

# **LAS DESCARGAS Y LA COMPRA DE PROGRAMAS, ARCHIVOS MÚSICA Y VIDEOS NO ORIGINALES:**

## **UN DERECHO O UN DELITO**

*Investigación realizada sobre la Muestra MetaScore  
Ya.com Internet\_Factory*



*Enero de 2004*

## **RESUMEN DE LA ENCUESTA**

### **A más de la mitad de los internautas españoles no les preocupan las acciones legales adoptadas contra los usuarios que intercambian archivos por internet**

- ▶ *El 87% de los internautas considera que la descarga e intercambio de archivos por internet no debería ser ilegal*
- ▶ *Más de una cuarta parte realiza este tipo de descargas a diario*
- ▶ *Nueve de cada diez internautas está en desacuerdo con la introducción de un canon en el precio de los CDs y DVDs vírgenes como compensación a los autores por las copias privadas*
- ▶ *Según los internautas, el precio de un Cd original debería ser de 8,56 €. A ese precio, el 88% dejaría de adquirir productos no originales*

A más de la mitad de los internautas españoles (un 52,73%) le preocupa poco o nada las acciones legales que se están tomando contra los usuarios que descargan/intercambian archivos a través de internet, y un porcentaje muy alto (más del 27%) ni siquiera conoce que se estén llevando a cabo acciones legales, según los datos de la encuesta realizada por Ya.com Internet Factory sobre la muestra MetaScore, bajo el título "LAS DESCARGAS Y LA COMPRA DE PROGRAMAS, ARCHIVOS MÚSICA Y VIDEOS NO ORIGINALES: ¿UN DERECHO O UN DELITO"?

MetaScore es una muestra de más de 5.000 Internautas que representa fielmente ese universo de Internet en España, con el fin de conocer mejor el comportamiento, la opinión y las actitudes de dichos Internautas. Esta herramienta de conocimiento, se encuentra al servicio tanto de instituciones públicas como de las empresas privadas, constituyéndose en un instrumento altamente competitivo en costes, debido a la automatización de los procesos, reportando conocimiento en tiempo real de grandes muestras representativas del colectivo Internauta español.

Además, el 87% de los internautas españoles considera que la descarga e intercambio de archivos por Internet no debería ser ilegal. La misma opinión tiene el 91,44% sobre la realización de copias privadas y el 76,36%, sobre la instalación de software no original. Sin embargo, casi la mitad de los encuestados sí considera que debería ser ilegal la compra de CDs o DVDs no originales.

El 28,9% de los encuestados utiliza Internet para descargar archivos de música, vídeo o programas de software diariamente, mientras que el 23,5% lo hace al menos una vez a la semana. Sólo el 12,3% no descarga nunca este tipo de archivos, que son, en su mayoría, de música (66%). Sin embargo, el 53,19% de los encuestados estaría dispuesto a pagar por descargar archivos (música, películas, software, juegos...) de forma legal, sabiendo que se asegura

la calidad del producto. Además, a más de la mitad de los internautas españoles (un 52,73%) le preocupa poco o nada las medidas legales que se están tomando contra los usuarios que descargan o intercambian archivos a través de Internet, y un porcentaje muy alto (más del 27%) ni siquiera conoce que se estén llevando a cabo acciones legales.

Nueve de cada diez internautas está en desacuerdo con la introducción de un canon en el precio de los CDs y DVDs vírgenes como compensación a los autores por las copias privadas y el 76,46% está en contra de los sistemas anti-copia introducidos en los CDs para evitar la copia privada.

Por otra parte, los encuestados declaran haber comprado por término medio 2,96 Cds en tiendas autorizadas en el último mes, frente a 1,36 que confiesan haber adquirido en el top manta en el mismo intervalo de tiempo, y frente a los 3,6 descargados de internet en el último mes. Esta última cifra es algo superior a los 3,1 CDs de media que los internautas aseguran haber adquirido mediante copia privada.

