



PONTIFICIA **UNIVERSIDAD CATÓLICA** DEL PERÚ

Esta obra ha sido publicada bajo la licencia Creative Commons
Reconocimiento-No comercial-Compartir bajo la misma licencia 2.5 Perú.

Para ver una copia de dicha licencia, visite
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>





PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

**INTENSIDAD MORAL PERCIBIDA Y CONSUMO DE
SOFTWARE PIRATA EN ESTUDIANTES DE UNA
UNIVERSIDAD PARTICULAR DE LIMA**

**Tesis para obtener el título de Licenciado en Psicología
con mención en Psicología Social que es presentado por:**

JOAO MACIAS RENDON KAHN

MARCIA DE LA FLOR ARBULÚ

Lima, 2009

ÍNDICE

	INTRODUCCIÓN
CAPÍTULO 1	INTENSIDAD MORAL PERCIBIDA
	1.1 Definición
	1.2 Componentes de la Intensidad Moral Percibida
	1.3 Modelo de toma de decisiones morales contingente al tema
	1.4 Variables que influyen sobre la Intensidad Moral Percibida
	1.5 Medición de la Intensidad Moral Percibida
CAPÍTULO 2	SOFTWARE PIRATA
	2.1 Definición
	2.2 Tipos de software pirata
	2.3 Determinantes del consumo de software pirata
	2.4 Consecuencias del consumo de software pirata
	2.5 Estadísticas sobre software pirata a nivel nacional
	2.6 Consumo de software pirata en universitarios
	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
	Planteamiento del Problema
	Objetivos
	Definición de Variables
CAPÍTULO 3	METODOLOGÍA
	3.1 Nivel de Investigación
	3.2 Participantes
	3.3 Instrumentos
	3.4 Procedimiento
	3.5 Procesamiento Estadístico
CAPÍTULO 4	RESULTADOS
CAPÍTULO 5	DISCUSIÓN

ANEXOS

- I. Escala de Intensidad Moral Percibida sobre del Consumo de Software Pirata (EIMPCSP)
- II. Encuesta de Nivel de Consumo de Software Pirata (ENCSP)



Introducción

La piratería de software es un fenómeno de gran extensión en el Perú ya que siete de cada diez copias de software que circulan por el mercado son ilegales (International Intellectual Property Alliance, 2008; Business and Software Alliance, 2007).

A su vez este fenómeno genera pérdidas económicas para cada uno de los participantes de la cadena de producción: el estado, el mercado, los autores de software, los comerciantes formales y los trabajadores del sector (IIPA, 2008; BSA, 2007).

Para el año 2007, según BSA, las pérdidas económicas generadas por el consumo de software pirata en el Perú ascendieron a 75 millones de dólares; mientras que para la IIPA ascendieron a 41 millones.

Diversas investigaciones, aunque realizadas en el extranjero, han señalado a la universidad como uno de los principales, sino el principal escenario de consumo de software pirata (Rawlinson & Lupton, 2007; Liang & Yan, 2005; Kini, Ramakrishna, & Vijayaraman, 2004, 2003, 2001; Siegfried, 2004; Chiang & Assane, 2002; Kini, Rominger & Vijayaraman, 2000; Rahim & Rahman, 2000; Im & Koen, 1999; Seale, Polakowski, & Schneider, 1998; Im & Van Epps, 1992; Lysonski & Gaidis, 1991; Christensen & Eining, 1991; Oz, 1990; Solomon & O'Brien, 1990; Shim & Taylor, 1991; Cohen & Cornwell, 1989; Pallete 1986).

Parece ser que dentro de la universidad el consumo de software pirata es entendido como un comportamiento socialmente aceptado (Siegfried, 2004; Business Editors, Education Writers & Hi Tech Writers, 2003; Seale et al, 1998; Shim et al, 1991; Solomon et al, 1990; Cohen et al 1989). Dicho de otra manera, el consumo de software pirata generaría pocos cuestionamientos de tipo moral.

Se denomina Intensidad Moral Percibida al grado en que un sujeto distingue posibles cuestionamientos de tipo moral en una acción a realizar (Jones, 1991). Esta sensibilidad moral del sujeto, influiría en cada uno de los cuatro pasos que componen el proceso de toma de decisiones morales.

En efecto, las investigaciones acerca de la Intensidad Moral Percibida han encontrado que esta variable influye significativamente en los tres primeros pasos del proceso de toma de decisiones morales: reconocimiento moral, elaboración del juicio moral y desarrollo de la intención de acción (Hoffman, Meier – Pesti & Kirchler, 2007; McMahon & Harvey, 2007, Goles, White, Beebe, Dorantes & Hewitt, 2006; Leitsch, 2004; Watley & May, 2004; Carlson, Kacmar & Wadsworth, 2002; May & Pauli, 2002; Paolillo & Vitell, 2002; Barnett, 2001; Tsalikis, Seaton, & Shepherd, 2001; Chia & Mee, 2000; Dukerich, Waller, George & Huber, 2000; Frey, 2000; Flannery & May, 2000; Singer, 1999; Singhapakdi, Vitell & Franke, 1999; Davis, Johnson & Ohmer, 1998; Singer, 1998; Singer, Mitchell & Turner, 1998; Marshall & Dewe, 1997; Harrington, 1997; Singer & Singer, 1998; Singer, 1996; Singhapakdi, Vitell & Kraft, 1996; Weber, 1996; Morris & McDonald, 1995; Decker, 1994; Jones, 1991 y Weber, 1990).

Sin embargo, todavía ninguna investigación ha podido establecer relación entre la intensidad moral percibida y el último paso del modelo: la conducta moral (McMahon, 2002). Las investigaciones existentes han señalado a la intensidad moral percibida como uno de los determinantes de la intención de consumo de software pirata: Al – Rafee & Cronan (2006), Gupta, Gould & Pola (2004), Limayem, Khalifa, & Chin (2004), Tan (2002), Ang, Cheng, Lin, & Tambyah (2001), Kreie & Cronan (1999) y Dodge, Edwards & Fullerton (1996).

Debido a ello, la presente investigación tratará de explorar si existe relación entre la Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y el Consumo real de Software Pirata.

Para ello se utilizará dos instrumentos: uno medirá la intensidad moral percibida en el consumo de software pirata, mientras que el otro medirá el nivel real de consumo de software pirata; ambos aplicados a una muestra por conveniencia de estudiantes de una universidad privada de Lima.

La presente investigación puede servir para: en primer lugar, adquirir mayor conocimiento acerca del comportamiento del consumidor de software pirata; en segundo lugar, conocer sus percepciones de moralidad asociadas al consumo de software pirata; en tercer lugar, profundizar el trabajo empírico de la intensidad moral percibida, constructo relativamente nuevo y en cuarto lugar, fabricar un instrumento válido y confiable para la medición del mismo.

Se comienza con una revisión bibliográfica de la Intensidad Moral Percibida: definición, componentes, relación con la toma de decisiones y forma de medición.

Sigue luego una presentación sobre el Consumo de Software Pirata: definición, establecimiento de tipologías, exposición de investigaciones relacionadas al tema y estadísticas graficando la extensión del fenómeno en el Perú.

Como tercera parte sigue el planteamiento del problema, concretado a través de la enunciación de los objetivos y operacionalizado a través de la exposición de las variables.

Aparece después una revisión de la metodología a utilizar en la investigación, la cual incluye muestra, instrumentos y procedimiento.

Finalmente aparecen los resultados y la discusión de los resultados obtenidos.

CAPÍTULO I

INTENSIDAD MORAL PERCIBIDA

1.1 Definición

La Intensidad Moral Percibida es un constructo que indica el grado en que un sujeto distingue posibles cuestionamientos de tipo moral en una acción a realizar (Jones, 1991).

También puede entenderse como la “moralidad” o “carga moral” observada en la ejecución de la acción para ser utilizadas en el proceso de toma de decisiones.

1.2 Componentes de la Intensidad Moral Percibida

Cada conducta a realizar puede ser representada en términos de su Intensidad Moral Percibida, incluyendo seis componentes. Es decir, los cuestionamientos de tipo moral que pueden ser percibidos desde la acción son seis (Jones, 1991):

Magnitud de las Consecuencias. Se define como la suma de daños o beneficios que ocasionaría la ejecución de la acción.

Consenso Social. Implica el grado de aceptación o rechazo de la acción por parte de la sociedad.

Probabilidad del Efecto. Implica la posibilidad que la acción en realidad provoque los daños o beneficios predichos.

Inmediatez Temporal. Implica la extensión de tiempo entre la ejecución de la acción y la ocurrencia de las consecuencias predichas.

Proximidad. Se refiere a los sentimientos de cercanía que el ejecutor de la acción tiene acerca de las posibles víctimas o beneficiarios de la acción.

Concentración del Efecto. Implica el número de personas que serían afectadas o beneficiadas por la ejecución de la acción.

1.3 Modelo de Toma de Decisiones Morales Contingente a la Acción

A diferencia de los modelos de toma de decisiones tradicionales, los modelos de toma de decisiones morales agregan aspectos relacionados a la moral para comprender el proceso de reflexión anterior a la decisión de ejecución de una acción.

Existen muchos modelos de toma de decisiones morales (Dubinsky & Locken, 1989; Rest, 1986; Trevino, 1986; Hunt & Vitell, 1986; Ferrel & Gresham, 1985) siendo que la mayoría de ellos comparten una estructura común compuesta por cuatro elementos:

- a) Reconocimiento ó sensibilidad moral, b) desarrollo del juicio moral, c) establecimiento de la intención moral y d) comportamiento moral.

El primer paso, *reconocimiento moral*, es fundamental e implica que el sujeto sea capaz de reconocer un posible dilema moral en la acción a realizar. Si el sujeto no reconoce a la acción como un tema donde intervenga la moral, entonces esa conducta quedará fuera del ámbito de la toma de decisión moral. Sin embargo, ello no quiere decir que la posterior acción sea inmoral o no ética; sino que la decisión acerca de su ejecución no será producto de un razonamiento moral.

Una vez que el dilema moral es reconocido, el individuo desarrolla un *juicio moral* y establece una *intención moral*. Finalmente, el individuo se compromete en una *conducta moral*.

Ahora, el Modelo de Toma de Decisiones Contingente a la Acción (Jones, 1991) señala que estos cuatro subprocesos de la toma de decisión moral son dependientes de las percepciones acerca de las características de la acción a realizar.

Es aquí donde viene a tallar la Intensidad Moral Percibida pues las acciones con alta Intensidad Moral Percibida serán “reconocidas moralmente” más fácilmente, dando inicio a todo el proceso de toma de decisiones morales.

Jones (1991) propone que la Intensidad Moral Percibida de una acción influye significativamente el proceso de la toma de decisión moral en cada fase y establece cuatro proposiciones específicas con respecto a la Intensidad Moral Percibida y las etapas del proceso:

- a) Las acciones con alta Intensidad Moral Percibida serán reconocidos como acciones relacionadas a la ética u asociadas a imperativos de tipo moral con más frecuencia que las acciones con baja Intensidad Moral Percibida.
- b) Las acciones de alta Intensidad Moral Percibida provocarán un razonamiento moral más sofisticado que las acciones con bajos niveles de Intensidad Moral Percibida.
- c) La intención moral será establecida con mayor frecuencia en aquellas acciones de alta I. M.P. en comparación con aquellas con baja I.M.P.
- d) La conducta ética será observada con mayor frecuencia en aquellas acciones en donde exista una alta Intensidad Moral Percibida en comparación con las acciones de baja Intensidad Moral Percibida.

Diversas investigaciones han brindado soporte empírico a las proposiciones originales de Jones acerca de la relación entre la Intensidad Moral Percibida y el reconocimiento, juicio e intento moral, especialmente para las dimensiones de magnitud de las consecuencias y consenso social (Hoffman et al, 2007; McMahon et al, 2007, Goles et al, 2006; Leitsch, 2004; Watley et al, 2004; Carlson et al, 2002; May et al, 2002; Paolillo et al, 2002; Barnett, 2001; Tsalikis et al, 2001; Chia et al, 2000; Dukerich

et al, 2000; Frey, 2000; Flannery et al, 2000; Singer, 1999; Singhapakdi et al, 1999; Davis et al, 1998; Singer, 1998; Singer et al, 1998; Marshall et al, 1997; Harrington, 1997; Singer et al, 1998; Singer, 1996; Singhapakdi et al, 1996; Weber, 1996; Morris et al, 1995; Decker, 1994; Jones, 1991 y Weber, 1990).

Sin embargo, hasta la fecha no existen estudios empíricos publicados que hayan abordado la relación entre la Intensidad Moral Percibida y el último paso del proceso de toma de decisiones morales: el comportamiento (MacMahon, 2002).

