

## **Conteúdo**

	<b>Páginas</b>
Introdução	<b>01</b>
-----	
Principais Resultados	<b>02</b>
-----	
Objetivos	<b>04</b>
-----	
Metodologia	<b>04</b>
-----	
Percepções e Comportamentos	<b>05</b>
-----	
Hábitos de consumo	<b>09</b>
-----	
Consumo intencional declarado	<b>10</b>
-----	
Estimativa de consumo	<b>13</b>
-----	
Estimativa de consumo – Brasil	<b>15</b>
-----	
Estimativa de impacto no comércio legal	<b>18</b>
-----	
Estimativa de impacto no comércio legal - Brasil	<b>19</b>
-----	
Estimativa de impacto nos Impostos	<b>20</b>
-----	

**A Câmara de Comércio dos E.U.A e o Conselho Empresarial Brasil Estados Unidos (seção americana) em parceria com a ANGARDI – Associação Nacional pela Garantia dos Direitos Intelectuais apresentam a 3ª edição da pesquisa realizada com a metodologia IBOPE sobre o impacto da pirataria no setor de consumo.**

A pesquisa foi feita com o objetivo de mensurar diretamente, junto à população brasileira, o consumo de falsificações e cópias não registradas; levantar atitudes gerais sobre consumo de produtos “piratas” e temas correlatos; mensurar o consumo intencional de falsificações e cópias não registradas junto à população de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Recife, estimando volume de unidades, valores médios e valores totais gastos com esse tipo de consumo. Foram feitas 2226 entrevistas, com a população com idade acima de 16 anos.

Entre os principais dados da pesquisa constatou-se que a pirataria de produtos em apenas três setores – roupas, tênis e brinquedos – impossibilita a arrecadação de impostos no país de pelos menos **R\$ 20 bilhões** anuais. Este valor seria suficiente, por exemplo, para cobrir metade da arrecadação da **CPMF no Brasil**.

## **Introdução**

O trabalho do Governo Brasileiro de repressão e combate à pirataria foi intenso em 2007. Várias operações inclusive algumas de âmbito internacional foram deflagradas, mostrando claramente que a pirataria continua sendo prioridade para o Governo Brasileiro.

Só o comércio ilegal na fronteira com Paraguai movimentou US\$ 1,5 bi em 2006, mas o valor total é bem maior do que se estima.

Na reportagem publicada pela agência o Estado em Agosto de 2007 se comenta que “O ‘importabando’, combinação de contrabando com importação fraudulenta, causa prejuízos bilionários à indústria nacional.” e que metade das câmeras digitais e 70% dos aparelhos de MP3 comercializados no País têm origem ilegal. Só em roupas importadas da Ásia a sonegação chega perto dos US\$ 208 milhões e os produtos desta lista vão desde catéter/ seringas e luvas cirúrgicas, passando pelos cabos de aço até os tradicionais CD’s e DVD’s.

O trabalho que a iniciativa privada tem feito em conjunto com Receita Federal, fornecendo informações técnicas relevantes para maior fiscalização nos portos assim como o treinamento dos agentes aduaneiros realizados pela própria US Chamber em parceria com a FIESP – Federação das Indústrias de São Paulo, têm demonstrado que as informações e o acesso rápido aos detentores legais das marcas e produtos é vital para evitar as fraudes e barrar os produtos piratas na entrada do Brasil. E os reflexos deste trabalho estão sendo mostrados neste relatório

Em 2007, várias entidades de combate a pirataria e a contrafação iniciaram ações educativas em todas as faixas etárias, foram veiculados anúncios e campanhas de mídias em todos os meios de comunicação. As novelas da Globo também começaram a abordar o tema da pirataria.

Todo este movimento tem gerado muitas polêmicas no país e trazido à tona discussões que relacionam diretamente a pirataria com o crime organizado e ao

terrorismo. Mais uma vez, todo este movimento está trazendo como resultado a redução do consumo de produtos piratas em todas as faixas etárias e em todas as classes sociais.

Esperamos que em 2008, o poder judiciário brasileiro esteja mais presente e mais interado das questões que impedem dar maior agilidade aos processos da pirataria assim como criar no legislativo uma comissão especial para apreciar todos os projetos de lei em tramitação dentro do Congresso Brasileiro em especial o PL333/99 que aumenta as penas dos crimes contra a propriedade industrial, e confere ao juiz o poder de determinar a busca e apreensão, destruição dos bens que incorporem a violação dos direitos de propriedade industrial e o perdimento dos equipamentos, suportes e materiais apreendidos.

## Principais Resultados da pesquisa

- O Brasil perde **R\$20 bilhões de impostos** por causa da pirataria em apenas 3 setores da economia.
- No Brasil, o valor gasto com produtos contrafeitos e **piratas cresceu 8% em 2007** nas três categorias pesquisadas (tênis, roupas e brinquedos). Nas 13 categorias pesquisadas em São Paulo, Belo Horizonte e Rio de Janeiro, o total consolidado para as três cidades aponta uma **redução do valor gasto de 19%**, sendo que em **São Paulo a redução foi de 37%**.
- Preço ainda é o impulso principal para a compra.
- Aumentou a conscientização do impacto da pirataria na geração de emprego e na atração de investimentos, porém não existe vinculação da pirataria com a oportunidade de investimento do governo na área social.
- Houve uma percepção de maior oferta de tipos de produtos e mais pontos de vendas em todas as capitais.
- Percepção de aumento na fiscalização em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Em Recife a percepção é que a fiscalização diminuiu..
- Jovens de 16 a 24 anos continuam liderando o consumo seguido da faixa de 25 a 39 anos.

	13 categorias (valores estimados)		3 categorias (valores estimados)
	SP+RJ+BH	Recife	Brasil
Valor declarado :	R\$ 1,3 bi	R\$ 141 mi	R\$ 25,1 bi
Valor do mercado pirata:	R\$ 2,6bi	R\$ 283 mi	R\$ 59,4 bi
Impacto nos Impostos :	R\$ 1,04bi	R\$ 113 mi	R\$ 20,2 bi

## Objetivos

1. Mensurar diretamente o consumo de falsificações e cópias não registradas junto à população brasileira com idade acima de 16 anos.
2. Levantar atitudes gerais sobre consumo de produtos “piratas” e temas correlatos.
3. Mensurar consumo intencional de falsificações e cópias não registradas junto à população de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte.
4. Estimar volume de unidades, valores médios e valores totais gastos com esse tipo de consumo junto à população dessas 3 capitais brasileiras, bem como o impacto nacional do consumo para os setores de roupas, tênis e brinquedos.