Y todo lo anterior tiene su reflejo en la opinión que tienen los internautas sobre el precio de los Cd originales, pues casi un 95% consideran que es alto, muy alto o extremadamente alto. También respecto del precio, los internautas piensan que el precio adecuado para un Cd original debería ser de 8,56 €, del Dvd de 11,75 €; el software, 24,49 € y los juegos, 20,50 €. Así, el 87,94% asegura que dejaría de adquirir productos no originales si su precio fuera el indicado.

Respecto a los motivos por los que se descarga música, películas o software de internet frente a medios tradicionales, el 42,42% de los internautas aduce la economía, frente a un 17% que lo encuentra más cómodo. Es destacable que casi el 10% de los internautas españoles ni siquiera se plantea adquirir estos productos en una tienda.

Sobre las motivaciones de los internautas a la hora de adquirir Cd originales, el 61,11% afirma que sólo lo hace de los artistas que les gustan, y casi un 50% para hacer un regalo; un 14% lo hace por respeto a la propiedad intelectual y más de un 17% afirma no comprar nunca CD originales.

Si las motivaciones se refieren a la adquisición de material ilegal, más de la mitad afirman no haber comprado nunca en un top manta, pero casi un 35% afirma que lo hace porque es más barato, y casi un 19% como medida reivindicativa para que bajen los precios de los Cd originales. Sin embargo, la opinión está muy igualada si lo que se pregunta es por la ilegalidad de comprar música original, puesto que la mitad opina que no debería ser ilegal. La cifra sube al 91% si la pregunta es sobre si debería ser ilegal la copia privada de Cd; al 87% el bajar música o películas de internet al 76% en lo referente al software no original.

Para el 66% de los encuestados, el mayor beneficio por la venta de CD originales la obtienen las compañías discográficas, mientras que menos del 2% piensa que los más favorecidos son los autores o los intérpretes. Sin embargo,

los porcentajes se invierten si de lo que se trata es de saber a quién se considera más perjudicado con la práctica del top manta, puesto que casi un 39% de los encuestados considera que los autores son los más perjudicados, seguido de un 21% que lo son los intérpretes y una cifra similar las compañías discográficas.

## ***FICHA TÉCNICA***

### **- Población objeto de estudio**

Internautas españoles de 16 y más años de edad

### **- Tipo de entrevista**

Autoadministrada a través del correo electrónico

### **- Fecha de recogida**

La recepción de datos de la encuesta estuvo activa desde las 19 horas del día 27/11/2003 a las 8 horas del día 02 /12/2003.

### **- Muestra total del estudio**

El presente estudio se ha realizado sobre una muestra representativa de Internet (“MetaScore”), de 5.117 Internautas seleccionados por cuotas en función de más de 9 variables sociodemográficas. Se recogieron un total de 3.235 cuestionarios válidos, aproximadamente unos 800 por día. De esta muestra de 5.117 Internautas se tiene información asociada de más de 30 variables sociodemográficas de encuestas previas obligatorias a responder para los participantes del proyecto, por lo que en cualquier instante se habilita la posibilidad de segmentar cualquier indicador, variable o información en base a perfiles sociodemográficos.

### **- Cuestionario**

El cuestionario se elaboró a partir de la definición de objetivos y variables objeto de estudio, discutiendo y consensuando tanto las variables a estudiar como las preguntas a incluir en el cuestionario.

El cuestionario se diseñó en HTML, enviando por correo electrónico una invitación para rellenarlo con un hipervínculo directo a la página donde residía el cuestionario. Del total de los 5.117 participantes de la muestra MetaScore a los que se les envió la invitación para rellenar el cuestionario, se recogieron 3.235 cuestionarios válidos en 110 horas, lo que supone una tasa de respuesta del 63.22%. Por otro lado, en la cabecera del cuestionario se informaba del anonimato de éste.