1.4 Variables que Influyen sobre la Intensidad Moral Percibida

Varios de los estudios realizados sobre la Intensidad Moral Percibida han tenido como objetivo no solo probar su influencia en el proceso de toma de decisiones, sino también indagar que aspectos podrían hacer que estas percepciones de “moralidad” varíen, ya sea aumentándolas o bloqueándolas.

A continuación sigue una síntesis de las principales variables encontradas que cumplen esta función:

1.4.1 Género

En un estudio realizado con estudiantes universitarios americanos, las mujeres fueron más sensibles a percibir intensidad moral que los hombres con respecto a situaciones de compra dudosa / ilegal (Silver & Valentine, 2000).

Estos resultados han sido reforzados por estudios como los de Kini et al (2000) donde otra vez los hombres percibieron menos intensidad moral que las mujeres, esta vez en un escenario de consumo de software pirata.

Sin embargo, estos resultados no se han vuelto a replicar por los mismos autores (Kini et al, 2004, 2003) en sus posteriores estudios relacionados también al tema de

consumo de software pirata entre estudiantes universitarios americanos – tailandeses o solo tailandeses respectivamente.

Esta variabilidad en los resultados sobre el impacto o no del género podrían deberse a su vez a la influencia de la variable “Auditoria de la acción” cuando Alleyne, Devonish, Nurse & Cadogan McClean (2006) en un estudio realizado entre estudiantes universitarios de Barbados encontraron que las percepciones de intensidad moral variaban de acuerdo al sexo solo cuando se midió a través de escenarios de “baja auditoria”; entendida como baja observación directa – control externo de la acción a realizar.

Por último Singhapakdi et al, (1999) en su estudio realizado entre miembros de la Sociedad Americana de Marketing (AMA) encontraron que el género influye significativamente en las percepciones de proximidad con los posibles afectados de una acción a realizar, siendo que las mujeres tienden a puntuar más alto en esta dimensión.

1.4.2 Edad

Al igual que en el caso anterior Silver et al (2000) encontró que los más jóvenes fueron menos sensibles a percibir intensidad moral con respecto a situaciones de compra dudosa / ilegal (Silver & Valentine, 2000).

Asimismo Kini et al (2003, 2000) en sus estudios con estudiantes universitarios tailandeses o americanos encontraron lo mismo con respecto al consumo de software pirata: que los más jóvenes exhiben menos niveles de Intensidad Moral Percibida.

1.4.3 Clasificación del Estudiante

Silver et al (2000) encontraron que los estudiantes universitarios “seniors” o aquellos de carreras de negocios fueron más sensibles a percibir intensidad moral con respecto a situaciones de compra dudosa / ilegal (Silver & Valentine, 2000).

Por otro lado, Kini et al (2000) encontraron que los estudiantes tiempo parcial exhibían niveles de intensidad moral percibida con respecto al consumo de software pirata significativamente superiores a aquellos full time.

1.4.4. Intensidad Moral Percibida de la Comunidad Inmediata

Kini et al (2004, 2003) encontraron que la intensidad moral percibida de los universitarios con respecto al consumo de software pirata estaba íntimamente relacionada con la intensidad moral percibida de sus compañeros universitarios o los trabajadores de la universidad (profesores, jefes de practica, etc.)

1.4.4 Necesidad de Cognición (Need for Cognition)

Esta variable, formulada por Petty & Cacciopo (1986), es conocida como una tendencia o motivación intrínseca a comprometerse y disfrutar de actividades demandantes en el uso de recursos cognitivos.

En 1998, Singer et al, encontraron que las dimensiones de la intensidad moral percibida: magnitud de las consecuencias y consenso social impactaban en el reconocimiento moral de manera significativa, solo en aquellos casos donde los sujetos poseían una alta necesidad de cognición.

Vale decir, una acción posiblemente trasgresora sería analizada en términos de su intensidad moral principalmente cuando el individuo tiene un perfil más analítico por decirlo de una manera simplista.

1.4.5 Filosofías Morales Personales (Personal Moral Philosophies)

Schelenker & Forsyth (1977) luego de examinar varias aproximaciones a las filosofías morales encontraron dos dimensiones subyacentes: la adhesión a códigos morales universales y el énfasis en visiones idealistas o pragmáticas.

De esta manera establecieron dos filosofías morales macro, por así decir las, a las cuales llamaron: *el relativismo*, que indica el grado en que un individuo rechaza normas

universales al desarrollar juicios morales; y *el idealismo*, entendido como la preocupación de un individuo por los otros.

De esta manera Singhapakdi et al, (1999) en su estudio realizado entre miembros de la Sociedad Americana de Marketing (AMA) encontraron que el idealismo incrementa la intensidad moral percibida; mientras que el relativismo la disminuye.

1.4.5 Tipología de Información Disponible

Watley et al (2004), en una investigación realizada entre miembros de la Sociedad Americana de Marketing (AMA) estudió el efecto de la disponibilidad de información personal o consecuencial sobre la intensidad moral percibida y la intención de acción moral.

Los resultados indicaron que la información personal sobre los posibles afectados por la acción impacta, a través de las percepciones de proximidad con los posibles afectados, en la intención de acción moral.

En contraste, el impacto de la información acerca de las consecuencias de la acción depende de la presencia previa de información personal sobre los posibles afectados por la acción a realizar.

1.5 Medición de la Intensidad Moral Percibida

Singhapakdi, A., Vitell, S.J. & Kraft, K.L. (1996) desarrollaron la primera Escala de Intensidad Moral Percibida (EIM) que constaba de 6 reactivos, uno para cada dimensión del constructo.

Luego de revisar un escenario específico que ayudaba a contextualizar, el individuo expresaba su acuerdo con los enunciados (referidos al escenario de manera formal) en una escala likert de 5 posiciones.

Basados en los resultados de un análisis factorial, los autores sugirieron sintetizar el constructo en dos componentes. El primero incluía a consenso social y proximidad; mientras que el segundo componente incluía a las otras cuatro dimensiones.

Frey (2000) desarrolló una escala de 12 reactivos. Se manipuló las dimensiones de la intensidad moral en 63 escenarios llevando la data a un análisis factorial. Los resultados llevaron a Frey a concluir que una solución de un solo factor era más parsimoniosa.

Valentine y Silver (2001) usaron el EIM en 10 escenarios. Se sumó los puntajes de los 10 escenarios y se dividió el resultado entre 10 para crear un puntaje global de escenario. Estos puntajes fueron sujetos a un análisis factorial que llevó a una solución de un solo factor, explicando el 68% de la varianza.

Barnett (2001) desarrolló un instrumento para medir la percepción de cuatro dimensiones de la I.M.P. (magnitud de las consecuencias, consenso social, inmediatez temporal y proximidad) a través de un diferencial semántico. Consistía en 12 reactivos de 9 posiciones. Los coeficientes alpha oscilaron de .93 a .97.

McMahon (2002) desarrolló la Escala de la Intensidad Moral Percibida (EIMP) compuesta por 11 reactivos de 5 posiciones. Un análisis factorial sugirió una estructura de tres factores, el primero compuesto por magnitud de las consecuencias, probabilidad del efecto, concentración del efecto e inmediatez temporal, el segundo compuesto por proximidad; mientras que el tercero compuesto por el consenso social. Esta solución logró explicar el 86% de la varianza. El alfa obtenido por la escala fue de .74.

Tan (2002) desarrolló una escala para medir cuatro dimensiones de Intensidad Moral Percibida. Estuvo compuesta por 8 reactivos de 5 posiciones. Realizó un test de confiabilidad obteniendo coeficientes Alfa de Cronbach altos (magnitud de las

consecuencias =.77; probabilidad del efecto =.58; inmediatez temporal = .71 y consenso social = .88) indicando buen poder discriminante.

En resumen, existen diversos instrumentos para la medición de la Intensidad Moral Percibida caracterizándose todos por su baja cantidad de reactivos.

Cabe destacar que todos dependen de la utilización previa de escenarios específicos explicando el contexto (donde el investigador puede o no manipular las dimensiones de la intensidad moral) que terminan con la acción que el personaje del escenario realizará.

Luego los reactivos son enunciados de manera formal en referencia al escenario anterior (se refieren al escenario como “la situación” o “la acción”).

Para solucionar esta dependencia de escenarios, el autor de esta investigación desarrolló una escala para medir la intensidad moral percibida sin hacer uso de los mismos: *La Escala de Intensidad Moral Percibida acerca del consumo de software pirata (EIMPCSP) (Metodología – Instrumentos / Anexo I)*

Para poder prescindir de los escenarios cada reactivo consiste en un enunciado relacionado al consumo de software pirata donde el encuestado debe colocar su nivel de acuerdo con el mismo en un formato tipo likert de 6 posiciones.

Algunos reactivos están enunciados de manera inversa para evitar el efecto de adquisiciencia. Sin embargo, estos reactivos son procesados de manera contraria con el fin de obtener la siguiente lógica: mayor puntaje indica mayor intensidad moral percibida para cada dimensión.

Finalmente se suman los puntajes finales correspondientes a cada dimensión obteniendo un puntaje total, el cual permite ubicar al sujeto en alguno de los niveles de Intensidad Moral Percibida en el consumo de software pirata.



CAPÍTULO II

SOFTWARE PIRATA

2.1 *Definición*

Se denomina software al conjunto de instrucciones que son capaces de hacer que una computadora ejecute determinada tarea u obtenga determinado resultado (BSA, 2007; Indecopi, 1997).

El software es resultado de un proceso creativo, y por tanto está protegido por la legislación sobre el derecho de autor que lo designa como el poseedor exclusivo de los derechos de reproducción, modificación, distribución, instalación o venta del software (Indecopi, 1997; Barton y Malhotra, 1993).

Por lo tanto, desde de esta perspectiva se considera software pirata a todo aquel programa de computadora adquirido, utilizado, reproducido, distribuido ó comercializado sin la autorización de sus autores y productores (BSA, 2007; Indecopi, 1997).

2.2 *Tipos de Software Pirata*

Según BSA (2007) existen cinco tipos de software pirata:

Software Falsificado. Consiste en todo aquel software reproducido (copiado) de manera no autorizada para ser vendido, alquilado o comercializado de cualquier otra manera.

Software Pirata de Consumidor Final (Softlifted Software). Consiste en todo aquel software reproducido por el consumidor final para su uso personal sin obtener algún tipo de ganancia comercial.

Software Pirata de Internet. Se refiere a todo aquel software descargado de Internet sin regirse por las mismas normas de compra que se aplican a los métodos de adquisición tradicionales.

Software Obtenido a Partir de un Uso Excesivo del Servidor. Se refiere a todo aquel software utilizado de manera excesiva a partir la copia central de un programa. Este tipo de software pirata es posible encontrarlo en empresas cuando hay más usuarios de los que se permiten por licencia.

Software Cargado al Disco Duro. Se refiere a todo aquel software obtenido cuando una empresa que vende computadoras nuevas carga copias ilegales de software en los discos duros para que la compra de las máquinas resulte más atractiva al cliente.

2.3 *Determinantes del Consumo de Software Pirata.*

Diversas perspectivas han tratado de revelar porqué la gente compra, copia y usa software pirata. A continuación sigue una condensación de las mismas clasificando los factores explicatorios en cinco grupos:

a) Factores económicos; b) factores psicográficos, c) factores situacionales, d) factores relacionados al software y su consumo y e) factores demográficos.

2.3.1 *Factores económicos*

Evaluación del Precio

La evaluación del precio aparece como un factor muy influyente en la intención de compra de software pirata y dependiendo de su operacionalización su relación con la intención de consumo tendrá una u otra dirección (percepción de barato o caro). En todo caso, lo consistente a través de los estudios realizados con diversas metodologías y muestras es su mención como factor predictivo en el consumo ó la intención de

consumo de software pirata. (Hsu & Shiue, 2008; Bhal & Leekha, 2007; Bagchi, Kirs & Cervený, 2006; Kin – Wai Lau, 2006; Liang & Yan, 2005; Wang, Zhang, Zang & Ouyang, 2005; Tang & Farn, 2005; Gupta, Gould & Pola, 2004; Gopal, Sanders, Bhattacharjee, Agrawal & Wagner, 2004; Bigler, 2003; Kin – Wai Lau, 2003; Peace, Galleta & Thong, 2003; Prendergast, Chuen & Phau, 2002; Tan, 2002; Ang, Cheng, Lin & Tambyah, 2001; Gopal & Sanders, 2000, 1998; Husted, 2000; Moores & Dhillon, 2000; Albers – Miller, 1999; Mosquera, 1999; Gail, 1998; Cheng, Sims & Teegen, 1997; Cordell, Kieschnick & Wongtada, 1996; Glass & Wood, 1996; Peace, 1995; McDonald & Roberts, 1994; Simpson, Banerjee & Simpson, 1994; Bloch, Bush & Campbell, 1993 y Conner & Rumelt, 1991)

Asimismo en estudios puntuales como el de Bhal et al, (2007) el precio aparece claramente como un criterio subyacente a las lógicas morales usadas para aprobar o desaprobar el consumo de software pirata. Ello quiere decir que el precio no es solo un factor influyente, sino que se vuelve en un elemento que sirve para dar explicación o soporte a todo el desarrollo de la conducta, evitando así posibles inconsistencias que den origen a la disonancia.