## Metodologia

	SP + RJ + BH	São Paulo	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Recife
%	2007	2007	2007	2007	2007
Base:	14170	7694	4662	1814	1105
<b>Sexo</b>					
• Homens	45	46	44	46	44
• Mulheres	55	54	56	54	56
<b>Idade</b>					
• 16 a 24 anos	21	22	19	23	24
• 25 a 39 anos	31	32	28	31	32
• 40 a 49 anos	18	18	19	18	19
• 50 ou mais	30	28	34	27	24
<b>Instrução</b>					
• Até 4ª série do fund.	21	23	18	18	23
• 5ª a 8ª série do fund.	24	23	26	19	25
• Ensino médio	38	37	37	44	39
• Superior	18	17	19	19	14

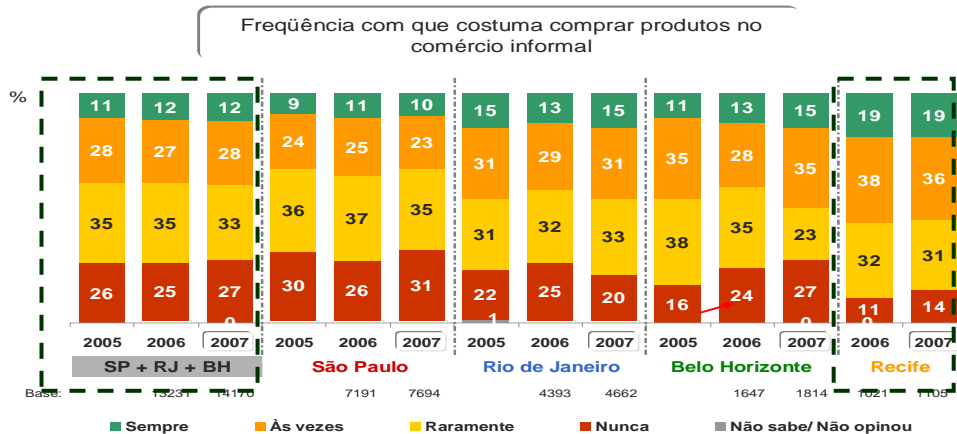
- Universo: População de 16 anos ou mais de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Recife.
- Amostra: 2226 entrevistas. ( São Paulo e Rio de Janeiro: 602 entrevistas, Belo Horizonte e Recife: 511 entrevistas)
- Margem de Erro: máxima estimada em 4,0 pontos percentuais para mais ou para menos, com 95% de confiança.
- Seleção: Probabilística de setores censitários com quotas de sexo, idade, escolaridade, ramo de atividade e classe sócio-econômica.
- Período de campo: 26 a 31 de Outubro de 2007.
- Classe A – as entrevistas foram distribuídas desproporcionalmente por classe, a fim de permitir leitura isolada nesse segmento. Os resultados totais foram ponderados para restabelecer os pesos corretos de cada classe na população.

Neste relatório, apresentamos dois tipos de resultados:

- Pesquisa nas capitais: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Recife – com 13 setores;
- Pesquisa no Brasil – 3 setores (brinquedos, roupas e tênis).

## Percepções e comportamentos

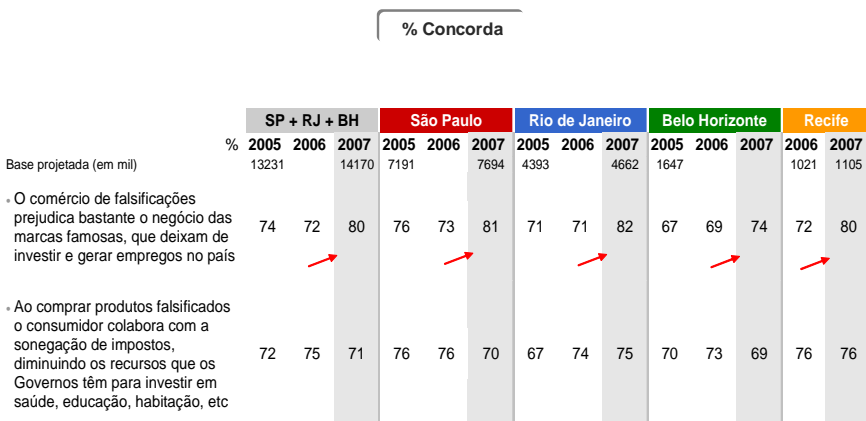
### Opiniões sobre mercado informal e pirataria



- **Não houve alteração no comportamento de consumo da população pesquisada em relação aos 3 últimos anos.** Na média das 3 maiores cidades brasileiras, 3 em cada 10 entrevistados declararam NUNCA ter comprado produtos piratas.

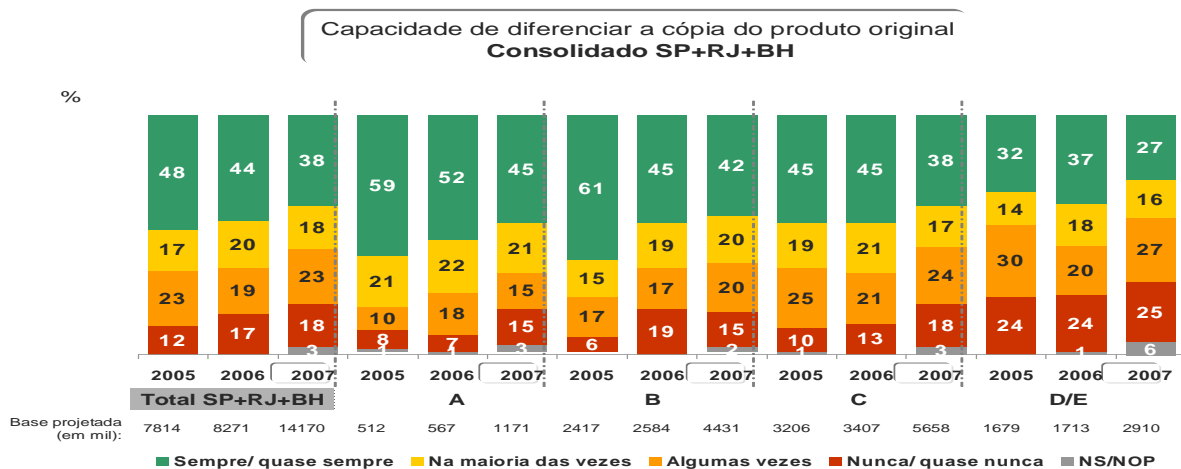
SP – ligeira redução na frequência de compra  
 RJ – ligeiro aumento na frequência de compra  
 BH - crescimento na frequência de quem compra sempre e às vezes.  
 Redução na frequência de quem nunca compra  
 Recife – índice de compra de quem sempre compra mais elevado do que nas outras capitais, e o percentual de quem nunca compra bem menor

- **73% da população pesquisada nas 3 capitais continuam comprando sempre, às vezes ou já comprou produtos piratas.**



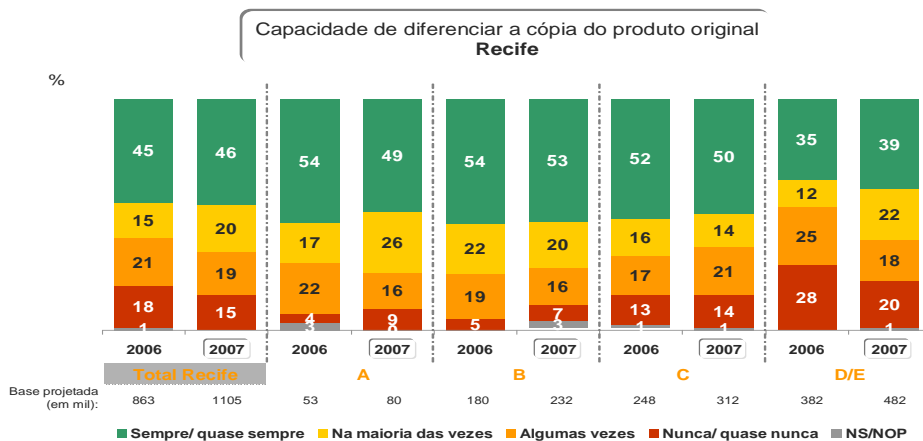
Houve um aumento na conscientização dos participantes em todas as capitais sobre o impacto da pirataria para atração de investimentos e geração de empregos, porém, ainda não existe uma relação clara entre a compra de produtos piratas com os investimentos sociais do governo como saúde, educação, habitação, etc