### **- Proceso**

El Internauta accedía a la encuesta a través de la consulta de su correo electrónico, desde un hipervínculo directo al cuestionario. Una vez rellena la encuesta, el usuario remitía la información directamente a la base de datos de la muestra MetaScore al pulsar el botón de “finalizar”, asociando el cuestionario con el resto de encuestas respondidas por él, mediante la utilización de un píxel transparente para el usuario.

Este proceso garantiza que sólo se reciba una respuesta por encuestado, así como la posibilidad de asociar la información del encuestado con su perfil sociodemográfico, enriqueciendo enormemente la información recogida.

#### - **Muestreo**

Los 5.117 participantes de la muestra MetaScore han sido seleccionados a partir de un muestreo intencional por cuotas, afijando la muestra al perfil internauta Español en base a variables como el sexo, la edad, la clase social, el nivel educativo, el hábitat, el estado civil, la actividad, el sustentados principal y la Comunidad Autónoma.

El problema básico inicial para seleccionar una muestra de Internautas es la inexistencia de un marco muestral de referencia sobre el que efectuar la selección. Es decir, no existe un directorio mínimamente fiable y completo de personas que tengan acceso a la red, del que se pueda extraer una muestra aleatoria que permita con garantías estadísticas que el muestreo probabilístico proporcione, la generalización al universo de usuarios de Internet los resultados obtenidos en la muestra.

A resultas de esta carencia, una muestra estadísticamente representativa de los usuarios de Internet generalmente se consigue a través de una investigación probabilística sobre la población total. Ello conlleva un fuerte factor de ineficiencia, dada la todavía no muy elevada penetración del uso de Internet en el conjunto de la población española (27.8% \*).

El sistema que se ha utilizado en este estudio, es el envío de un cuestionario por E-mail a una base de datos de una muestra seleccionada a partir de un cuestionario sociodemográfico inicial, seleccionando dicha muestra en base a cuotas extraídas del acumulado móvil del Estudio General de Medios, que describe el perfil Internauta. Por ello, esta encuesta no responde a los requisitos del muestro probabilístico, donde todos los individuos del colectivo bajo estudio tienen una probabilidad conocida de ser incluidos en la muestra. Las características implícitas en el diseño, que no permiten garantizar la equiprobabilidad de selección entre los individuos de la población bajo objeto de estudio son las siguientes:

- La oportunidad de ser incluido en la encuesta depende de la pertenencia a la muestra MetaScore, pudiendo haber accedido a ella tras una selección por cuotas, tras haber rellenado un cuestionario con diferentes variables sociodemográficas a través de publicidad en la Red o formando parte de alguna de las bases de datos impactadas.
- La probabilidad de rellenar la encuesta se incrementa dependiendo de la frecuencia de consulta del correo electrónico.
- La muestra final no es el resultado de una selección realizada desde la administración del estudio, sino que se incluye a aquellas personas que voluntariamente han aceptado y decidido colaborar (muestra autoseleccionada).

Sin cambiar la esencia fundamental de estas consideraciones inherentes al diseño del estudio, cabe hacer constar algunos comentarios a las mismas:

- La dirección del sesgo que se obtiene con el procedimiento utilizado es conocida y ha sido suficientemente estudiada. La muestra sobre representa a los Internautas que hacen un uso más intenso de la red, los más experimentados, etc. Este hecho, puede incluso percibirse como una ventaja ya que refiere los resultados a aquellos usuarios de Internet más significativos o avanzados.

(\*) EGM 3° Ola de 2003

## **DISTRIBUCIONES MARGINALES**

### **Pregunta 1**

¿Con qué frecuencia utilizas Internet para descargar archivos de música, vídeo o programas de software?

Diariamente	<b>28,9%</b>
Semanalmente	<b>23,5%</b>
Mensualmente	<b>9,9%</b>
Con poca frecuencia	<b>25,4%</b>
No descargo este tipo de archivos	<b>12,3%</b>
<b>N=3199</b>	

### **Pregunta 2**

¿Qué tipo de archivos descargas habitualmente a través de Internet?