Ingreso (Income)

Las investigaciones han sido claras en señalar la existencia de una relación inversa entre el ingreso y el consumo de software pirata. (Yang & Sonmez, 2007; Bagchi et al, 2006; Ang et al, 2001; Husted, 2000 y Gopal et al, 1998). Asimismo este ingreso puede estar operacionalizado en términos micro (ingreso personal / del hogar) o macro (PBI), siendo que una persona con bajo ingreso personal / familiar se mostrará con mayor probabilidad a consumir software pirata y las tasas de piratería son coincidentemente más altas en aquellos países con bajo PBI.

Percepción de Pérdida del Autor Legal

Las percepciones acerca de las pérdidas económicas para el autor que ocasionaría el consumo de software pirata actuarían como disuasivo de la acción (Al – Rafee & Cronan, 2008, 2006; Goles, Jayatilaka, George, Parsons, Chambers, Taylor & Brune, 2008; Bhal et al, 2007; Limayem, Khalifa & Chin, 2004; Gopal & Sanders, 1997 y Dodge et al, 1996).

2.3.2 Factores psicográficos

Actitudes hacia la piratería

De manera empírica diversas investigaciones han demostrado la influencia de las actitudes hacia el software pirata en su intención de consumo (Al – Rafee et al, 2008, 2006; Goles et al, 2008; Liang & Yang, 2005; Wang et al, 2005; Higgins, 2005; Gupta et al, 2004; Siegfried, 2004; Simmons, 2004; Peace et al, 2003; Ang et al, 2001; Seale et al, 1998; Al – Jabri & Abdul Gader, 1997; Wee, Tan & Cheok, 1995, Peace, 1995; Leurkittikul, 1994 y Christensen et al, 1991).

Asimismo, Liang et al, (2005) en su estudio de meta – análisis acerca del consumo de software pirata entre estudiantes universitarios señalaron que las actitudes hacia el software pirata están altamente relacionadas con las actitudes de los pares hacia el mismo.

Normas Subjetivas

Las investigaciones han sido claras en señalar el aporte de las normas subjetivas a la explicación del consumo de software pirata (Al – Rafee et al, 2006; Bagchi et al, 2006; Peace et al, 2003; Wagner & Sanders, 2001; Al – Jabri et al, 1997; Gopal et al, 1997; Peace, 1995; Simpson et al, 1994; Leurkittikul, 1994 y Swinyard, Rinne & Kengkau, 1990)

Por ejemplo, si un individuo posee normas laxas con respecto al respeto de la propiedad privada, entonces se mostrará más dispuesto a usar software pirata.

Influencia Social

El componente normativo de la influencia social ha obtenido el respaldo de las investigaciones en cuanto a la predicción del consumo de software pirata (Hsu et al, 2008; Kin Wai Lau, 2003; Wang et al, 2005; Tang et al 2005; Gupta et al, 2004; Ang et al, 2001; Albers – Miller, 1999, Givon, Mahajan & Muller, 1995 y Christensen et al, 1991).

Capacidad de Autorregulación - Autocontrol

La capacidad de autorregulación ha sido operacionalizada de distintas maneras a través de las investigaciones. Sin embargo, lo que queda claro es que a mayor capacidad auto – regulatoria menor será la probabilidad de usar software pirata (Higgins, 2005, 2004; Kuo & Hsu, 2001 y Harrington, 1996).

Experiencia con PCs – Autoeficacia Computacional

La evidencia señala que a mayor experiencia tenga el individuo con el consumo de la computadora, mayor será su probabilidad de involucramiento con el software pirata (Liang et al, 2005; Gupta et al, 2004; Hinduja, 2003; Tan, 2002; Rahim, Rahman & Seyal, 2000; Peace, 1997 y Sims, Cheng & Teegen, 1996).

La Búsqueda de Novedad / Estimulación

Estudios como los de Al - Rafee et al, (2006), Wang et al (2005); Cheng et al (1997) y Wee et al (1995) señalan la existencia de una relación positiva entre la búsqueda de novedad y la intención de usar software pirata; principalmente software pirata de entretenimiento, como juegos de computadora.

Equidad Moral

Operacionalizada en las investigaciones como grado de aprobación con el que contaba el consumo de software pirata, demostró que mayores niveles de tolerancia al software pirata implican mayor intención de usarlo (Gopal et al, 2004; Gupta, 2004;

Tan, 2002; Ang et al, 2001; Wagner et al, 2001; Kreie & Cronan, 1999; Tong & Yap, 1998; Gopal et al, 1997; Cordel et al, 1996; Peace, 1995 y Swinyard et al, 1990).

La Intensidad Moral Percibida

La Intensidad Moral Percibida es un constructo que indica el grado en que un sujeto distingue posibles cuestionamientos de tipo moral en una acción a realizar (Jones, 1991).

Investigaciones como las de Al – Rafee et al (2006), Gupta et al (2004), Limayem et al (2004), Tan (2002), Ang et al (2001), Kreie et al (1999) y Dodge et al (1996) señalan la existencia de una relación inversa entre la intensidad moral percibida y la intención de consumo de software pirata.

Este constructo inició su vínculo con el consumo de software pirata cuando en 1994, Logsdon, Thompson and Reid lo postularon como una de las posibles explicaciones al hecho que ellos no encontraran relación entre el desarrollo moral y el consumo de software pirata. Es decir, ya que el nivel de “cuestionamiento moral” generado por esta conducta sería bajo, ello la dejaría fuera del ámbito de toma de decisiones morales.

Posteriores autores como Kini, Ramakrishna & Vijayaraman (2004, 2003 y 2001) han seguido profundizando el estudio de la intensidad moral percibida sobre el consumo de software pirata, vinculándola con variables como género, edad, y las percepciones de la comunidad inmediata universitaria (pares, profesores, otros trabajadores, etc).

2.3.3 Factores Situacionales

La Disponibilidad del Software Legal y Pirata

Simpson et al (1994) encontraron que factores situacionales tales como no saber donde adquirir el software legal o la percepción que toma demasiado tiempo adquirirlo por esa vía serían motivadores para el consumo de software en su modalidad pirata.

La Oportunidad de Usar Software Pirata

Peace (1997) encontró que el nivel de consumo de software pirata aumentaba de manera significativa cuando se tomaba en cuenta solo aquellos sujetos que habían tenido la oportunidad de usarlo.

2.3.4 Factores Relacionados al Software y su Consumo

La Percepción de Calidad

Las investigaciones demuestran la existencia de una relación positiva entre la percepción de calidad asociada al software pirata y su intención de consumo (Wang et al, 2005; Prendergast et al, 2002; Ang et al, 2001; Cordell et al, 1996 y Wee et al, 1995).

Asimismo, otro hecho a tomar en cuenta es que, el software como todo bien digital no pierde valor al momento de reproducirse; manteniendo intactas todas sus características técnicas; así como su performance.

El Riesgo Percibido

Hsu et al, (2007), Wang et al (2005), Peace et al (2003), Tan (2002), Moores et al (2000), Albers – Miller (1999), Gopal et al, (1997), Peace (1997, 1995) y Christensen et al (1991) han señalado la existencia de una relación inversa entre el riesgo percibido y la intención de usar software pirata. Asimismo, en los diversos estudios el riesgo ha sido operacionalizado de tres maneras: social, de persecución y de performance.

El Control Conductual Percibido

Las investigaciones señalan una relación inversa con la intención de consumo de software pirata (Peace et al, 2003; Chang, 1998; Christensen, 1997; Leurkittikul, 1994; Peace, 1995). Asimismo, esta variable es complementaria con la percepción de riesgo de persecución. Por ello, exhibe la misma dirección de la relación con el consumo de software pirata.

El Consumo de Software Pirata como Forma de Relación con el Software

Algunos autores señalan que el consumo de software pirata sería la expresión de un particular modo de relación con el software con el fin de obtenerlo, probarlo y difundirlo (Wang et al, 2005; Gupta et al, 2004; Ang et al, 2001; Givon et al 1995; Bloom, 1989)

2.3.5 Factores Demográficos

Cultura

Bagchi (2006), Wang et al, (2005), Lee Chadwick (2004), Husted (2000) y Swinyard et al (1990), han puesto de relieve la influencia de dimensiones específicas de la cultura tales como el colectivismo ó el individualismo en el consumo de software pirata.

De la misma manera Yang et al, (2007) realizaron un estudio usando indicadores económicos culturales tales como el PBI, Individualismo, Gasto en Educación y Cristiandad para predecir la Tasa de Piratería pudiendo explicar un 76% de su variabilidad.

Finalmente el estudio transcultural realizado por Rawlinson & Lupton (2007) puso de relieve la importancia de la cultura como factor explicativo de las tasas de piratería. Para contrastó el consumo y las actitudes hacia el consumo de software pirata

entre estudiantes chinos y estadounidenses, encontrando mayor incidencia y validación entre los primeros.

Género

En términos generales los hombres exhiben mayor consumo de software pirata que las mujeres (Hinduja, 2003; Tan, 2002; Ang et al, 2001; Moores et al, 2000; Peace, 1997; Sims et al, 1996; Simpson et al, 1994; Ruegger & King, 1992).



Edad

Las investigaciones señalan que existe una relación inversa entre la edad y el nivel de consumo de software pirata (Al – Rafee et al, 2006; Gopal et al, 2004; Gupta et al, 2004; Hinduja, 2003; Tan, 2002; Teston, 2002; Moores et al, 2000; Peace, 1997; Sims et al, 1996; Ruegger et al, 1992).

2.4 Consecuencias del Consumo de Software Pirata

BSA (2007) e INDECOPI (1997) han identificado una serie de efectos derivados del consumo de software pirata para el estado, autores, medios de producción, comerciantes formales, la creatividad nacional y el consumidor.

Con el consumo de piratería se limita la capacidad de recaudación de impuestos; se aumenta los costos de aplicar las leyes; se debilita las industrias locales de software; se perjudica a los autores, quienes no pueden percibir remuneración por los ejemplares pirata de sus productos en circulación, a los comerciantes formales, quienes no pueden competir contra productos pirata muchos más baratos, y a los trabajadores del sector, quienes quedan desempleados por la falta de un mercado legítimo (BSA, 2007).

2.5 Estadísticas Sobre Software Pirata a Nivel Nacional

Según los resultados del quinto estudio mundial de piratería de software (BSA - IDC, 2007) la tasa de piratería de software para el Perú en el 2007 fue del 71%. Esto quiere decir que de cada diez copias de software en uso, siete han sido obtenidas ilegalmente.

Por otro lado el estudio realizó el siguiente ejercicio: convertir las consecuencias debido al consumo de software pirata en pérdidas económicas. Para el año del 2007, éstas ascendieron a \$ 75 millones de dólares. Cada copia de software pirata en

circulación cuesta ingresos fiscales y privados, empleos y oportunidades de crecimiento perdidas para el mercado de software (BSA, 2007).

Por último, con respecto a la tasa de piratería de software, similares resultados obtuvo la Alianza Internacional para la Propiedad Intelectual (IIPA) para el Perú en el año 2007 (71%). Sin embargo, las perdidas debido al software reportadas por IIPA ascendieron a \$ 41 millones. Esta discrepancia puede deberse a que las perdidas estimadas por esta entidad no incluyen al software de entretenimiento, solo al de oficina.

2.6 *Consumo de Software Pirata en Universitarios*

Diversas investigaciones han señalado la extensión de la piratería de software en el ambiente universitario (Rawlinson et al, 2007; Liang et al, 2005; Kini, et al, 2004, 2003, 2001; Siegfried, 2004; Chiang et al, 2002; Kini et al, 2000; Rahim et al, 2000; Im et al, 1999; Seale et al, 1998; Im et al, 1992; Lysonski et al, 1991; Christensen et al, 1991; Oz, 1990; Solomon et al, 1990; Shim et al, 1991; Cohen et al, 1989; Pallete 1986).

Chiang et al, (2002) establecieron una serie de motivos (cinco) por los cuales el consumo de software pirata sería tan alto entre los universitarios:

En primer lugar, los universitarios requieren tener y usar software específicos para muchos de sus cursos. Además algunos pueden ser utilizados para actividades personales.