## Opiniões sobre mercado informal e pirataria



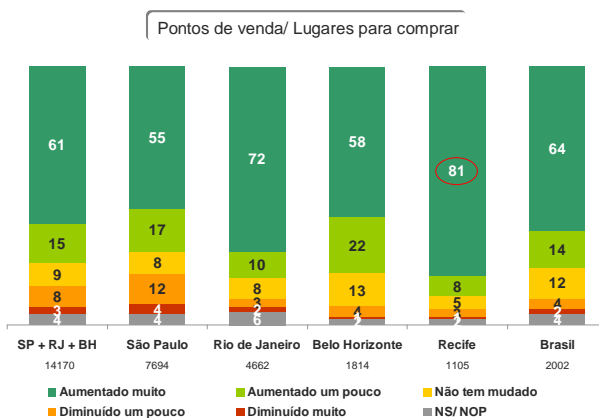
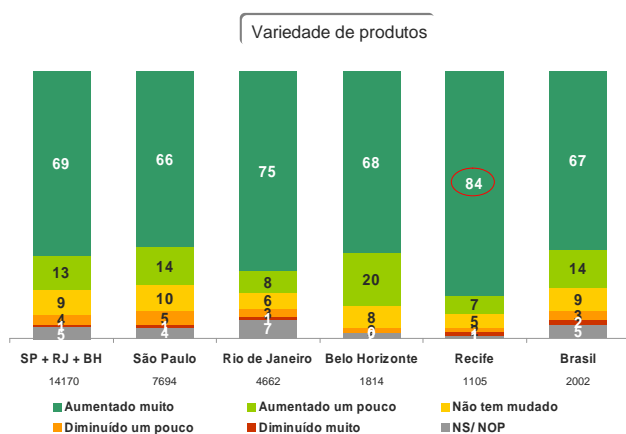
- A Compra continua **consciente e intencional**.
- **Os produtos piratas estão se sofisticando**. No consolidado das 3 capitais, vemos que a capacidade de diferenciar sempre ou na maioria das vezes o produto pirata do produto original diminuiu nos últimos 3 anos. (de 64% para 56%).
- Entre as classes sociais, a classe A, talvez por ter maior acesso às informações que estão constantemente na mídia, têm o maior percentual de diferenciação, enquanto a classe D/E tem o menor percentual (27%)
- A classe social D/E apresenta o menor percentual para diferenciar os produtos falsificados dos originais (25% em nunca/quase nunca)
- Em Recife não houve uma alteração considerável na capacidade de diferenciação do produto pirata. 66% dos entrevistados conseguem diferenciar os dois produtos. A classe A tem o maior percentual de diferenciação (75% dos pesquisados conseguem diferenciar sempre ou na maioria das vezes). Mas chama a atenção na pesquisa a tendência de diminuição no percentual de quem sempre compra. Em todas as classes sociais de Recife este percentual reduziu, confirmando uma percepção de sofisticação do produto.

## Opiniões sobre mercado informal e pirataria



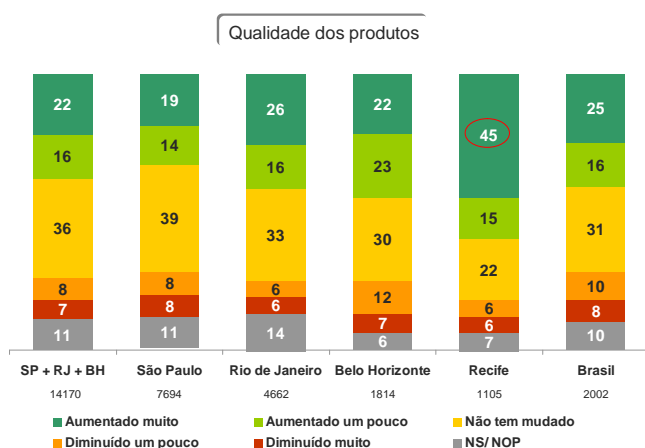
Em 2007, inserimos na pesquisa cinco novas perguntas para testar as opiniões e percepção dos entrevistados sobre as mudanças ocorridas no mercado de produtos piratas ocorridas nos últimos 12 meses.

- Aumento na oferta de mercadorias piratas com um aumento nos pontos de vendas na cidade
- Alteração na qualidade do produto
- Sofisticação dos produtos
- Preços
- Fiscalização para inibir a venda dos produtos piratas

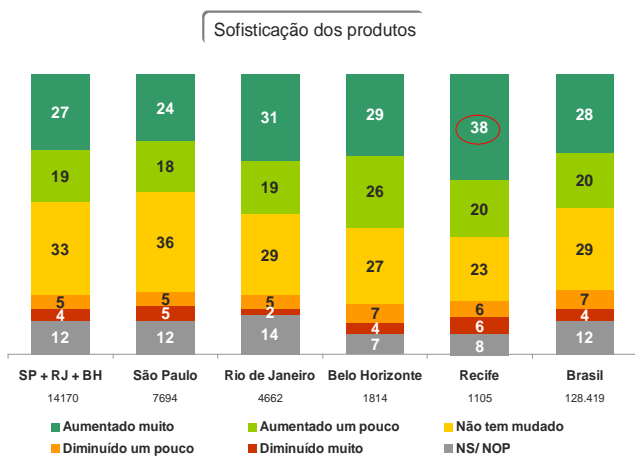


- Variedade de produtos : aumentou consideravelmente em todas as capitais pesquisadas
- Recife : 84% dos entrevistados tiveram a percepção que **o número de produtos ofertados aumentou**

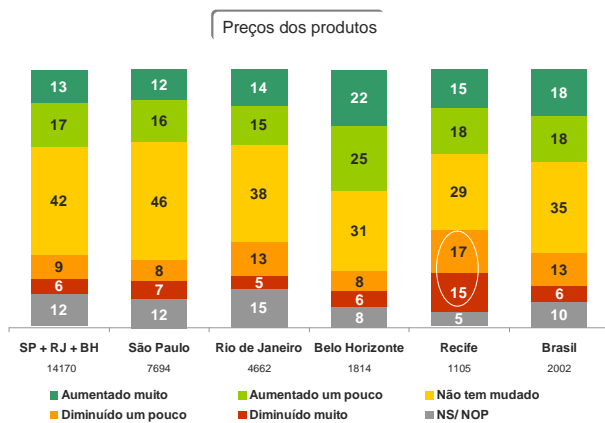
- O número de pontos de vendas : a percepção foi de **aumento da oferta de produtos piratas em todas as cidades pesquisadas.**
- Recife : 81% dos entrevistados acharam que aumentou muito a oferta



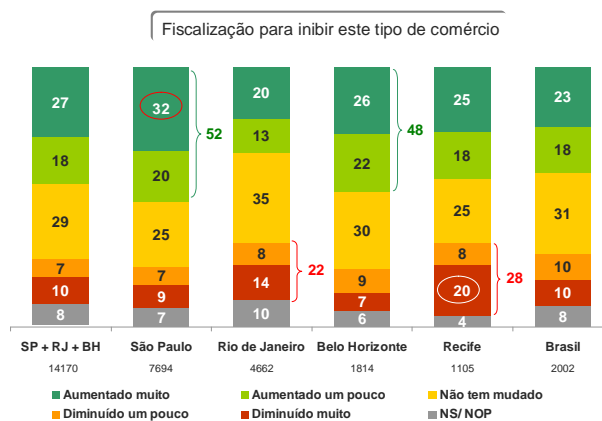
- Qualidade/Sofisticação dos produtos : com exceção de Recife, não houve uma alteração na percepção de melhoria na qualidade dos produtos ofertados em 2006 para os produtos ofertados em 2007.
- Em Recife a percepção de melhora na qualidade fica mais acentuada comparada com as outras cidades.
- Brasil – qualidade não tem mudado