(Respuesta múltiple)

Música	<b>66,62%</b>
Películas	<b>34,25%</b>
Capítulos o series de TV	<b>13,91%</b>
Juegos	<b>27,45%</b>
Contenido para adultos	<b>10,66%</b>
Programas de software	<b>61,24%</b>
Otro tipo de descargas	<b>19,75%</b>
No suelo descargar archivos	<b>11,13%</b>
<b>N=3235</b>	

### **Pregunta 3**

¿Estarías dispuesto a pagar por descargar archivos (música, películas, software, juegos...) de forma legal, sabiendo que se asegura la calidad del producto?

Sí	<b>53,19%</b>
No	<b>46,81%</b>
<b>N=3209</b>	

#### **Pregunta 4**

¿Te preocupan las acciones legales que se están llevando a cabo contra los usuarios que descargan / intercambian archivos a través de Internet?

Me preocupa mucho	<b>19,53%</b>
Me preocupa poco	<b>31,74%</b>
No me preocupa nada	<b>20,99%</b>
No conozco qué acciones legales se están llevando a cabo	<b>27,74%</b>
<b>N=3226</b>	

#### **Pregunta 5**

¿Cuántos de los siguientes productos has adquirido en **tiendas autorizadas** en el último mes?

	Media	Desv. típ.
CDs	<b>2,96</b>	<b>3,590</b>
DVDs	<b>2,35</b>	<b>2,436</b>
Software y programas	<b>1,42</b>	<b>1,184</b>
Juegos para videoconsolas y PCs	<b>1,52</b>	<b>1,239</b>

	CDs	DVDs	Software	Juegos
0	<b>38,93%</b>	<b>53,61%</b>	<b>75,65%</b>	<b>72,58%</b>
1	<b>22,15%</b>	<b>16,45%</b>	<b>15,70%</b>	<b>15,38%</b>
2	<b>18,74%</b>	<b>11,77%</b>	<b>5,25%</b>	<b>6,47%</b>
3	<b>7,30%</b>	<b>6,14%</b>	<b>1,72%</b>	<b>2,79%</b>
4	<b>3,85%</b>	<b>4,84%</b>	<b>0,49%</b>	<b>1,53%</b>
5	<b>2,46%</b>	<b>2,44%</b>	<b>0,66%</b>	<b>0,60%</b>
6	<b>1,14%</b>	<b>1,37%</b>	<b>0,16%</b>	<b>0,07%</b>
7	<b>0,35%</b>	<b>0,62%</b>	<b>0,03%</b>	<b>0,17%</b>
8	<b>0,35%</b>	<b>0,49%</b>	<b>0,07%</b>	<b>0,17%</b>
9	<b>0,19%</b>	<b>0,33%</b>	<b>0,03%</b>	<b>0,00%</b>
10	<b>1,64%</b>	<b>1,07%</b>	<b>0,07%</b>	<b>0,10%</b>
Más de 10	<b>2,91%</b>	<b>0,88%</b>	<b>0,16%</b>	<b>0,17%</b>
<b>N=3235</b>				

### Pregunta 6

¿Cuántos de los siguientes productos has adquirido en puntos de venta no autorizados (“top manta”) en el último mes?