En segundo lugar, los universitarios, en términos generales, poseerían habilidades tecnológicas por encima del promedio al ser comparados con la población en general facilitarían los métodos de reproducción.

En tercer lugar, los universitarios tienen menos ingreso disponible comparados con la población adulta en general ya que no trabajan, y si lo hacen es principalmente part time.

En cuarto lugar, el alto costo de la educación universitaria merma el presupuesto disponible del estudiante haciéndolo más propenso a buscar soluciones económicas a sus necesidades de software.

Finalmente, el mismo ambiente universitario pone al estudiante en contacto con pares de similares situaciones y actitudes con lo que se establece un ambiente de validación social para la conducta.

Asimismo, los universitarios mostrarían actitudes favorables hacia el consumo de software pirata, permitiendo a sus compañeros realizar copias de software (Siegfried, 2004; Business Editors, Education Writers & High – Tech Writers, 2003; Solomon et al, 1990).

Dentro del campus el consumo de software pirata sería percibido como un comportamiento ético, socialmente aceptable y normativo (Siegfried, 2004; Business Editors et al, 2003; Seale et al, 1998; Shim et al, 1991; Solomon et al, 1990; Cohen et al 1989).

Los altos niveles de tolerancia hacia el consumo de software pirata podrían deberse a la baja intensidad moral acerca del consumo de software pirata. (Logsdon et al, 1994).

Ello significaría que para los estudiantes universitarios el usar software pirata no representaría la trasgresión de alguna norma, no percibiendo dilema moral al realizar esta acción

En un nivel descriptivo, estudios como los de Kini, et al (2004, 2003, 2001) han puesto de manifiesto los bajos niveles de intensidad moral percibida en el ambiente universitario con respecto al consumo de software pirata.

Asimismo, los autores han demostrado la alta asociación de estas percepciones de moralidad con las de su comunidad inmediata (pares, profesores y profesores).

Esto refuerza lo enunciado por Liang et al, en (2005) donde señalaron que las actitudes hacia el software pirata están altamente relacionadas con las actitudes de los pares hacia el mismo.

En un nivel asociativo, diversas investigaciones han puesto de manifiesto la existencia de una relación inversa entre la intensidad moral acerca del consumo de software pirata y su *intención de consumo* (Al – Rafee et al, 2006; Gupta et al, 2004; Limayem et al, 2004; Tan, 2002; Ang et al, 2001; Kreie et al, 1999; Dodge et al, 1996).

En la mayoría de los casos estas investigaciones han utilizado muestras de alumnos universitarios, consumidores ellos de software pirata.

Sin embargo, todavía existe una falta de estudios que muestren el tipo de relación existente entre la intensidad moral percibida sobre el consumo de software pirata y su consumo real (no su intención de hacerlo) en estudiantes universitarios.

Planteamiento del Problema

Según IIPA (2008) y BSA (2007), la tasa de piratería de software en el Perú es del 71%; es decir siete de cada diez copias de software que circulan por el mercado son ilegales.

La piratería de software trae consigo consecuencias económicas como la generación de pérdidas: para el estado, por incapacidad de recaudación de impuestos y costos de aplicación de las leyes; para el mercado, debido al debilitamiento de las industrias locales de software; para los autores, al no percibir remuneración por los ejemplares pirata de sus productos en circulación; para los comerciantes formales, quienes no pueden competir contra productos pirata muchos más baratos; y para los trabajadores del sector, quienes quedan desempleados por la falta de un mercado legítimo (IIPA, 2008; BSA, 2007 e INDECOPI, 1997).

En el Perú, la suma de éstas pérdidas por piratería de software oscilan entre los 41 millones (IIPA, 2008) y los 75 millones de dólares (BSA, 2007).

El tema de la piratería ha sido abordado principalmente desde una perspectiva político – legal - administrativa buscando regular y organizar la oferta de este tipo de productos. Sin embargo, poco se ha dicho del tema desde el lado de la demanda. Hacerlo supone ingresar al campo del comportamiento del consumidor, tomando en cuenta los procesos subyacentes a la elección del producto; en este caso un producto cuya obtención y uso se considera legalmente inadecuado.

Diversas investigaciones han señalado la predominancia del consumo de piratería de software en el ambiente universitario (Rawlinson et al, 2007; Liang et al, 2005; Kini, et al, 2004, 2003, 2001; Siegfried, 2004; Chiang et al, 2002; Kini et al, 2000; Rahim et al, 2000; Im et al, 1999; Seale et al, 1998; Im et al, 1992; Lysonski et al,

1991; Christensen et al, 1991; Oz, 1990; Solomon et al, 1990; Shim et al, 1991; Cohen et al, 1989; Pallete 1986).

Parece ser que dentro de la universidad el consumo de software pirata es entendido como un comportamiento socialmente aceptado (Siegfried, 2004; Business Editors et al, 2003; Seale et al, 1998; Shim et al, 1991; Solomon et al, 1990; Cohen et al 1989). Dicho de otra manera, el consumo de software pirata generaría pocos cuestionamientos de tipo moral.

Se denomina Intensidad Moral Percibida al grado en que un sujeto distingue posibles cuestionamientos de tipo moral en una acción a realizar (Jones, 1991).

A través de las investigaciones esta variable ha demostrado ser capaz de influir en las tres primeras etapas del Modelo de Toma de Decisiones Morales: reconocimiento moral, juicio moral y establecimiento de la intención moral (Hoffman et al, 2007; McMahon et al, 2007, Goles et al, 2006; Leitsch, 2004; Watley et al, 2004; Carlson et al, 2002; May et al, 2002; Paolillo et al, 2002; Barnett, 2001; Tsalikis et al, 2001; Chia et al, 2000; Dukerich et al, 2000; Frey, 2000; Flannery et al, 2000; Singer, 1999; Singhapakdi et al, 1999; Davis et al, 1998; Singer, 1998; Singer et al, 1998; Marshall et al, 1997; Harrington, 1997; Singer et al, 1998; Singer, 1996; Singhapakdi et al, 1996; Weber, 1996; Morris et al, 1995; Decker, 1994; Jones, 1991 y Weber, 1990). Sin embargo, existe escasa evidencia relacionando la intensidad moral con el paso final de la toma de decisiones: la conducta.

De manera específica, existe escasa evidencia relacionando la intensidad moral percibida sobre el consumo de software pirata y el consumo real de software pirata.

Por otro lado también existe escasa evidencia que relacione la intensidad moral percibida con el nivel de consumo de software pirata en la universidad (Rawlinson et al, 2007; Liang et al, 2005; Kini, et al, 2004, 2003, 2001; Siegfried, 2004; Chiang et al,

2002; Kini et al, 2000; Rahim et al, 2000; Im et al, 1999; Seale et al, 1998; Im et al, 1992; Lysonski et al, 1991; Christensen et al, 1991; Oz, 1990; Solomon et al, 1990; Shim et al, 1991; Cohen et al, 1989; Pallete 1986), así como su escasa conexión con cuestionamientos de tipo moral (Siegfried, 2004; Business Editors et al, 2003; Seale et al, 1998; Shim et al, 1991; Solomon et al, 1990; Cohen et al 1989).

Por lo tanto, la presente investigación buscó dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Existe relación entre la Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y el Nivel Real de Consumo de Software Pirata en una muestra de estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana?



Objetivos

Objetivo General

Indagar si existe relación entre la Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y el Nivel de Consumo de Software Pirata en una muestra de estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana.

Objetivos Específicos

1. Identificar el nivel de consumo de software pirata en una muestra de estudiantes de una universidad privada de Lima.
2. Conocer los niveles de Intensidad Moral percibidos con respecto al consumo de software pirata en una muestra de estudiantes de una universidad privada de Lima
3. Conocer si existe relación entre la magnitud de las consecuencias percibidas al consumir software pirata y el nivel de consumo de software pirata.
4. Conocer si existe relación entre el consenso social percibido en consumir software pirata y el nivel de consumo de software pirata.
5. Conocer si existe relación entre la probabilidad del efecto percibida al consumir software pirata y el nivel de consumo de software pirata.
6. Conocer si existe relación entre la concentración del efecto percibida al consumir software pirata y el nivel de consumo de software pirata.

Definiciones

Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional
Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata	La Intensidad Moral implica el grado en que un tema esta relacionado a imperativos de tipo moral (Jones, 1991). A su vez esta compuesta por las siguientes dimensiones.	Puntaje obtenido en la Escala de Intensidad Moral Acerca del Consumo de Software Pirata. (IMCSP). Formato likert con 6 posiciones. El puntaje obtenido indica el grado de IM asociado a la acción.
	<i>Magnitud de las Consecuencias.</i> La suma de daños o beneficios hechos sobre las víctimas o beneficiarios del acto moral en cuestión (Jones, 1991).	La Magnitud de las Consecuencias se medirá a través de la sub escala que contendrá indicadores tales como:
		Percepción general del daño producido como consecuencia del consumo de software pirata
		Percepción del impacto del consumo de software pirata sobre los autores de software
	<i>Consenso Social.</i> Grado de acuerdo social sobre que un determinado acto sea bueno o malo (Jones, 1991).	Percepción del impacto del consumo de software pirata sobre el mercado formal de software
		El Consenso Social se medirá a través de la sub escala que contendrá indicadores tales como:
		Percepción general del rechazo social con la que cuenta el consumo de software pirata
	<i>Probabilidad del Efecto.</i> Implica el hecho de que el acto en cuestión en realidad se efectúe y se desencadenen los daños o beneficios predichos (Jones, 1991).	Percepción de la extensión del consumo de software pirata en nuestra sociedad
		Percepción general de la aceptación sobre el consumo de software pirata de los pares.
		La Probabilidad del Efecto se medirá a través de la sub escala que contendrá indicadores tales como:
<i>Concentración del Efecto.</i> Implica el número de personas afectadas o beneficiadas por un acto de determinada magnitud (a mayor concentración del efecto, menos son los afectados) (Jones, 1991).	Percepción general de la probabilidad que el consumo de software pirata ocasione algún daño.	
	Percepción de la probabilidad que el consumo de software pirata genere pérdidas económicas	
	Percepción de la posibilidad que el consumo de software pirata promueva el atraso del país	
	La Concentración del Efecto se medirá a través de la sub escala que contendrá indicadores tales como:	
	Percepción general de la concentración del efecto negativo en cuestión sobre los posibles afectados como consecuencia del consumo de software pirata	

Nivel de Consumo de Software Pirata

<i>Variable</i>	<i>Definición Conceptual</i>	<i>Definición Operacional</i>
	El Nivel de consumo de Software Pirata implica el nivel de relación o contacto que tiene el individuo con software pirata. Este relación se puede dar de las siguientes maneras:	Puntaje obtenido en la Encuesta de Nivel de consumo de Software Pirata (ENCSP). Encuesta en formato likert de 6 posiciones. El puntaje final obtenido indica el nivel de consumo de software pirata.
		El nivel de compra de software pirata se medirá a través de 4 indicadores. Cada indicador buscará conocer la frecuencia de compra en los últimos 3 meses de ciertos programas usualmente encontrados en versión pirata.
	<i>Nivel de Compra del Software Pirata.</i> Frecuencia de compra de software pirata	Frecuencia de compra de algún sistema operativo en los últimos 3 meses.
		Frecuencia de compra del paquete office en los últimos 3 meses.
		Frecuencia de compra de alguna enciclopedia multimedia en los últimos 3 meses.
		Frecuencia de compra de algún juego de computadora en los últimos 3 meses.
<i>Nivel de Consumo de Software Pirata</i>	<i>Nivel de Copiado de Software.</i> Frecuencia de copiado de software, ya sea este legal o pirata	El nivel de copiado de software se medirá a través de 4 indicadores. Cada indicador buscará conocer la frecuencia de copiado en los últimos 3 meses de ciertos programas.
		Frecuencia de copiado de algún sistema operativo en los últimos 3 meses.
		Frecuencia de copiado del paquete office en los últimos 3 meses.
		Frecuencia de copiado de alguna enciclopedia multimedia en los últimos 3 meses.
		Frecuencia de copiado de algún juego de computadora en los últimos 3 meses.
	<i>Nivel de Uso del Software Pirata.</i> Frecuencia de uso de software pirata	El nivel de uso de software pirata se medirá a través de 4 indicadores. Cada indicador buscará conocer la frecuencia de uso, en los últimos 3 meses, de ciertos programas usualmente encontrados en versión pirata.
		Frecuencia de uso de algún sistema operativo en los últimos 3 meses.
		Frecuencia de uso del paquete office en los últimos 3 meses.
		Frecuencia de uso de alguna enciclopedia multimedia en los últimos 3 meses.
		Frecuencia de uso de algún juego de computadora en los últimos 3 meses.

Metodología

Nivel de Investigación

La investigación es de tipo no experimental, correlacional y transversal.