- A opinião quanto a sofisticação dos produtos no Brasil está dividida entre aqueles que acham que os produtos piratas estão se sofisticando (28%) e uma outra parte acha que não alterou (29%). Em São Paulo, o maior mercado de consumo, a grande parte dos entrevistados acha que não teve mudança na sofisticação do produto.
- Em Recife, existe a predominância (38%) de que os produtos estão se tornando mais sofisticados



- Preços : não houve uma percepção de alteração nos preços
- Recife: 33% alegaram que os preços diminuíram um pouco e muito



- **Fiscalização : 45% dos entrevistados em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte perceberam um aumento na fiscalização**
- São Paulo: 52% dos participantes percebem um aumento na fiscalização
- Rio de Janeiro : 22% acham que a fiscalização diminuiu um pouco ou muito.
- Recife : 28% acham que a fiscalização diminuiu um pouco ou muito

- EM 2007, 82% das pessoas que compraram produtos piratas em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, sabiam que estavam pagando **menos da metade do preço do produto** em relação ao mercado formal. Este percentual em 2006, foi 73%.



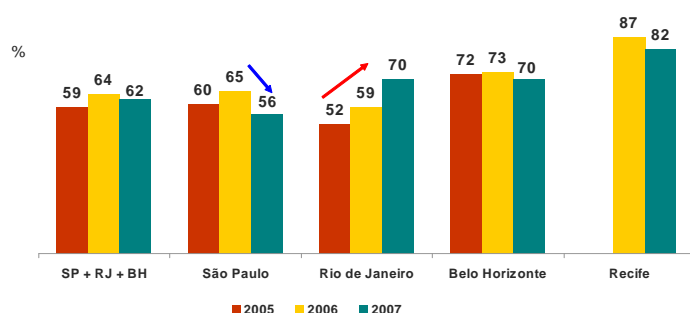
Somente para quem comprou "imitação" nos últimos 12 meses						
	SP + RJ + BH	São Paulo	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Recife	Brasil
%	2007	2007	2007	2007	2007	2007
	8856	4324	3269	1262	906	1509
<b>Me sinto mal cada vez que compro um produto pirata, pois sei que estou fazendo algo errado</b>						
- Concorda	36	36	43	20	49	44
- Discorda	63	63	57	80	51	55
- NS/NOP	1	1	0	1	0	2
<b>Só compro produtos piratas quando não tenho mesmo condições financeiras de comprar o produto original</b>						
- Concorda	72	75	77	50	73	75
- Discorda	27	24	23	49	27	24
- NS/NOP	0	0	0	1	0	1
<b>Meu principal receio ao comprar um produto pirata é quanto à qualidade do produto</b>						
- Concorda	79	78	83	70	79	73
- Discorda	21	22	16	30	21	25
- NS/NOP	1	1	0	1	0	1
<b>Comprar produto pirata é um ato de rebeldia, é uma forma de protesto contra os mais ricos e poderosos</b>						
- Concorda	35	38	36	22	46	39
- Discorda	64	60	63	76	53	58
- NS/NOP	2	2	1	2	0	4
<b>Tenho vergonha e costumo não contar para ninguém quando compro um produto pirata</b>						
- Concorda	16	14	18	14	25	20
- Discorda	84	85	81	85	74	79
- NS/NOP	1	0	1	1	0	2
<b>Em alguns casos, eu tenho orgulho e gosto de contar para as pessoas a economia que faço ao comprar um produto pirata</b>						
- Concorda	46	49	41	47	52	41
- Discorda	53	50	59	51	47	57
- NS/NOP	1	1	1	3	0	2

- A pirataria não é considerada como “algo errado” nas capitais brasileiras principalmente em Belo Horizonte onde o percentual de discordância com esta laeação chegou a 80%
- O impulso principal de compra ainda é a diferença de preço.
- As questões de qualidade do produto pirata é uma tônica importante para o consumidor.
- O ato de comprar produtos piratas não está diretamente vinculado a uma demonstração de rebeldia ou de protesto com os mais ricos e poderosos ( Em Recife este posicionamento é um pouco diferente), porém pelo fato de já ser um hábito, este procedimento não gera nenhum constrangimento em quem o pratica.
- Em Recife, 46% dos entrevistados alegou que compra produtos piratas para protestar contra os mais ricos e poderosos.

## Consumo Intencional Declarado

### Consumo intencional declarado de falsificações ou cópias não registradas

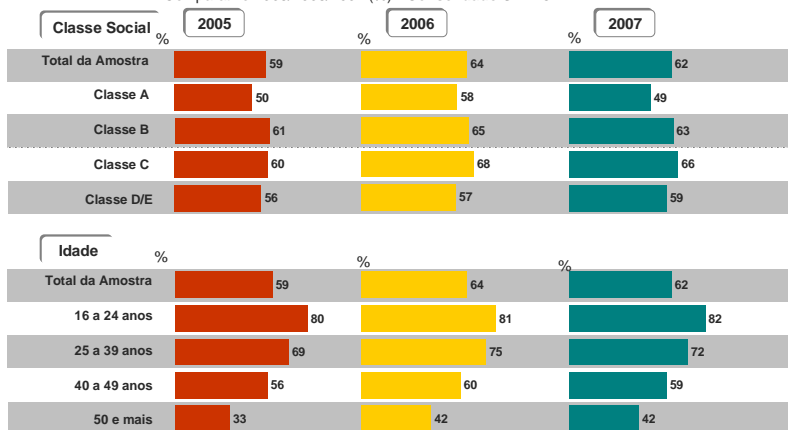
População que comprou produtos piratas nas categorias avaliadas  
Comparativo 2005/2006/2007 (%)



O quadro comparativo do consumo intencional de produtos piratas nos indica uma leve queda no consumo no consolidado das 3 capitais.

- No Rio e Janeiro, vemos um crescimento em relação aos anos anteriores
- Em São Paulo um declínio em relação aos anos anteriores.
- Recife também apresenta um ligeiro declínio em relação à 2006.

População que comprou produtos piratas nas categorias avaliadas por classe e idade –  
Comparativo 2005/2006/2007 (%) - Consolidado SP+RJ+BH



- Quanto às classes sociais e às faixas etárias não houve uma alteração do perfil de consumo, exceto pela classe A que reduziu o seu consumo.
- A faixa etária dos 16 a 24 anos continua sendo a maior consumidora seguida pela faixa dos 25 a 39 anos.