	Media	Desv. típ.
CDs	<b>1,36</b>	<b>1,258</b>
DVDs	<b>1,10</b>	<b>0,866</b>
Software y programas	<b>1,06</b>	<b>0,619</b>
Juegos para videoconsolas y PCs	<b>1,11</b>	<b>0,792</b>

	CDs	DVDs	Software	Juegos
0	<b>86,13%</b>	<b>96,22%</b>	<b>97,94%</b>	<b>95,93%</b>
1	<b>5,24%</b>	<b>1,79%</b>	<b>0,82%</b>	<b>1,61%</b>
2	<b>3,84%</b>	<b>1,11%</b>	<b>0,52%</b>	<b>1,15%</b>
3	<b>2,05%</b>	<b>0,26%</b>	<b>0,36%</b>	<b>0,72%</b>
4	<b>1,02%</b>	<b>0,13%</b>	<b>0,10%</b>	<b>0,20%</b>
5	<b>0,64%</b>	<b>0,20%</b>	<b>0,07%</b>	<b>0,13%</b>
6	<b>0,26%</b>	<b>0,03%</b>	<b>0,03%</b>	<b>0,07%</b>
7	<b>0,13%</b>	<b>0,03%</b>	<b>0,07%</b>	<b>0,00%</b>
8	<b>0,22%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,03%</b>	<b>0,03%</b>
9	<b>0,13%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>
10	<b>0,22%</b>	<b>0,10%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,07%</b>
Más de 10	<b>0,13%</b>	<b>0,13%</b>	<b>0,07%</b>	<b>0,10%</b>

**N=3235**

### Pregunta 7

¿Cuántos de los siguientes productos te has descargado a través de Internet en el último mes?

	Media	Desv. típ.
Cds	<b>3,60</b>	<b>4,260</b>
DVDs	<b>1,98</b>	<b>2,875</b>
Software y programas	<b>3,34</b>	<b>3,854</b>
Juegos para videoconsolas y PCs	<b>1,83</b>	<b>2,471</b>

	CDs	DVDs	Software	Juegos
0	<b>40,56%</b>	<b>77,31%</b>	<b>38,87%</b>	<b>75,57%</b>
1	<b>15,27%</b>	<b>6,71%</b>	<b>18,59%</b>	<b>8,96%</b>
2	<b>13,81%</b>	<b>4,80%</b>	<b>14,36%</b>	<b>6,06%</b>
3	<b>8,12%</b>	<b>2,58%</b>	<b>9,26%</b>	<b>3,03%</b>
4	<b>5,01%</b>	<b>1,71%</b>	<b>4,22%</b>	<b>1,82%</b>
5	<b>4,88%</b>	<b>1,64%</b>	<b>4,55%</b>	<b>1,25%</b>

6	<b>1,94%</b>	<b>0,81%</b>	<b>1,56%</b>	<b>0,40%</b>
7	<b>0,87%</b>	<b>0,47%</b>	<b>1,14%</b>	<b>0,40%</b>
8	<b>0,87%</b>	<b>0,44%</b>	<b>0,68%</b>	<b>0,44%</b>
9	<b>0,68%</b>	<b>0,44%</b>	<b>0,39%</b>	<b>0,17%</b>
10	<b>3,23%</b>	<b>1,48%</b>	<b>2,89%</b>	<b>0,77%</b>
Más de 10	<b>4,75%</b>	<b>1,61%</b>	<b>3,48%</b>	<b>1,11%</b>
<b>N=3235</b>				

### Pregunta 8

¿Por qué motivo descargas música, películas o software a través de Internet en lugar de comprar en una tienda?

Porque es más cómodo	<b>17,69%</b>
Porque hay más variedad	<b>10,42%</b>
Porque es más rápido	<b>4,67%</b>
Porque es más económico	<b>42,42%</b>
No me planteo comprarlo en una tienda	<b>9,29%</b>
No realizo este tipo de descargas	<b>15,51%</b>
<b>N=3166</b>	

### Pregunta 9

¿Cuántos de los siguientes productos has/te han grabado mediante **copia privada** en el último mes?