El diseño es no experimental ya que no habrá manipulación de variables ni asignación aleatoria de sujetos (Hernández, Fernández y Baptista 1998).

Es correlacional ya que tiene como objetivo señalar y describir la posible relación entre el nivel de consumo de software pirata y la intensidad moral percibida acerca del consumo de software pirata en una muestra de estudiantes de una universidad particular de Lima Metropolitana (Hernández, Fernández y Baptista 1998).

Es transversal pues la evaluación se realizará en un único momento en el tiempo (Hernández, Fernández y Baptista 1998).

Participantes

Universo

El Universo estuvo conformado por estudiantes de primer ciclo de pregrado provenientes de universidades privadas de Lima Metropolitana.

El tipo de muestreo utilizado fue de tipo no probabilístico por conveniencia (Hair, Bush y Ortinau, 2004) ya que se asumió que la muestra seleccionada compartía las mismas características con la población meta investigada: vale decir; los estudiantes “cachimbos” serían en términos generales, similares entre las 17 universidades privadas de Lima Metropolitana.

La muestra estuvo conformada por 200 alumnos de una universidad particular de Lima Metropolitana pertenecientes al primer ciclo de pregrado. Dentro de la muestra se controlaron cuotas por unidad académica (100 de Ciencias y 100 de Letras).

Con respecto a los criterios de elegibilidad de la muestra es necesario aclarar lo siguiente:

En primer lugar, la universidad seleccionada fue elegida por brindar las facilidades logísticas para llevar a cabo la investigación. En la universidad el único criterio de inclusión consistió en que el alumno fuera “cachimbo” de las unidades académicas mencionadas (ciencias o letras) y se encontrara matriculado en algún curso durante el ciclo 2008 – 2.

Segundo, la universidad en mención fue elegida también como muestra pues al aplicar este tipo de división (ciencias y letras) para sus alumnos de pregrado, permitiría tener una visión preliminar y costo - eficiente de las posibles diferencias debido a la carrera.

Tercero, en esa misma línea, se decidió no trabajar con alumnos de carrera (ciclos más avanzados) ya que ello hubiera requerido de un diseño muestral más sofisticado, que hubiera impactado en los requerimientos de tiempo y recursos, los cuales eran limitados al circunscribirse a los del propio investigador.

Cuarto, si bien de acuerdo al marco teórico la autoeficacia computacional (experiencia con computadora) es uno de los determinantes psicograficos del consumo de software pirata se decidió no controlar cuotas para esta variable debido a que no es una variable directamente observable y cualquier intento de identificación hubiera complejizado el diseño del estudio.

Quinto, para intentar superar ello se levantó información de tenencia de computadora e Internet en casa.

Muestreo

El procedimiento de muestreo será el siguiente:

- a) Se obtuvo un listado de todos los cursos dictados en cada unidad académica (Ciencias y Letras). Este listado indicaba también todos los salones (horarios) para cada curso.
- b) Se filtró el listado, manteniendo sólo los cursos pertenecientes al primer ciclo de cada unidad académica.
- c) Se realizó un muestreo sistemático con los salones (horarios) filtrados.
- d) Se incluyó en la muestra a los estudiantes presentes en el salón (horario) el día de la aplicación.



Instrumentos

Para los fines de la presente investigación se emplearon dos instrumentos: a) la Escala de Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata (EIMPCSP) y b) la Encuesta sobre Nivel de Consumo de Software Pirata (ENCSP).

Escala de intensidad moral percibida sobre el consumo de software pirata (EIMPCSP)
(Anexo I)

El instrumento fue desarrollado para los fines de esta investigación en base al Modelo de Toma de Decisiones Morales Contingente a la Acción (Jones, 1991) y mide la Intensidad Moral Percibida en el consumo de software pirata.

El instrumento está conformado por 26 reactivos, correspondientes a cuatro de las seis dimensiones de la Intensidad Moral Percibida: Magnitud de las Consecuencias, Consenso Social, Probabilidad del Efecto y Concentración del Efecto.

Cada reactivo consiste en un enunciado específico relacionado al consumo de software pirata donde el encuestado debe colocar su nivel de acuerdo con el mismo en un formato tipo likert de 6 posiciones.

Si bien algunos reactivos están enunciados de manera inversa; al final, a mayor puntaje obtenido mayor Intensidad Moral Percibida en cada una de las dimensiones. Los puntajes correspondientes en cada escala se suman obteniendo puntajes finales en ellas.

Finalmente se suman los puntajes correspondientes a cada dimensión obteniendo un puntaje total, el cual permite ubicar al sujeto en alguno de los niveles de Intensidad Moral Percibida en el consumo de software pirata. En ese sentido, los puntajes mínimos y máximos obtenibles varían desde 26 hasta 156.

La aplicación de la prueba es de tipo personal y toma aproximadamente 15 minutos.

La encuesta original constaba de 62 atributos, los cuales fueron desarrollados en base a la revisión teórica acerca de la Intensidad Moral Percibida acerca del Consumo de Software Pirata. Estos 62 ítems se distribuían de la siguiente manera: Magnitud de las Consecuencias (12), Consenso Social (12), Probabilidad del Efecto (13), Proximidad (10), Inmediatez Temporal (9) y Concentración del Efecto (6).

Estos 62 ítems fueron puestos a prueba bajo el primer criterio de legitimación de instrumentos en psicología: la validez.

El tipo de validez al que se sometió la escala fue la de contenido. En ésta se evaluó si los ítems representaban adecuadamente el universo del constructo. Se contó con tres jueces, quienes evaluaron los ítems según dos criterios: pertinencia de las definiciones realizadas y adecuación de los ítems propuestos al constructo y sus dimensiones.

La consigna usada para la validación de los ítems consistió la evaluación de los mismos dada por dos índices: acuerdo sobre medición del constructo y evaluación de la conveniencia del enunciado en sí. De esta manera, un ítem se eliminaba si al menos uno de los dos índices era de 0.33 (vale decir, aprobado por solo uno de los tres jueces); mientras que si uno o los dos índices eran de 0.66 el ítem era modificado.

Al final de la evaluación, el estado de resultados fue el siguiente: 56 ítems aprobados, 4 modificados y 2 eliminados; quedándonos con 60 ítems.

Con estos 60 ítems se precedió a aplicar la prueba piloto sobre un grupo norma compuesto por 89 estudiantes universitarios de pregrado de una universidad particular de Lima Metropolitana.

Los resultados de esta aplicación sirvieron para poner a prueba el test bajo el segundo criterio de legitimación de instrumentos en psicología: la confiabilidad.

Usando el análisis de Alfa de Cronbach se procedió a establecer la confiabilidad de las dimensiones, siendo de 0.71 para Magnitud de las Consecuencias, 0.743 para Consenso Social, 0.705 para Probabilidad del Efecto, 0.753 para Concentración del Efecto y de 0.872 para toda la escala. Producto de este análisis se redujo la cantidad de ítemes de 60 a 26.

Las dimensiones de Proximidad e Inmediatez Temporal fueron eliminadas como producto de la depuración. Sin embargo, ello pareció dar soporte empírico a las demás investigaciones en donde habían obtenido resultados poco estables. Por ello se optó seguir adelante con la escala, prescindiendo de estas dimensiones.

Asimismo con esta aplicación se establecieron los percentiles 33 (91) y 66 (105) que permiten ubicar el puntaje total dentro de un nivel de consumo: Bajo – Medio – Alto.

Finalmente se realizó un análisis factorial por Componentes Principales con rotación Varimax para validar la estructura de dimensiones siendo que los ítems cargaron a cada dimensión correspondiente.

Encuesta sobre nivel de consumo de software pirata (ENCSP) (Anexo II)

Consiste en un cuestionario de aplicación personal elaborado para los fines de esta investigación que mide la frecuencia de compra, reproducción ó uso de software pirata en los tres meses anteriores al día de aplicación del instrumento.

Cada una de las tres dimensiones está compuesta por cuatro preguntas cerradas en formato likert de 6 posiciones donde el encuestado coloca la cantidad de ocasiones en las que ha realizado la conducta señalada durante los últimos tres meses

En la escala 1 significa no haber realizado la acción en los últimos 3 meses y 6 significa haber realizado la acción en más de 15 ocasiones en los últimos 3 meses. De esta manera, ha mayor puntaje mayor consumo de software pirata.

Se suman los puntajes de cada pregunta obteniendo un puntaje final por dimensión; el cual puede variar idealmente de 4 a 24 puntos. Luego, estos se suman obteniendo el puntaje total de la encuesta (el cual varía de 12 a 72 puntos) que permite determinar el nivel de consumo de software pirata.

Los resultados de la aplicación de este trabajo de investigación sirvieron para realizar la baremación del instrumento. Sin embargo, la variable no tuvo una distribución normal. A pesar de ello, y de manera referencial, se usaron los percentiles para crear tres grupos de nivel de consumo: bajo, medio y alto usando dos metodologías: la primera dividió la muestra usando los percentiles 33 (18) y 66 (27) y la segunda usó los percentiles 20 (15) u 80 (31).

Para mayores detalles revisar el análisis descriptivo de la variable en los *Resultados*.

Procedimiento

Recolección de la Información

El autor de la presente investigación se encargó de dirigir las evaluaciones. La evaluación incluyó:

1. Presentación ante el salón de clase.
2. Formulación del propósito e importancia del estudio
3. Mención del carácter confidencial y anónimo del estudio.
4. Explicación de las consignas generales de llenado de las encuestas.
5. Monitoreo de los alumnos al momento de la aplicación de la encuesta.
6. Solicitud y breve revisión de las encuestas al término del tiempo establecido.
7. Despedida y agradecimiento por la participación

Procesamiento de la Información

1. *Edición.* Se revisó las consistencias de las encuestas.
3. *Digitación.* Se ingresó los dígitos a una base de datos en SPSS.
4. *Revisión del Ingreso de Datos.* Se revisó la calidad de los datos ingresados (búsqueda y depuración de errores).
5. *Procesamiento de la Información.* Se realizaron los análisis correspondientes en el programa estadístico SPSS.
6. *Elaboración de tablas y gráficos.* Se produjeron los gráficos y tablas que permiten evidenciar los resultados del estudio.

Análisis Estadístico

Una vez que se contó con la base de datos elaborada se procedió a la elaboración del análisis estadístico el cual consistió en los siguientes pasos:

Para conocer a la muestra

1. Cálculo de distribución de la muestra según variables demográficas: sexo, edad, unidad académica, tenencia de computadora y tenencia de internet en casa.

Para conocer el Nivel de Consumo de Software Pirata

2. Análisis descriptivo de la variable nivel de consumo de software pirata
3. Cálculo de la penetración del consumo de software pirata: para el total de la muestra y segmentada por sexo, edad y unidad académica.

4. Comparación del nivel de consumo de software pirata por sexo, edad y unidad según el estadístico T - Test.

Para conocer el nivel de Intensidad Moral Percibida en el Consumo de Software Pirata

5. Análisis descriptivo de la variable intensidad moral percibida en el consumo de software pirata
6. Comparación de la intensidad moral percibida en el consumo de software pirata según sexo, edad y unidad según el estadístico T - Test.

Para conocer la relación entre ambas variables

7. Cálculo de la correlación de Pearson entre el nivel de consumo de software pirata e intensidad moral percibida en el consumo de software pirata.
8. Cálculo de correlación de Pearson entre el nivel de consumo de software pirata y cada una de las dimensiones de la intensidad moral.
9. Comparación del nivel de consumo de software pirata según el nivel de intensidad moral percibida sobre la misma acción usando el estadístico Anova - 1 Way.
10. Comparación del nivel de consumo de software pirata según el nivel de intensidad moral percibida sobre la misma acción usando el estadístico H de Kruskall Wallis.

Resultados

1.1 Composición de la muestra

Tabla 1 – Composición de la Muestra por Unidad Académica, Edad, Sexo, Tenencia de Computadora en Casa y Tenencia de Internet en Casa

		Frecuencia	%
Unidad académica	EEGGCC	100	50
	EEGGLL	100	50
	Total	200	100
Edad (Rango)		Frecuencia	%
	< 18 años	117	59
	>= 18 años	83	42
	Total	200	100
	min	15	
	max	22	
media	17.5		
Sexo		Frecuencia	%
	Femenino	80	40
	Masculino	120	60
Total	200	100	
Posesión de PC en casa		Frecuencia	%
	Sí	187	94
	No	13	6.5
Total	200	100	
Posesión de Internet en casa		Frecuencia	%
	Sí	164	82
	No	36	18
Total	200	100	

La mitad de la muestra perteneció a cada unidad académica (Ciencias o Letras).