### Consumo intencional declarado de falsificações ou cópias não registradas

% Comprou últimos 12 meses - evolução 2005/2006/2007

%	SP + RJ + BH			São Paulo			Rio de Janeiro			Belo Horizonte			Recife	
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2006	2007
<b>Imitação de marcas famosas e falsificação com personagens</b>														
• Brinquedos	21	19	16	23	19	10	15	16	24	27	25	16	32	23
• Roupas	17	22	19	16	20	13	18	25	29	22	26	22	43	41
<b>Imitação de marcas famosas</b>														
• Tênis	12	14	10	15	17	10	5	8	10	19	16	15	13	10
• Relógios	12	11	10	14	10	9	8	11	13	12	13	7	20	15
• Óculos	9	9	10	12	8	8	4	9	12	11	11	10	24	14
• Bolsas, carteiras e mochilas	8	10	8	8	9	6	6	13	14	13	11	7	18	14
• Canetas	7	8	7	5	6	4	8	13	14	12	8	4	23	18
• Perfumes	5	4	5	5	3	5	3	5	6	10	9	7	21	20
• Jogos eletrônicos (Games)	8	7	6	10	6	6	4	6	7	11	13	5	7	4
• Tesouras e alicates de cutícula	-	3	3	-	2	1	-	5	5	-	5	2	14	5
• Furadeiras e parafusadeiras	-	0	0	-	0	0	-	0	0	-	2	1	1	0
• Pilhas e baterias	-	13	12	-	12	10	-	15	18	-	17	5	32	16
<b>Falsificação de artigos com personagens</b>														
• Artigos de papelaria, escrit., adesivos	4	4	4	4	4	3	4	3	7	7	5	2	10	6

- A tendência foi de redução no percentual de consumo para quase todas as categorias pesquisadas nas 3 capitais.
- São Paulo: houve uma **redução mais acentuada** em setores de brinquedos, roupas e tênis.
- Rio de Janeiro: houve uma **elevação de consumo** em brinquedos e roupas principalmente.
- Belo Horizonte: assim como São Paulo, apresentou uma redução em brinquedos, roupas e jogos eletrônicos principalmente, e nos demais itens uma ligeira tendência de queda.
- Recife: Apresentou uma queda mais acentuada em brinquedos, bolsa/ carteiras e pilhas/baterias. A tendência nos demais setores também foi de queda.

## Consumo intencional declarado de falsificações ou cópias não registradas

% Comprou últimos 12 meses comparativo 2005/2006/2007 **por classe**

	SP + RJ + BH												Recife							
	A			B			C			D/E			A		B		C		D/E	
	05	06	07	05	06	07	05	06	07	05	06	07	06	07	06	07	06	07	06	07
<b>Imitação de marcas famosas e falsificação com personagens</b>																				
- Brinquedos	16	10	12	22	20	14	22	20	18	18	18	14	25	13	22	19	33	22	38	28
- Roupas	7	9	8	11	21	13	21	23	23	25	28	27	37	15	24	30	45	47	52	47
<b>Imitação de marcas famosas</b>																				
- Tênis	6	6	7	13	15	10	14	14	11	11	16	12	11	10	15	7	20	9	19	13
- Relógios	10	9	7	14	14	12	12	12	10	10	6	7	23	19	19	15	20	16	19	13
- Óculos	8	10	6	13	10	8	9	10	12	6	5	9	29	17	24	12	22	16	24	13
- Bolsas, carteiras e mochilas	8	5	3	8	11	7	9	12	9	6	7	12	17	9	20	11	22	18	15	13
- Canetas	6	10	5	6	9	9	7	8	7	9	8	7	22	17	21	19	26	21	13	17
- Perfumes	4	3	2	4	4	6	5	4	6	7	5	7	16	8	15	17	20	18	24	26
- Jogos eletrônicos (Games)	13	9	8	12	9	9	7	8	6	3	2	2	12	6	12	5	8	4	3	4
- Tesouras e alicates de cutícula	-	3	2	-	1	2	-	5	3	-	3	2	11	6	11	1	16	8	16	5
- Furadeiras e parafusadeiras	-	0	0	-	1	0	-	1	1	-	0	0	2	0	1	1	0	1	1	0
- Pilhas e baterias	-	12	5	-	15	13	-	16	14	-	7	11	33	12	31	14	35	19	31	16
<b>Falsif. de artigos com personagens</b>																				
- Artigos de papelaria, escritório, adesivos	6	3	1	5	4	5	5	4	4	3	4	4	9	4	8	12	9	3	12	4

- Tendência de queda em todas as classes sociais. Merece ressalva brinquedos e roupas na classe social B, Na faixa D/E, vemos ligeiro aumento em algumas categorias como: bolsas, carteiras/mochilas e pilhas/baterias. Um pequeno aumento também ocorreu na categoria perfumes em todas as classes sociais exceto classe A em SP+RJ+BH e classes A e C em Recife
- Em Recife: tendência de queda em todas as classes sociais principalmente na classe A na compra de brinquedos e roupas. Na classe B em Recife, o item roupas teve um ligeiro crescimento. Mas o percentual de consumo mostra uma clara tendência de redução na compra durante 2007.

## Consumo intencional declarado de falsificações ou cópias não registradas

% Comprou últimos 12 meses- comparativo 2005/2006/2007 por faixa etária

%	SP + RJ + BH												Recife							
	16 a 24			25 a 39			40 a 49			50 e mais			16 a 24		25 a 39		40 a 49		50 e +	
	05	06	07	05	06	07	05	06	07	05	06	07	06	07	06	07	06	07	06	07
<b>Imitação de marcas famosas e falsif. com personagens</b>																				
• Brinquedos	21	19	12	28	26	18	21	22	19	13	9	14	37	23	37	27	33	24	20	19
• Roupas	33	38	31	18	24	21	14	18	17	7	12	11	60	53	45	42	39	42	28	26
<b>Imitação de marcas famosas</b>																				
• Tênis	18	19	19	17	17	12	13	16	10	4	6	3	17	14	12	13	12	9	10	5
• Relógios	15	10	9	16	12	12	11	14	8	6	9	10	28	16	23	15	14	16	11	12
• Óculos	14	15	18	12	10	10	8	4	9	4	5	3	38	23	23	13	20	15	13	6
• Bolsas, carteiras e mochilas	10	17	15	10	11	9	8	9	8	4	5	4	34	20	19	18	12	7	7	7
• Canetas	12	9	11	7	9	7	6	9	7	3	7	6	28	26	25	17	23	15	17	16
• Perfumes	8	4	10	7	6	4	4	5	4	3	2	4	26	22	21	25	23	19	12	13
• Jogos eletrônicos (Games)	14	10	13	12	9	7	6	10	6	2	1	1	11	8	7	5	7	2	3	0
• Tesouras e alicates de cutícula	-	2	3	-	3	2	-	5	4	-	4	1	17	5	17	5	13	4	10	5
• Furadeiras e parafusadeiras	-	0	0	-	1	0	-	0	1	-	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1
• Pilhas e baterias	-	14	15	-	15	10	-	16	13	-	10	11	37	21	28	12	34	15	32	18
<b>Falsif. de artigos com personagens</b>																				
• Artigos de papelaria, escritório, adesivos	6	5	7	5	4	4	4	3	3	3	4	3	10	6	10	6	16	6	5	4

- No consolidado das três capitais houve uma tendência de redução no consumo em todas as faixas etárias.
- Na faixa de 16 a 24 anos que nos últimos três anos tem sido a faixa etária que percentualmente mais consome produtos piratas, vemos que não houve um aumento expressivo em nenhuma das categorias pesquisadas. Pode-se dizer que houve uma manutenção no consumo de vários itens que são tradicionalmente os produtos piratas que os jovens mais consomem como : tênis, óculos, canetas e jogos eletrônicos.
- O item Brinquedos cresceu na faixa de mais de 50 anos.
- Em Recife também se repete a tendência de redução no consumo para todas as faixas etárias. Cresceu ligeiramente roupas na faixa de 40 a 49 anos.

## Estimativa de Consumo

Seguem abaixo as tabelas com as projeções de consumo com o seu valor correspondente em milhões de reais primeiramente para o consolidado das três capitais (SP,RJ,BH) e depois para cada uma das cidades separadamente.