	Media	Desv. típ.
CDs	<b>3,10</b>	<b>3,691</b>
DVDs	<b>1,76</b>	<b>2,426</b>
Software y programas	<b>1,94</b>	<b>2,508</b>
Juegos para videoconsolas y PCs	<b>1,52</b>	<b>2,001</b>

	CDs	DVDs	Software	Juegos
0	<b>42,88%</b>	<b>79,54%</b>	<b>67,83%</b>	<b>83,82%</b>
1	<b>17,81%</b>	<b>6,94%</b>	<b>14,57%</b>	<b>6,82%</b>
2	<b>14,57%</b>	<b>4,60%</b>	<b>7,71%</b>	<b>3,58%</b>
3	<b>8,05%</b>	<b>2,48%</b>	<b>3,30%</b>	<b>1,67%</b>
4	<b>4,04%</b>	<b>1,82%</b>	<b>1,58%</b>	<b>1,40%</b>
5	<b>3,94%</b>	<b>1,45%</b>	<b>1,85%</b>	<b>0,77%</b>
6	<b>1,72%</b>	<b>0,50%</b>	<b>0,49%</b>	<b>0,33%</b>
7	<b>0,95%</b>	<b>0,33%</b>	<b>0,23%</b>	<b>0,17%</b>
8	<b>0,64%</b>	<b>0,26%</b>	<b>0,33%</b>	<b>0,13%</b>
9	<b>0,32%</b>	<b>0,07%</b>	<b>0,16%</b>	<b>0,13%</b>

10	<b>1,69%</b>	<b>0,86%</b>	<b>0,63%</b>	<b>0,47%</b>
Más de 10	<b>3,40%</b>	<b>1,16%</b>	<b>1,32%</b>	<b>0,70%</b>
<b>N=3235</b>				

### Pregunta 10

Consideras que el precio actual de los CDs originales es:

Extremadamente bajo	<b>0,09%</b>
Muy bajo	<b>0,25%</b>
Bajo	<b>0,28%</b>
Normal	<b>4,78%</b>
Alto	<b>23,78%</b>
Muy alto	<b>31,47%</b>
Extremadamente alto	<b>39,35%</b>
<b>N=3225</b>	

### Pregunta 11

¿Con cuál de las siguientes afirmaciones sobre el precio de los CDs originales estás más de acuerdo?

El precio de los CDs es muy alto frente a otras opciones	<b>92,67%</b>
El precio de los CDs es adecuado en función a lo que ofrecen	<b>3,87%</b>
Los CDs tiene buena relación calidad precio	<b>2,90%</b>
El precio de los CDs es bajo frente a otras opciones	<b>0,56%</b>
<b>N=3208</b>	

### Pregunta 12

¿Cuál crees que es el precio adecuado para cada uno de los siguientes productos?

	<b>Precio</b>
CDs	8,56 €
DVDs	11,75 €
Software	24,49 €
Juegos	20,50 €
<b>N=2940</b>	

### Pregunta 13

¿Dejarías de comprar/adquirir productos no originales si se vendieran los originales al precio que has indicado anteriormente?

Sí	<b>87,94%</b>
No	<b>12,06%</b>
<b><i>N=3143</i></b>	

#### Pregunta 14

¿Cuáles son los principales motivos por los que adquieres CDs originales de música?

(Respuesta múltiple)

Sólo compro los CDs originales de los artistas/grupos que me gustan	<b>61,11%</b>
Para hacer un regalo	<b>48,01%</b>
Por el valor añadido del libreto, las fotos, el formato original, etc.	<b>33,08%</b>
Porque tienen mayor calidad	<b>23,86%</b>
No suelo comprar CDs originales	<b>17,09%</b>
Por respeto a la propiedad intelectual	<b>13,94%</b>
Porque sólo encuentro la música que me gusta en las tiendas de discos	<b>5,81%</b>
Por los servicios que prestan las tiendas de discos	<b>2,84%</b>
No me gustaría que me vieran comprando CDs NO originales	<b>1,27%</b>
<b><i>N=3235</i></b>	

#### Pregunta 15

¿Cuáles son los principales motivos por los que adquieres CDs no originales en puntos de venta no autorizados (“top manta”)?