Por otro lado, la mayoría de los entrevistados fueron hombres o aquellos menores de 18

años (la menor edad fue 17 años, la mayor 22 y la promedio fue 17.5 años). Finalmente, la gran mayoría de los entrevistados poseía computadora e Internet en casa.

1.2 Nivel de Consumo de Software Pirata

Se realizó un análisis descriptivo de la variable final de la *Encuesta sobre el Nivel Consumo de Software Pirata (ENCSP)*.

Habría que recordar que esta variable proviene de la suma de los puntajes obtenidos en cada una de las doce preguntas componentes de la escala (cada pregunta constaba de una escala likert de 6 puntos, donde 1 indicaba la no realización de la conducta y los puntajes 2 – 5 indicaban la realización de la conducta en distintas frecuencias ascendentes).

Por el mismo motivo señalado en el párrafo anterior recordar que los puntajes podían variar, de manera ideal, entre 12 y 72 puntos.

Tabla 2 - Descriptivos del Nivel de Consumo de Software Pirata

Casos		Tendencia Central			Dispersión					
Validos	Perdidos	Media	Mediana	Moda	Desviación estandar	Mín	Máx	Mín	Máx	Rango
						ideal	ideal	real	real	
198	2	24	23	12	9.8	12	72	12	60	48

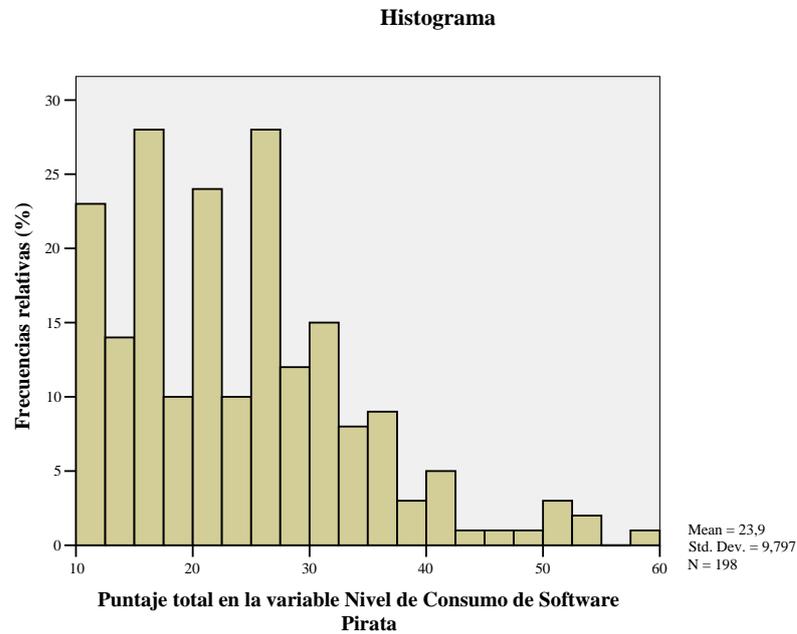
Casos		Asimetría	Curtosis	Distribución Normal		
Validos	Perdidos			Kolmogorov - Smirnov		
				Estadist	G.L.	Sig
198	2	1.0	1.0	0.112	198	0.00

En cuanto a la tendencia central vemos que la moda es 12, siendo este a su vez el dato más bajo de la escala (tratándose de 23 sujetos que no realizaron ninguna de las 12 conductas y que representan el 11% del total de la muestra). Por ese mismo motivo, la moda esta muy alejada de la mediana o la media, quienes se encuentran muy cercanas entre ellas.

Idealmente, la escala debería tener una amplitud de 60 puntos, siendo 12 el menor puntaje posible y 72 el máximo posible. Sin embargo, vemos que el rango final es de 48 puntos, siendo 60 el máximo puntaje obtenido, indicándonos la ausencia de un consumo muy alto.

Luego, la lectura conjunta de los índices de asimetría y kurtosis, junto con la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov señalan que la variable no tiene una distribución normal. Ello se comprueba al observar el histograma de la variable, donde se aprecia que su distribución está cargada hacia la izquierda, donde se encuentran los valores más bajos.

Gráfico 1 - Histograma de la variable Nivel de Consumo de Software Pirata



A pesar que la variable no tiene una distribución normal se usaron los puntajes percentiles para crear tres grupos de nivel de consumo: bajo, medio y alto. Para ello se usaron dos metodologías: una primera que divide la muestra en tres grupos de similares cantidades usando los percentiles 33 (18) y 66 (27) y una segunda clasificación, más estricta para los extremos, pero también más laxa para el segmento medio volviéndolo más amplio al utilizar los percentiles 20 (15) u 80 (31).

Con cualquiera de las metodologías, y usando la media como indicador global (24), vemos que existe un nivel medio de consumo de software pirata entre estos alumnos de estudios generales de esta universidad. Para lo anterior tener en cuenta que esta clasificación se realiza en el contexto de una variable que no posee una distribución

normal, siendo que sus puntajes se encuentran cargados hacia la izquierda, donde se encuentran los valores más bajos.

Tomando en cuenta lo anterior se procedió a realizar un análisis no paramétrico de la Penetración del Consumo de Software Pirata en esta universidad. Para ello recordar que los análisis de penetración se suelen realizar con variables dicotómicas (Ejm. Para los estudios de niveles socioeconómicos la penetración de televisión dentro del hogar se mide mediante una pregunta dicotómica – si / no - sobre la tenencia de este artefacto).

Siguiendo la misma lógica, se procedió en volver dicotómicas a cada una de las 12 variables que medían el consumo de software pirata, agrupando los puntajes 2 al 5. Al hacer ello se obtuvo 12 variables dicotómicas que indicaban la realización o no de la conducta en los últimos 3 meses.

Asimismo para tener un análisis de penetración más complejo se procedió a agrupar las 12 variables de dos maneras: la primera agrupación se denominó *Consumo de Software Pirata por Tipo de Conductas* y dio lugar a 3 variables (compra, copia o uso de software pirata en los últimos tres meses) y una segunda agrupación que se denominó *Consumo de Software Pirata por Tipo de Software* que dio lugar a 4 variables (Sistema Operativo, Paquete Office, Enciclopedia Multimedia o Juego de Computadora).

Cabe resaltar que la lógica de unión entre estas diversas variables para dar lugar a las otras fue el uso del condicional “o”. (Por ejemplo, *La Compra de Software Pirata*

suponía la compra de un Sistema Operativo o la compra de Paquete Office o la compra de una Enciclopedia Multimedia o la compra de un Juego de Computadora en los últimos tres meses; mientras que el *Consumo Pirata de un Sistema Operativo* suponía o su compra, o su copia o su uso en los últimos tres meses).

Finalmente, usando la misma lógica de unión de variables usando el condicional “o” se buscó obtener una única variable que indique la realización de cualquiera de las 12 variables anteriores. Este dato final serviría como indicador único de la *Penetración del Consumo de Software Pirata* entre estos alumnos de EEGG de esta universidad. Los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 3 - Penetración del Consumo de Software Pirata

Contraste de porcentajes entre columnas: $a/b - c/d - e/f$ (Prueba Z – al 95% de confianza)

(* Indica diferencia significativa con respecto al otro segmento)

	TOT	Unidad Académica		Género		Edad	
		EEGGCC	EEGGLL	Masc	Fem	<18	>=18
		<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>e</i>	<i>f</i>
i) Por Conductas							
Uso	83%	84%	82%	91% *	71%	85%	80%
Juego de PC	64%	69%	59%	75% *	48%	68%	59%
Sistema Operativo	60%	60%	60%	68% *	48%	67% *	51%
Paquete Office	59%	61%	57%	68% *	45%	62%	55%
Enciclopedia Mult	41%	49% *	32%	43%	36%	43%	37%
TOT		Unidad Académica		Género		Edad	
		EEGGCC	EEGGLL	Masc	Fem	<=17	>17

		a	b	c	d	e	f
<i>Compra</i>	72%	75%	68%	81% *	58%	76%	65%
Juego de PC	57%	63%	50%	68% *	40%	58%	54%
Paquete Office	36%	43% *	28%	46% *	20%	38%	31%
Sistema Operativo	32%	35%	29%	39% *	21%	32%	31%
Enciclopedia Mult	29%	35%	23%	31%	26%	34%	22%
<i>Copia</i>	61%	73% *	49%	65%	55%	68%	52%
Juego de PC	50%	62% *	37%	56% *	40%	56% *	41%
Enciclopedia Mult	23%	27%	19%	26%	19%	21%	25%
Sistema Operativo	21%	24%	18%	21%	21%	20%	23%
Paquete Office	20%	24%	15%	23%	14%	20%	19%
ii) Por Tip de Soft.							
Juego de PC	72%	77%	66%	83% *	54%	74%	67%
Sistema Operativo	67%	67%	66%	75% *	54%	71%	60%
Paquete Office	65%	67%	62%	74% *	50%	68%	59%
Enciclopedia Mult	47%	54% *	39%	49%	43%	49%	43%
iii) Total							
<i>Consumo de SP</i>	89%	90%	87%	95% *	79%	91%	86%
<i>en últimos 3 meses</i>							
<i>Base</i>	200	100	100	120	80	117	83

Contraste de porcentajes entre columnas: $a/b - c/d - e/f$ (Prueba Z – al 95% de confianza)
(* Indica diferencia significativa con respecto al otro segmento)

Se observa que aproximadamente nueve de cada diez estudiantes de EEGG de esta universidad realizó, *en por lo menos una ocasión*, alguna de las doce conductas señaladas como *Consumo de Software Pirata* en los 3 meses previos a la aplicación de la encuesta.

Cabe resaltar que esta proporción fue similar a la obtenida por esta misma investigación en la fase de diseño de instrumento; cuando se aplicaron estas mismas preguntas a una muestra de 89 alumnos de EEGG de la misma universidad.

Luego, la conducta más extendida entre los alumnos de EEGG es el uso de software pirata, seguida por la compra, o la copia del mismo.

El juego de PC es la categoría de software que genera mayor consumo en versión pirata; mientras que la enciclopedia multimedia genera el menor consumo.

Por otro lado, en algunos casos existen diferencias significativas en estas proporciones que al ser analizadas de manera conjunta sugieren que el consumo de software pirata sería mayor en tres segmentos (EEGGCC, hombres y menores de 18 años).

Para poder conocer de manera más categórica si el consumo de software pirata era realmente mayor en los tres segmentos mencionados se procedió a usar el estadístico T para muestras independientes. Cabe mencionar que el estadístico T es lo suficientemente robusto como para soportar desviaciones a la normalidad, como sucede con la variable consumo de software pirata.

Finalmente, el estadístico indicó que existen diferencias significativas en el consumo de software pirata debido al sexo y unidad académica (principalmente la primera). Esto se deduce de los siguientes cuadros

Tabla 4 - Prueba T para Consumo de Software Pirata por Sexo

		Promedios			Igualdad de Varianzas		Igualdad de Medias			
		TOTAL	Masc	Fem	F	Sig	T	G.L.	Sig (2 colas)	
		Consumo Global	24	27	20	6.93	0.009	-5.85	196	
Consumo por Conductas	Uso	11	7	6	7.32	0.007	-5.26	190	0.000	*
	Compra	7	6	5	19.43	0.000	-4.88	194	0.000	*
	Copia	6	13	9	13.65	0.000	-2.95	190	0.004	*
	Juego de PC	7	7	5	7.76	0.006	-5.85	196	0.000	*
Consumo por Tipo de Software	Sistema Operativo	6	6	5	7.35	0.007	-4.14	196	0.000	*
	Paquete Office	6	5	4	5.06	0.026	-4.40	194	0.000	*
	Enciclopedia Mult	5	9	5	10.44	0.001	-2.20	194	0.029	*

(* Indica significancia al 0.05 de confianza)