Estimativas - comparativo 2005 x 2006 x 2007 (\*)  
(projeção p/ população de **SP + RJ + BH** - 16 anos e mais)

Categorias	População que comprou no último ano (Em Mil)			Total de unidades adquiridas no ano (Em Mil)			Consumo Per Capita			Valor unitário médio declarado (R\$)			Valor total gasto (R\$ milhões)		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
%															
<b>Imitação de marcas famosas e falsif. com personagens</b>															
• Brinquedos	2.757	2.496	2.212	16.056	17.202	14.236	6	7	6	12,67	18,28	17,74	203.430	314.453	252.547
• Roupas	2.300	2.948	2.761	18.972	21.620	22.070	8	7	8	29,23	24,57	22,38	554.552	531.203	493.927
<b>Imitação de marcas famosas</b>															
• Tênis	1.631	1.847	1.465	3.353	3.849	3.064	2	2	2	45,35	56,75	59,05	152.059	218.431	180.929
• Relógios	1.575	1.447	1.427	2.701	2.621	2.455	2	2	2	17,63	18,23	16,74	47.619	47.781	41.097
• Óculos	1.237	1.126	1.356	2.677	3.431	2.706	2	3	2	15,35	13,93	15,14	41.092	47.794	40.969
• Bolsas	1.053	1.368	1.203	1.831	2.752	1.917	2	2	2	22,17	22,57	20,56	40.593	62.113	39.413
• Canetas	908	1.121	1.022	7.846	8.900	9.264	9	8	9	4,17	2,53	1,54	32.718	22.517	14.266
• Perfumes	689	562	774	1.533	1.745	2.497	2	3	3	21,81	26,32	26,89	33.435	45.928	67.144
• Jogos eletrônicos	1.120	907	886	8.329	7.624	6.928	7	8	8	19,73	25,49	13,52	164.331	194.336	93.666
• Tesouras e alicates	-	453	362	-	902	555	-	2	2	-	6,68	8,74	-	6.025	4.851
• Furadeiras e parafusadeiras	-	57	36	-	57	36	-	1	1	-	83,78	57,71	-	4.775	2.077
• Pilhas e baterias	-	1.781	1.717	-	28.142	20.061	-	16	12	-	2,84	2,67	-	79.923	53.563
<b>Falsificação de artigos com personagens</b>															
• Artigos de papelaria	576	513	566	5.371	5.731	4.331	9	11	8	5,53	6,60	4,62	29.702	37.825	20.009
				116.576	174.638	197.205							1.299.531	1.613.104	1.304.458

**24%**      **-19%**

- Na análise do consolidado das três capitais vemos :
  - Houve uma diminuição no número de pessoas que comprou produtos piratas na maioria das categorias analisadas. Ligeiro crescimento somente para: óculos e perfumes.
  - No número de itens consumidos por categoria houve uma manutenção no hábito de compra
  - Houve pouca variação no preço unitário dos produtos pesquisados. Entretanto, chamam a atenção as reduções nos preços dos jogos eletrônicos (diminuição de quase 50%, caindo de R\$25,49 para R\$13,52), canetas (diminuição de quase 40%, caindo de R\$2,53 para R\$1,54) e furadeiras/parafusadeiras (diminuição de quase 30%, caindo de R\$83,78 para R\$57,71)
- O valor total do consumo declarado nas três capitais apresentou **uma queda de 19% em relação a 2006. O valor em 2006 foi de R\$ 1,6 bilhões e em 2007 foi de R\$ 1,3 bilhões.** Sendo que tínhamos detectado um crescimento de 24% no valor de 2005 para 2006. Sem dúvida, esta redução no valor do consumo declarado se deve ao trabalho que o governo brasileiro vem realizando nestes últimos 3 anos, e que se intensificou em 2006 e em 2007.

Estimativas - comparativo 2005 x 2006 x 2007 (\*)  
(projeção p/ população de **São Paulo** - 16 anos e mais)

Categorias	População que comprou no último ano (Em Mil)			Consumo Per Capita			Valor unitário médio declarado (R\$)			Valor total gasto (R\$ milhões)		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
%												
<b>Imitação de marcas famosas e falsificação com personagens</b>												
- Brinquedos	1627	1.379	798	6	8	7	12,37	18,45	15,12	120.756	195.847	85.035
- Roupas	1138	1.412	979	8	7	8	40,27	26,94	25,31	366.860	257.034	187.851
<b>Imitação de marcas famosas</b>												
- Tênis	1078	1.221	750	2	2	2	42,03	55,20	54,52	95.660	143.630	94.865
- Relógios	1022	744	686	2	2	1	18,09	19,31	14,62	32.960	24.582	14.605
- Óculos	858	562	608	2	4	2	12,84	12,78	14,97	25.179	25.624	19.551
- Bolsas	562	613	454	2	2	1	42,56	19,69	18,27	40.858	28.984	12.186
- Canetas	371	447	307	7	7	7	32,52	3,50	1,70	82.341	10.633	3.810
- Perfumes	386	188	351	2	4	4	23,26	23,31	28,04	16.189	17.109	35.695
- Jogos eletrônicos	747	436	497	9	8	8	19,46	26,60	15,08	124.271	91.318	56.927
- Tesouras e alicates	-	168	90	-	2	1	-	7,61	8,22	-	2.755	1.003
- Furadeiras e parafusadeiras	-	24	10	-	1	1	-	95,57	60,00	-	2.294	600
- Pilhas e baterias	-	829	790	-	17	10	-	2,30	2,65	-	32.391	20.487
<b>Falsif. de artigos com personagens</b>												
- Artigos de papelaria	298	282	226	10	13	9	5,59	8,62	3,67	16.468	31.015	7.149
										<b>921.542</b>	<b>863.216</b>	<b>539.764</b>

São Paulo:

- **Redução de 37%** no consumo declarado em valor de 2007 – passou de R\$863,2 milhões para R\$539,8 milhões
- Aumentou o número de pessoas que compraram jogos eletrônicos, porém houve uma redução no preço unitário que passou de R\$26,60 para \$15,08. Provavelmente houve a entrada de jogos eletrônicos mais baratos no mercado. Também houve um grande aumento (87%) no número de pessoas que compraram perfumes falsificados. A única outra categoria que sofreu aumento no número de pessoas consumindo produtos falsificados em São Paulo foi óculos (aumento de menos de 10%).

Estimativas - comparativo 2005 x 2006 x 2007 (\*)  
(projeção p/ população de **Rio de Janeiro** - 16 anos e mais)

Categorias	População que comprou no último ano (Em Mil)			Consumo Per Capita			Valor unitário médio declarado (R\$)			Valor total gasto (R\$ milhões)		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
%												
<b>Imitação de marcas famosas e falsificação com personagens</b>												
- Brinquedos	678	711	1.120	5	6	5	13,13	19,37	20,19	44.287	84.841	124.330
- Roupas	795	1.104	1.375	9	9	8	17,46	19,60	19,47	118.326	184.024	225.112
<b>Imitação de marcas famosas</b>												
- Tênis	240	366	449	2	2	2	49,81	61,11	68,52	20.920	46.505	53.514
- Relógios	357	493	619	2	2	2	16,30	14,13	17,32	8.998	13.310	22.568
- Óculos	191	384	563	2	3	2	18,10	12,66	13,92	7.403	13.711	14.491
- Bolsas	273	572	630	2	2	2	16,83	22,74	20,29	8.449	22.808	21.974
- Canetas	337	556	649	10	9	10	1,39	1,94	1,42	4.895	9.349	8.896
- Perfumes	134	221	300	3	3	3	17,97	25,92	25,56	8.068	18.118	23.387
- Jogos eletrônicos	189	257	307	4	12	8	20,93	18,48	11,77	14.546	55.736	29.025
- Tesouras e alicates	-	207	243	-	2	2	-	5,56	8,69	-	2.241	3.372
- Furadeiras e parafusadeiras	-	7	14	-	1	1	-	30,00	50,00	-	210	700
- Pilhas e baterias	-	664	840	-	17	14	-	2,11	2,78	-	24.151	32.126
<b>Falsif. de artigos com personagens</b>												
- Artigos de papelaria	159	142	304	8	9	7	4,77	5,07	5,28	5.872	6.505	11.473
										<b>241.764</b>	<b>481.509</b>	<b>570.968</b>