(Respuesta múltiple)

Nunca he comprado CDs no originales	<b>52,61%</b>
Porque son más económicos	<b>34,99%</b>
Como reivindicación para que bajen los precios de los CDs originales	<b>18,76%</b>
Por si no me gusta demasiado el contenido del CD	<b>17,53%</b>
Porque la calidad es similar a la de los CDs originales	<b>7,11%</b>
Por solidaridad con los vendedores de CDs no originales	<b>3,15%</b>
<b><i>N=3235</i></b>	

#### Pregunta 16

¿Consideras que debería ser ilegal...?

	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Comprar CDs/DVDs no originales	<b>49,53%</b>	<b>50,47%</b>
Descargar/intercambiar música o películas a través de Internet	<b>12,96%</b>	<b>87,04%</b>
Realizar copias privadas de CDs	<b>8,56%</b>	<b>91,44%</b>
Instalar programas de software no original	<b>23,64%</b>	<b>76,36%</b>
<b>N=3235</b>		

### Pregunta 17

¿Quién crees que obtiene más beneficio en la venta de CD's originales?

Las compañías discográficas	<b>66,32%</b>
Las empresas distribuidores	<b>21,47%</b>
El Estado (a través del IVA)	<b>5,19%</b>
Las tiendas de discos	<b>2,11%</b>
Los autores	<b>1,96%</b>
Los representantes de los artistas	<b>1,68%</b>
Los intérpretes	<b>1,27%</b>
<b>N=3219</b>	

### Pregunta 18

¿Quién crees que es el mayor perjudicado por la distribución y venta de música no original?

Los autores	<b>38,29%</b>
Los intérpretes	<b>21,80%</b>
Las compañías discográficas	<b>21,49%</b>
Las tiendas de discos	<b>9,32%</b>
Las empresas distribuidores	<b>5,99%</b>
El Estado (a través del IVA)	<b>2,55%</b>
Los representantes de los artistas	<b>0,56%</b>
<b>N=3220</b>	

### Pregunta 19

¿Crees que el sector del cine podrá verse afectado en un futuro por las copias y descargas de películas?

Sí	<b>47,81%</b>
No	<b>52,19%</b>
<b>N=3219</b>	

### Pregunta 20

¿Cuál sería para ti la mejor acción para combatir la distribución y venta de música no original?

Bajar el precio de los CDs originales	<b>83,82%</b>
Ofrecer extras en los CDs, videos, DVDs, etc	<b>7,09%</b>
Aumentar el control policial y acciones legales	<b>4,81%</b>
Introducir sistemas anticopia en los CDs	<b>2,28%</b>
Añadir un canon en los CDs vírgenes	<b>1,59%</b>
Tomar acciones legales contra compradores/consumidores	<b>0,41%</b>
<b>N=3202</b>	

### Pregunta 21

¿Estás de acuerdo con la introducción de un canon o incremento en el precio de los CDs/DVDs vírgenes para compensar a los autores por las copias privadas?

Sí	<b>10,02%</b>
No	<b>89,98%</b>
<b>N= 3213</b>	

### Pregunta 22

¿Estás de acuerdo con la introducción de sistemas anti-copia en los CDs/DVDs originales para impedir la copia privada?

Sí	<b>23,54%</b>
No	<b>76,46%</b>
<b>N= 3207</b>	

### Pregunta 23

¿Cuál crees que será la situación en el futuro respecto al intercambio de archivos y la venta de CDs, DVDs, juegos y software?

(Respuesta múltiple)

Bajará el precio de estos productos en las tiendas	<b>55,73%</b>
La adquisición por Internet se convertirá en un servicio de pago	<b>53,14%</b>
Las compañías impondrán sistemas anticopia	<b>32,55%</b>

---

Aumentará la venta ilegal	<b>27,54%</b>
Las tiendas de discos tenderán a desaparecer	<b>10,02%</b>
La industria de este sector no podrá mantenerse	<b>5,90%</b>

---

***N=3235***

---