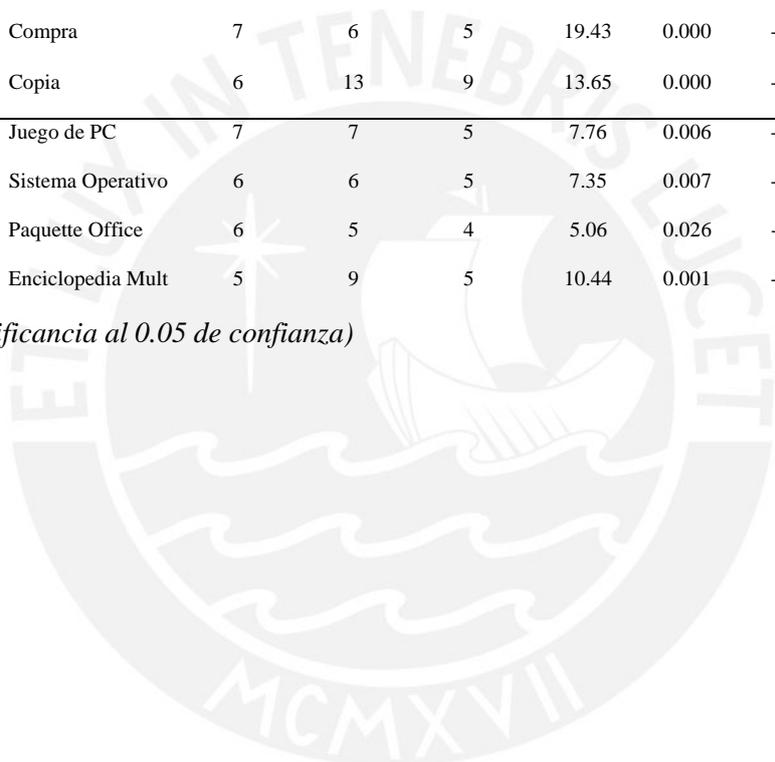


Tabla 5 - Prueba T para Consumo de Software Pirata por Unidad Académica

		Promedios			Igualdad de Varianzas		Igualdad de Medias			
		TOTAL	EEGGCC	EEGGLL	F	Sig	T	G.L.	Sig (2 colas)	
Consumo Global		24	26	22	11.45	0.00	3.39	169	0.001	*
Consumo por Conductas	Uso	11	12	11	2.23	0.14	1.53	198	0.128	
	Compra	7	8	6	34.87	0.00	4.12	152	0.000	*
	Copia	6	7	5	23.82	0.00	3.95	140	0.000	*
Consumo por Tipo de Software	Juego de PC	7	9	6	12.30	0.00	3.89	177	0.000	*
	Sistema Operativo	6	6	6	8.18	0.01	1.42	179	0.156	
	Paquete Office	6	6	5	9.02	0.00	1.95	180	0.052	
	Enciclopedia Mult	5	5	4	11.18	0.00	2.69	175	0.008	*

(* Indica significancia al 0.05 de confianza)

Por el cuadro es posible observar que existen diferencias significativas en cuanto al Consumo de Software Pirata por género, siendo este significativamente superior entre los hombres; ya sea de manera total, por conductas o tipo de software.

Por otro lado, el Consumo de Software Pirata es significativamente mayor entre los alumnos de EEGGCC, principalmente para las conductas de compra o copia, o para el consumo de enciclopedias multimedia (compra, copia o uso).

Cabe resaltar la variable sexo sería más potente al momento de explicar diferencias en el consumo de software pirata que la variable unidad académica; a saber por la cantidad de diferencias significativas derivadas de estas variables: ocho por la primera contra cinco de la segunda.

Luego, se decidió conocer si existía un efecto conjunto de ambas variables: sexo y unidad académica sobre el consumo de software pirata; para lo cual se procedió a realizar un análisis de varianza de 2 vías (ANOVA – 2 WAY).

Los resultados de este análisis se muestran en los siguientes cuadros:

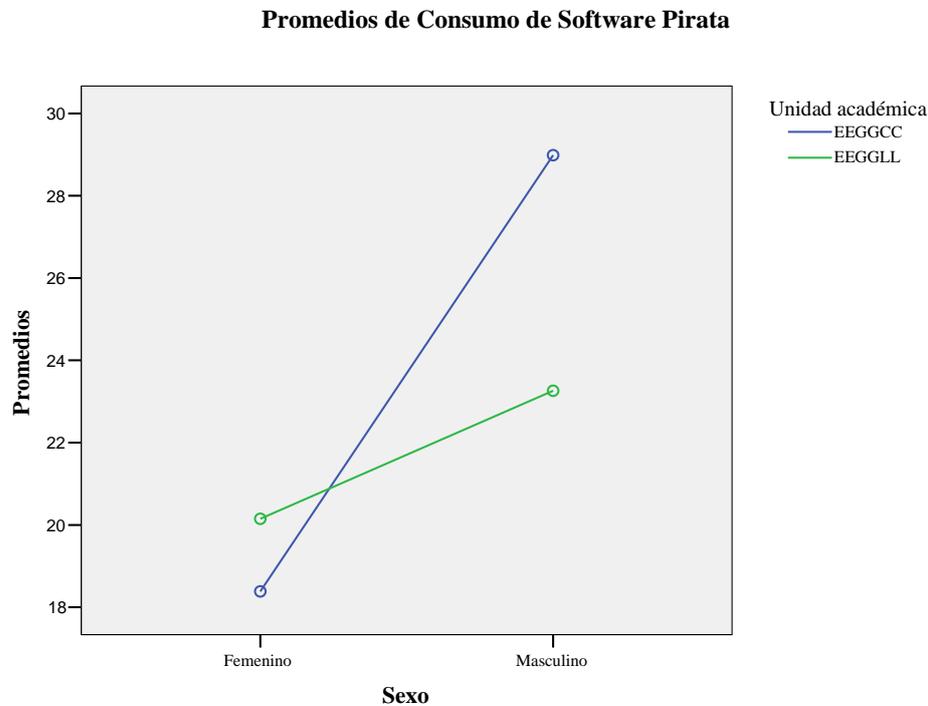
Tabla 6 – ANOVA 2 WAY para Consumo de Software Pirata para Sexo por Unidad Académica

Prueba de Efectos Inter Sujetos					
Variable dependiente: Consumo de Software Pirata					
Fuente	Suma de Cuadrados Tipo III	GL	Medias Cuadráticas	F	Sig.
Modelo Corregido	3443.18	3	1147.73	14.40	.000
Intercepto	88840.69	1	88840.69	1114.33	.000
Sexo	2026.67	1	2026.67	25.42	.000
Unid. Académica	168.97	1	168.97	2.12	.147
Sexo*Unid.Académica	605.02	1	605.02	7.59	.006
Error	15466.80	194	79.73		
Total	132000.00	198			
Total Corregido	18909.98	197			

a $R^2 = .182$ ($R^2 = .169$)

(* Indica significancia al 0.05 de confianza)

Gráfico 2 –Promedios para Interacción de variables Sexo y Unidad Académica en el Consumo de Software Pirata.



El análisis conjunto de la tabla del ANOVA – 2 WAY como del gráfico de medias nos permiten decir lo siguiente: definitivamente existen diferencias en el consumo de software pirata debido al género; mientras que existen diferencias significativas en el consumo de software pirata debido a la unidad académica, principalmente cuando aquellos que consumen son hombres.

Vale decir, el consumo de software pirata es significativamente mayor entre los alumnos hombres de Estudios Generales Ciencias (72 alumnos).

Finalmente, se encontró un nivel medio de consumo de software pirata, siendo este significativamente superior entre i) los hombres ò ii) aquellos de estudios generales ciencias ò i) aquellos hombres de estudios generales ciencias.

Tomando otra perspectiva mas laxa o flexible, es posible afirmar que la penetración del consumo de software pirata (a través de cualquiera de doce conductas tipificadas como ello) llega al 89% entre estos alumnos.

1.3 Intensidad Moral Percibida en el Consumo de Software Pirata

Se realizó un análisis descriptivo de la variable final Intensidad Moral Percibida en el Consumo de Software Pirata, producto de la suma de los puntajes obtenidos en cada una de las veintiséis preguntas componentes (cada pregunta constaba de una escala likert de 6 puntos), el cual proporcionó los siguientes datos:

Tabla 7 – Descriptivos de la Intensidad Moral acerca del Consumo de Software Pirata

Casos		Tendencia Central			Dispersión					
Validos	Perdidos	Media	Mediana	Moda	Desviación estandar	Mín	Máx	Mín	Máx	Rango
						ideal	ideal	real	real	
190	10	100	98	90	16.79	26	156	48	143	95

Casos		Asimetría	Curtosis	Distribución Normal		
Validos	Perdidos			Kolmogorov - Smirnov		
		Estadist	G.L.	Sig		
190	10	0.20	0.05	0.058	190	.200

Lo más importante de este cuadro es que, de manera similar a lo ocurrido en la medición piloto de octubre del 2006, la variable tiene una distribución normal.

Luego, al igual que lo realizado con el consumo de software pirata, se procedió a clasificar esta intensidad moral utilizando los puntajes percentiles mediante dos metodologías: la proporcional - estándar que usa los percentiles 33 (91) y 66 (105) o la estricta para los extremos y laxa para el medio que usa los percentiles 20 (86) y 80 (113) respectivamente.

Al igual que en el caso anterior, al usar el promedio como punto de referencia (100), se encuentra un nivel medio de intensidad moral percibida acerca del consumo de software pirata, ya sea usando una u otra metodología.

Luego, con ayuda del estadístico T para muestras independientes se procedió a buscar si existían diferencias significativas entre estas percepciones de moralidad sobre el consumo de software pirata por sexo, unidad académica o edad.

Los resultados de este análisis indicaron que solo existen diferencias en estas percepciones debido al género, siendo mayor entre las mujeres, como muestra el siguiente cuadro:

Tabla 8 – Prueba T para Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software

Pirata por Sexo

	Promedios	Igualdad de		Igualdad de Medias		Sig (2 colas)	*		
		Varianzas		T					
		F	Sig	G.L.					
	TOTAL	Masc	Fem						
Intensidad Moral acerca del CSP	100	96	106	1.15	0.286	4.29	188	0.000	*
Concentración del Efecto	20	20	21	1.81	0.180	2.31	197	0.022	*
Por Consenso Social	19	18	22	0.08	0.781	5.45	196	0.000	*
dimensiones Magnitud de las Consecuencias	31	30	32	0.17	0.679	2.70	198	0.008	*
Probabilidad del Efecto	29	29	31	0.11	0.286	4.29	188	0.000	*

(* Indica significancia al 0.05 de confianza)

Luego, con la finalidad de enriquecer el análisis se procedió a realizar una exploración descriptiva del acuerdo o desacuerdo con cada variable componente de las dimensiones de la Intensidad Moral Percibida en el Consumo de Software Pirata.

Ya que estos enunciados podían ser a favor o en contra del consumo del software pirata, para que un individuo exhiba intensidad moral se debía mostrar de acuerdo con los enunciados en contra del consumo de software pirata o en desacuerdo con los que respaldaban este consumo.

Además, en cada grupo, las variables aparecen ordenadas por un cálculo denominado *Neto*, que consiste en una resta de proporciones dependiendo de la dirección del enunciado, y busca mostrar el apoyo o rechazo neto al enunciado planteado. Un neto positivo indica rechazo al consumo de software pirata; mientras que uno negativo indica su respaldo.

Señalado esto, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 9 – Tabla Resumen de Acuerdo o Desacuerdo con los fraseos componentes de la Concentración del Efecto.

	(A)	(B)	Neto
	Totalmente de acuerdo + De acuerdo	Totalmente en desacuerdo + En desacuerdo	(A) – (B) / (*) (B) – (A)
El uso de software pirata trae consecuencias negativas sobre un gran número de personas.	46%	15%	31%
El intercambio de software pirata genera un gran número de perjudicados.	43%	15%	28%
* <i>La compra de software pirata daña a poca gente.</i>	15%	42%	27%
Muchas personas se ven afectadas debido a la adquisición de software pirata.	39%	14%	25%
* <i>La cantidad de personas afectadas debido a la reproducción de software es mínima.</i>	19%	42%	24%

(* Indica reactivos enunciados a favor del consumo de software pirata)

Tabla 10 – Tabla Resumen de Acuerdo o Desacuerdo con los fraseos componentes del Consenso Social.

	(A)	(B)	Neto
	Totalmente de acuerdo + De acuerdo	Totalmente en desacuerdo + En desacuerdo	(A) – (B) / (*) (B) – (A)
* Intercambiar programas copiados es usual entre amigos.	69%	4%	- 65%
* Gran parte de la gente que posee computadora utiliza software pirata.	60%	11%	- 49%
* La mayoría de gente que conozco utiliza software pirata.	60%	11%	- 49%
* Mis amigos opinan que es algo normal copiar programas de computadora.	57%	14%	- 43%
Comprar software pirata es mal visto en nuestra sociedad.	25%	41%	- 16%
Mi familia considera incorrecta la utilización de software pirata.	23%	37%	- 14%
* La gente cercana a mí opina que la compra de software pirata es algo inofensivo.	34%	21%	- 13%

(* Indica reactivos enunciados a favor del consumo de software pirata)

Tabla 11 – Tabla Resumen de Acuerdo o Desacuerdo con los fraseos componentes de la Probabilidad del Efecto

	(A) Top 2 Box	(B) Bottom 2 Box	Neto
	Totalmente de acuerdo + De acuerdo	Totalmente en desacuerdo + En desacuerdo	(A) – (B) / (* (B) – (A))
La compra de software pirata terminará causando daño tarde o temprano.	58%	7%	51%
Es altamente probable que usar software pirata termine perjudicando el mercado local formal de software.	61%	13%	48%
* <i>Es un hecho que reproducir software es inofensivo para los productores de software.</i>	9%	53%	44%
* <i>Es poco probable que la utilización de software pirata dañe la imagen del país.</i>	19%	55%	36%
* <i>La probabilidad que la compra de software pirata deje sin trabajo a alguien es mínima.</i>	14%	42%	28%
* <i>Es imposible que compartir software con amigos le genere una pérdida económica a alguien.</i>	25%	44%	19%
Es un hecho que toda adquisición de software pirata promueve el atraso del país.	37%	21%	16%

(* Indica reactivos enunciados a favor del consumo de software pirata)

Tabla 12 – Tabla Resumen de Acuerdo o Desacuerdo con los fraseos componentes de la Magnitud de las Consecuencias.