Rio de Janeiro:

- **Aumento de 19%** no consumo declarado em valor de 2007 – passou de R\$481,5 milhões para R\$570,9 milhões

- Jogos Eletrônicos- A redução no consumo per capita (de 12 para 8 unidades) e no preço unitário (de R\$18,48 para R\$11,77) causou uma diminuição no total gasto em 2007 nesta categoria em relação a 2006, apesar de ter ocorrido aumento do número de pessoas que compraram o produto.

Estimativas - comparativo 2005 x 2006 x 2007 (\*)  
(projeção p/ população de **Belo Horizonte** - 16 anos e mais)

Categorias	População que comprou no último ano (Em Mil)			Consumo Per Capita			Valor unitário médio declarado (R\$)			Valor total gasto (R\$ milhões)		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
<b>Imitação de marcas famosas e falsificação com personagens</b>												
• Brinquedos	451	406	294	6	5	8	13,04	15,77	15,71	32.600	34.804	38.537
• Roupas	368	432	408	8	6	8	20,45	29,69	25,04	63.088	79.836	77.273
<b>Imitação de marcas famosas</b>												
• Tênis	313	260	266	2	2	2	53,56	57,86	56,13	35.189	28.062	30.535
• Relógios	195	209	122	2	2	1	17,66	24,42	25,76	5.775	9.915	3.941
• Óculos	188	180	185	2	2	2	24,01	20,35	19,41	7.371	6.980	6.968
• Bolsas	218	183	120	2	2	1	29,48	31,77	30,36	10.908	8.769	5.100
• Canetas	200	118	66	9	9	11	9,17	1,65	2,00	16.433	1.723	1.516
• Perfumes	169	152	123	2	2	3	21,55	30,49	27,23	8.379	9.513	8.387
• Jogos eletrônicos	184	214	82	7	5	8	19,65	31,70	10,46	24.523	37.248	7.186
• Tesouras e alicates	-	78	29	-	2	2	-	7,68	10,51	-	1.052	473
• Furadeiras e parafusadeiras	-	26	12	-	1	1	-	88,10	65,67	-	2.291	788
• Pilhas e baterias	-	288	88	-	9	9	-	4,46	1,79	-	11.650	1.384
<b>Falsif. de artigos com personagens</b>												
• Artigos de papelaria	115	90	36	10	9	6	6,68	3,25	5,14	7.976	2.759	1.079
										<b>212.242</b>	<b>234.602</b>	<b>183167</b>

Belo Horizonte:

- **Redução de 22%** no consumo declarado em valor de 2007 – passou de R\$ 234,6 milhões para R\$ 183,2 milhões.
- Cinco itens tiveram aumento no consumo per capita: brinquedos, roupas, canetas, perfumes e jogos eletrônicos. Entretanto, vale ressaltar que os jogos eletrônicos, como verificado no Rio de Janeiro e São Paulo, também tiveram os seus preços unitários reduzidos em Belo Horizonte. As furadeiras e parafuseiras também tiveram uma redução no seu preço unitário. Passaram de R\$ 88,10 em 2006 para R\$ 65,67 em 2007.

Estimativas 2006 x 2007  
(projeção p/ população **Recife** - 16 anos e mais) (\*)

Categorias	População que comprou no último ano (Em Mil)		Consumo Per Capita		Valor unitário médio declarado (R\$)		Valor total gasto (R\$ milhões)	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
<b>Imitação de marcas famosas e falsificação com personagens</b>								
• Brinquedos	329	260	5	5	11,12	12,59	18.926	16.505
• Roupas	441	451	8	8	16,82	18,36	62.722	65.765
<b>Imitação de marcas famosas</b>								
• Tênis	133	114	2	2	60,14	53,14	14.313	11.372
• Relógios	201	163	2	2	18,68	17,17	7.341	5.340
• Óculos	243	153	2	2	13,58	14,09	6.518	3.466
• Bolsas	188	152	2	2	16,00	22,61	5.184	5.720
• Canetas	240	204	12	12	1,01	1,83	2.795	4.494
• Perfumes	210	226	5	3	18,46	18,23	19.826	13.946
• Jogos eletrônicos	70	46	4	3	28,06	19,00	8.362	2.603
• Tesouras e alicates	147	56	2	2	9,00	9,57	2.403	804
• Furadeiras e parafusadeiras	7	5	1	1	47,35	75,31	1.326	376
• Pilhas e baterias	331	177	19	20	2,07	1,77	12.722	6.124
<b>Falsificação de artigos com personagens</b>								
• Artigos de papelaria	101	62	5	16	7,44	5,36	13.764	5.215
							176.202	141730

Recife:

- **Redução de 20%** no consumo declarado em valor de 2007 – passou de R\$ 176,2 milhões para R\$ 141,8 milhões.
- Aumentou o consumo per capita de artigos de papelaria
- Houve uma redução no preço unitário dos seguintes itens: tênis, relógios, perfumes, jogos eletrônicos e artigos de papelaria. Um aumento significativo no preço de furadeiras/parafusadeiras foi verificado.

## Estimativa de consumo - Brasil

Em 2007, fizemos novamente a mensuração do comércio ilegal de 3 categorias de produtos: roupas, tênis e brinquedos.

As tabelas apresentadas abaixo demonstram a consolidação de cada uma destas categorias nos três últimos anos:

**Brasil - últimos 12 meses**

	%	Comprou			Média de unidades			Valor unitário médio (R\$)		
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
- Brinquedos		24	19	21	8,7	7,0	7,5	18,42	23,03	23,9
- Roupas		29	35	34	7,6	10,2	10,9	31,05	35,65	35,7
- Tênis		23	19	18	2,2	2,5	2,3	58,15	67,09	63,7

- No quadro acima verificamos que a tendência de consumo se manteve inalterada no ano de 2007. O percentual de pessoas que compraram os produtos piratas em 2007 praticamente se manteve, assim como também se manteve o número médio de itens adquiridos nas 3 categorias.
- Somente na categoria de tênis que verificamos uma pequena redução no preço unitário que em 2006 era de R\$ 67,09 e passa em 2007 para R\$63,73

**Brasil – média de unidades últimos 12 meses por classe**

	%	A			B			C			D/E		
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
- Brinquedos		1,0	14,1	52,3	6,0	9,6	10,7	7,2	6,7	5,6	2,8	5,0	5,7
- Roupas		20,0	15,0	17,9	8,8	12,7	10,7	10,2	11,7	11,0	5,3	7,2	10,6
- Tênis		2,0	1,7	3,8	2,0	2,7	2,5	2,8	2,8	2,3	1,8	1,7	2,0



- Com relação à média de itens comprados por classe social vemos que houve um aumento expressivo de itens adquiridos pela classe social A em brinquedos e tênis. E um ligeiro aumento em roupas na classe D/E

