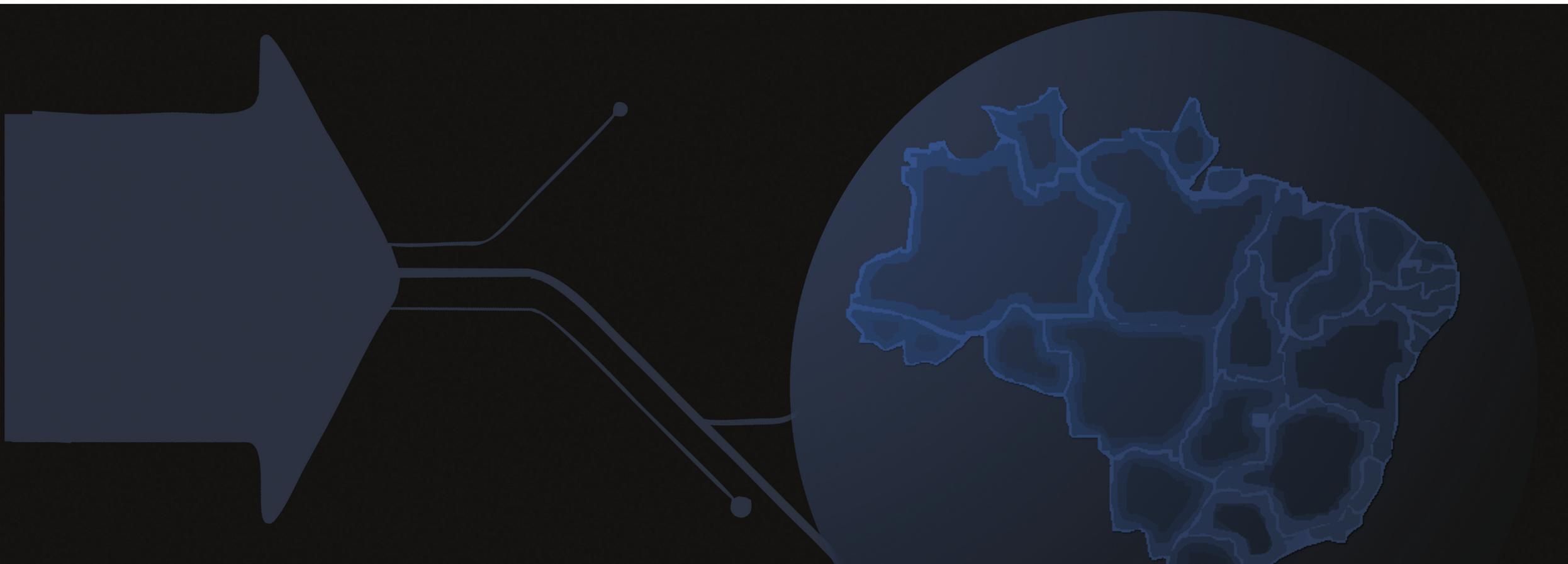
**O(a) sr(a) já ficou decepcionado com a compra de algum produto pirata?**

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA														
	2006			2007			2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Sim	54	50	43	46	49	48	61	59	50	64	53	41	54	54	47
Não	46	50	56	53	51	52	39	41	50	36	47	59	46	46	53

Muitos produtos piratas causam sérios problemas à saúde. O(a) sr(a) tem conhecimento dessa informação?

Percentual (%)	CLASSE ECONÔMICA								
	2008			2009			2010		
	AB	C	DE	AB	C	DE	AB	C	DE
Sim	42	47	53	50	42	34	54	47	48
Não	58	50	42	49	55	59	43	49	41
Não sabe/Não respondeu	0	3	5	2	3	7	4	4	12





Realização

SISTEMA

**FECOMÉRCIORJ**

FECOMÉRCIO SENAC SESC