Brasil – média de unidades últimos 12 meses por faixa etária

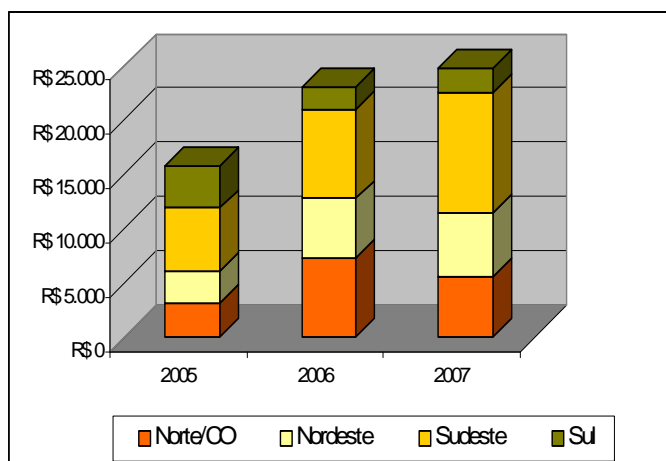
	16 a 24			25 a 39			40 a 49			50 e mais		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
• Brinquedos	4,4	7,1	4,7	5,0	7,5	9,4	6,4	6,8	8,0	7,8	5,8	5,5
• Roupas	8,0	12,0	9,2	8,2	10,6	14,8	7,5	8,6	8,6	5,1	8,2	6,3
• Tênis	1,9	2,4	2,1	2,1	2,6	2,3	2,8	2,5	2,8	1,8	2,0	1,5

- Com relação a média de produtos comprados por faixa etária houve uma redução no item roupas nas faixas de 16 a 24 anos e acima de 50 anos e um aumento na faixa de 25 a 39 anos.
- E uma redução na quantidade de itens comprados de brinquedos na faixa de 16 a 24 anos

Estimativas - comparativo 2005 x 2006 x 2007 (\*)  
(projeção p/ população do Brasil - 16 anos e mais)

Praças	População que comprou no último ano (Em Mil)			Total de unidades adquiridas no ano (Em Mil)			Consumo Per Capita			Valor unitário médio declarado (R\$)			Valor total gasto (R\$ bilhões)		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
• Brinquedos	29.374	23.252	26.492	256.511	162.576	199.107	9	7	8	18,42	23,03	23,95	4724.9	3744.1	4768.6
• Roupas	36.114	43.102	43.811	288.912	437.577	476.857	8	10	11	31,05	35,65	35,79	8970.7	15599.6	17066.7
• Tênis	20.160	23.808	23.221	40.320	58.438	52.407	2	2	2	58,15	67,09	63,73	2344.6	3920.6	3339.9
<b>Total</b>			<b>93.524</b>			<b>728.371</b>							<b>16.040</b>	<b>23.264</b>	<b>25.195</b>
														<b>45%</b>	<b>8%</b>

- Houve **um crescimento de 8%** no valor total gasto em produtos piratas. Em 2006 o valor foi de R\$ 23,3 bilhões, e representou um crescimento de 45% em relação a 2005 e passou em **2007 para R\$25,2 bilhões**.
- Houve um ligeira redução do valor unitário do tênis em 2007 em relação a 2006.



- No gráfico ao lado, verificamos o crescimento do consumo declarado de produtos piratas nas 4 regiões do Brasil. Podemos verificar que o sudeste ainda é o maior centro consumidor, aproximadamente 41%.
- Em 2005, o sul e o sudeste tinham juntos representavam perto de 55% do consumo nacional. A partir de 2006, há uma reversão geográfica, com uma migração de consumo para o Norte/Centro Oeste e Nordeste.

## Estimativa de impacto no comércio legal – SP/RJ/BH e Recife

- O quadro abaixo **simula** o impacto econômico da pirataria, levando-se em conta que os preços médios declarados estão sub-dimensionados entre 25% a 75% do valor de venda real dos produtos no mercado formal, devido à percepção do consumidor.
- A tabela abaixo é a **simulação** do impacto do mercado informal no mercado formal brasileiro somente para brinquedos, roupas e tênis. Em todas as tabelas apresentadas neste estudo levam em consideração nos preços declarados pelos consumidores. E também verificamos nas entrevistas com os consumidores qual é em média a diferença de preço entre o produto adquirido no mercado informal com o preço do mesmo item no mercado formal. **82% das pessoas que compraram** produtos piratas em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, sabiam que estavam pagando **menos da metade do preço do produto** em relação ao mercado formal.
- Na tabela abaixo, fazemos uma simulação de impacto na indústria considerando que os preços declarados são 25%, 50% e 75% dos preços formais dos produtos.

### Impacto da pirataria na indústria – R\$/ano (\*)

Variação %  
Preço

	São Paulo	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	SP+RJ+BH	Recife
25%	2,2 bi	2,3 bi	0,7 bi	5,2 bi	0,6 bi
50%	1,1 bi	1,1 bi	0,4 bi	2,6 bi	0,3 bi
75%	0,7 bi	0,8 bi	0,2 bi	1,7 bi	0,2 bi

(\*) perda de faturamento na indústria, mantendo as mesmas quantidades vendidas – desconsidera a existência da elasticidade de preços.

## Estimativa de impacto no comércio legal – Brasil

Com base na pesquisa nacional IBOPEBUS, para os setores de roupas, tênis e brinquedos constatamos que:

- O valor total comercializado no mercado formal nas três categorias somadas é de **R\$ 25,2 bilhões**.
- A tabela abaixo é a **simulação** do impacto do mercado informal no mercado formal brasileiro somente para brinquedos, roupas e tênis. Em todas as tabelas apresentadas neste estudo levam em consideração nos preços declarados pelos consumidores. E também verificamos nas entrevistas com os consumidores qual é em média a diferença de preço entre o produto adquirido no mercado informal com o preço do mesmo item no mercado formal. **82% das pessoas que compraram** produtos piratas em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, sabiam que estavam pagando **menos da metade do preço do produto** em relação ao mercado formal.
- Na tabela abaixo, fazemos uma simulação de impacto na indústria considerando que os preços declarados são 25%, 50% e 75% dos preços formais dos produtos.

Varição % Preço	Impacto na Ind. Brasil Roupas, Tênis e Brinquedos (R\$) (*) ano
25%	100,8 bi
50%	50,3 bi
75%	33,6 bi

(\*) perda de faturamento na indústria, mantendo as mesmas quantidades vendidas

## Estimativa de impacto nos Impostos

O quadro abaixo é um indicativo dos valores da perda de arrecadação de impostos com o crescimento e proliferação do mercado pirata. 40% é o valor médio dos impostos que incidem nos setores pesquisados.

<b>Variação % Preço (50%)</b>	<b>Impacto na Arrecadação de imposto 10 setores (R\$) (*)</b>	<b>Impacto na Arrecadação de Impostos Roupas, Tênis e Brinquedos (R\$) ano</b>
<b>São Paulo</b>	<b>432 mi</b>	
<b>Rio de Janeiro</b>	<b>456 mi</b>	
<b>Belo Horizonte</b>	<b>146 mi</b>	
<b>SP+RJ+BH</b>	<b>1.043 mi</b>	
<b>Recife</b>	<b>113 mi</b>	
<b>Brasil ( 3 categorias)</b>		<b>20,2 bi</b>

(\*) perda de impostos, mantendo as mesmas quantidades vendidas

*Relatório escrito por :  
Solange Mata Machado  
Country Representative  
US Chamber – IPR initiatives  
Brasil-US Business Council (american section)*