	(A)	(B)	Neto
	Totalmente de acuerdo + De acuerdo	Totalmente en desacuerdo + En desacuerdo	(A) – (B) / (*) (B) – (A)
* La adquisición de software pirata beneficia a los autores del software.	7%	79%	72%
El intercambio de software pirata perjudica a los comerciantes formales de software.	71%	6%	65%
La compra de software pirata perjudica a los trabajadores de las industrias locales de software.	60%	6%	54%
* Las consecuencias negativas de adquirir software pirata son nulas.	12%	53%	41%
* El uso de software pirata es favorable para el mercado nacional de software.	14%	53%	40%
El intercambio de software pirata genera pérdidas de empleo.	46%	9%	37%
La utilización de software pirata fomenta el atraso del país.	30%	36%	-7%

(* Indica reactivos enunciados a favor del consumo de software pirata)

El análisis de estos cuadros muestra algunas tendencias interesantes que se mencionan a continuación:

En primer lugar, luego de analizar la dirección (positiva o negativa) de los *Netos* en las cuatro dimensiones, es posible observar que si bien los estudiantes se muestran conscientes acerca de las consecuencias negativas derivadas del consumo de software pirata, relacionado a la alta probabilidad que sus efectos negativos sucedan afectando a una gran cantidad de personas, al mismo tiempo parecen mostrar un gran soporte social

al consumo de software pirata (dimensión donde todos los netos resultaron negativos; indicando soporte social percibido con respecto al consumo de software pirata).

En segundo lugar, este consenso social percibido sobre el consumo de software pirata se da principalmente entre sus pares, ya que la sociedad o la familia (sobre todo este último) son los ámbitos donde esta conducta recibe el menor respaldo a juicio de los entrevistados.

En tercer lugar, es posible observar un fraseo específico en la dimensión Concentración del Efecto que obtiene un *Neto* negativo (*La utilización de software pirata fomenta el atraso del país*). Al analizar este reactivo en mayor detalle se pudo encontrar que la proporción de alumnos de Ciencias que se mostró en contra de este fue significativamente mayor que la proporción de alumnos de Letras que hizo lo mismo. Ello fue lo que provocó el desbalance.

Finalmente, se establece que existe un nivel medio de Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata; siendo que este es significativamente mayor entre las mujeres.

Por otro lado, el análisis de contenido de las dimensiones revela que si bien existe conciencia sobre la Magnitud de las Consecuencias, Probabilidad y Concentración del Efecto del consumo de Software Pirata; al mismo tiempo esta conducta sería percibida como socialmente aceptada y validada; principalmente entre los amigos.

1.4 Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y Consumo de Software Pirata

Una vez establecidos los niveles de Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y su consumo declarado toca ahora entender si existe relación entre ambas variables.

Para ello se realizó un análisis de correlación entre ambas variables y sus dimensiones componentes, usando el estadístico R de Pearson que dio lugar a los siguientes resultados.

Tabla 13 – Correlaciones entre Intensidad Moral y Consumo de Software Pirata

			R	Sig	
Total	-	Intensidad Moral Percibida CSP x Consumo de Software Pirata	-0.319	0.000	**
	-	Concentración del Efecto x Consumo de Software Pirata	-0.16	0.025	*
Por	-	Consenso Social x Consumo de Software Pirata	0.45	0.000	**
Dimensiones	-	Magnitud de las Consecuencias x Consumo de Software Pirata	-0.14	0.047	*
	-	Probabilidad del Efecto x Consumo de Software Pirata	-0.19	0.009	**

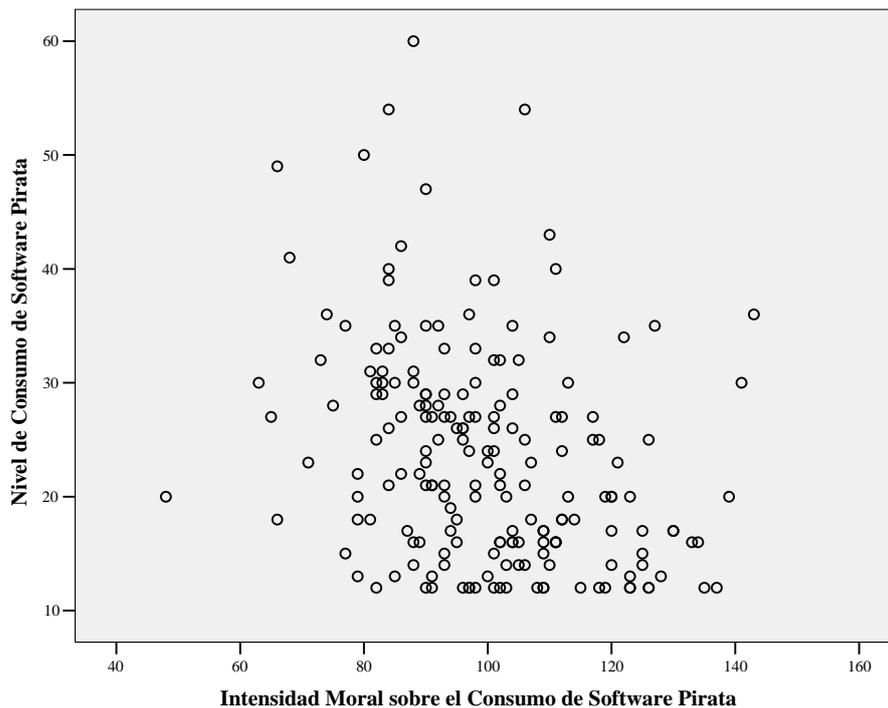
* Correlación significativa al nivel .001 (2 colas)

** Correlación significativa al nivel .005 (2 colas)

Al revisar la matriz de correlaciones es posible observar que existe una relación moderada inversa entre ambas variables; es decir, cuando una aumenta la otra disminuye.

Esto se refuerza al observar, de manera gráfica, el diagrama de dispersión entre ambas variables como se muestra en el siguiente gráfico:

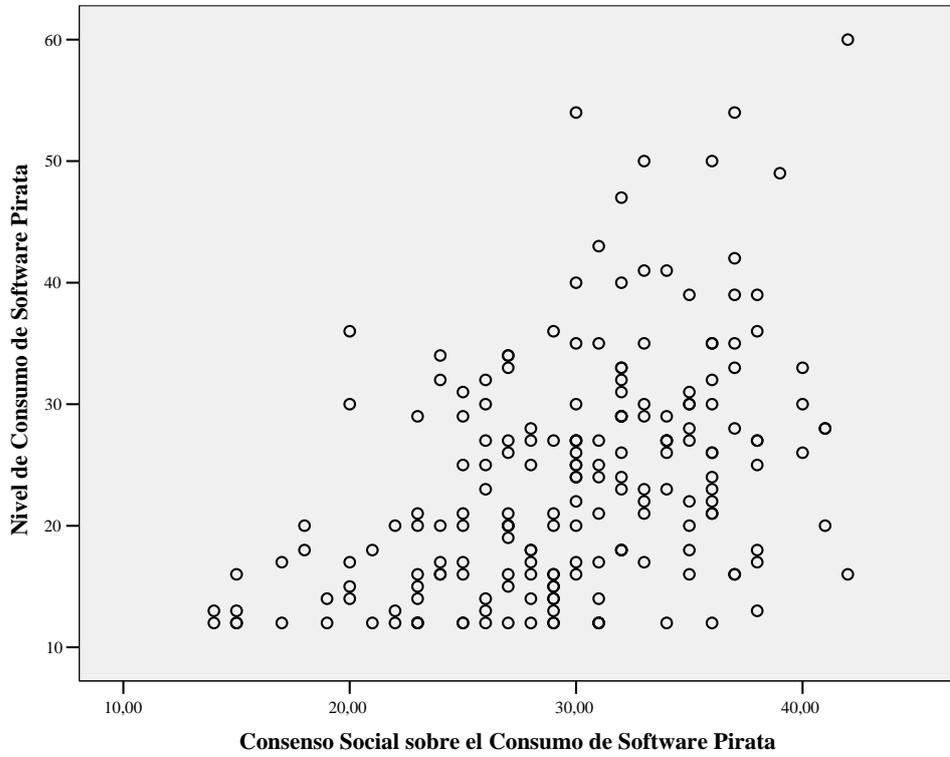
Gráfico 3 - Diagrama de Dispersión entre las variables Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y Nivel de Consumo de Software Pirata



Por otro lado, esta relación es *positiva* y un poco más elevada para el caso del Consenso Social, siendo esta la dimensión más relacionada al Consumo de Software Pirata.

Es decir, a mayor consenso percibido, mayor consumo de software pirata; como se observa en el siguiente gráfico.

Gráfico 4 - Diagrama de Dispersión entre las variables Consenso Social Percibido sobre el Consumo de Software Pirata y Nivel de Consumo de Software Pirata



Asimismo, incorporando los aprendizajes previos del consumo de software pirata por género y unidad académica (donde se encontró que era más alto entre los hombres o aquellos de EEGGCC ò entre los hombres de EEGGCC) se procedió a recalcular la matriz de correlaciones tomando en cuenta estos cortes, dando lugar a los siguientes resultados:

Tabla 14 – Correlaciones entre Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y su consumo declarado por Unidad Académica y Sexo

			TOT	UNIDAD ACADÉMICA		GÉNERO				
				EEGGCC	EEGGLL	MASC	FEM			
Total	-	Intensidad Moral Percibida CSP x	**	-0.319	**	-0.426	-0.193	**	-0.288	-0.176
Por Dimensiones	-	Concentración del Efecto x	*	-0.16	*	-0.221	-0.67	*	-0.201	-0.197
	-	Consenso Social x	**	0.45	**	0.51	**	0.364	**	0.405
	-	Magnitud de las Consecuencias x	*	-0.14		-0.164	-0.115		-0.79	-0.157
	-	Probabilidad del Efecto x	**	-0.19	**	-0.266	-0.065		-0.134	-0.198

* Correlación significativa al nivel .001 (2 colas)
 ** Correlación significativa al nivel .005 (2 colas)

En términos generales se encuentran correlaciones más fuertes entre intensidad moral y consumo de software pirata principalmente entre los de EEGGCC o los hombres.

Asimismo, se obtuvo la matriz de correlaciones para el segmento de mayor consumo de software pirata: aquellos hombres de Estudios Generales Ciencias.

Tabla 15 – Correlaciones entre Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y su consumo declarado entre aquellos hombres de Estudios Generales Ciencias.

				TOT	Hombres de EEGGCC			
Total	-	Intensidad Moral Percibida CSP	x	Consumo de Software Pirata	**	-0.319	**	-0.385
Por Dimensiones	-	Concentración del Efecto	x	Consumo de Software Pirata	*	-0.16		-0.200
	-	Consenso Social	x	Consumo de Software Pirata	**	0.45	**	0.483
	-	Magnitud de las Consecuencias	x	Consumo de Software Pirata	*	-0.14		-0.112
	-	Probabilidad del Efecto	x	Consumo de Software Pirata	**	-0.19		-0.214

* Correlación significativa al nivel .001 (2 colas)
 ** Correlación significativa al nivel .005 (2 colas)

Es posible observar que, sobre el consumo de software pirata, sólo existen correlaciones significativas en el caso de las variables intensidad moral percibida y consenso social. Vale decir el consumo de estos alumnos está directamente relacionado a sus percepciones globales de la intensidad moral de la acción y el consenso social que perciben en la misma.

Por otro lado, el consenso social se valida como la dimensión más asociada al consumo de software pirata ya que en los cinco segmentos, logra coeficientes de correlación significantes. Notar aquí también que las correlaciones más fuertes se obtienen entre los de EEGGCC ò los hombres ò aquellos hombres de EEGGCC (interacción).

Gráfico 5 - Diagrama de Dispersión entre las variables Consenso Social Percibido sobre el Consumo de Software Pirata y Nivel de Consumo de Software Pirata (entre aquellos de EEGGCC)

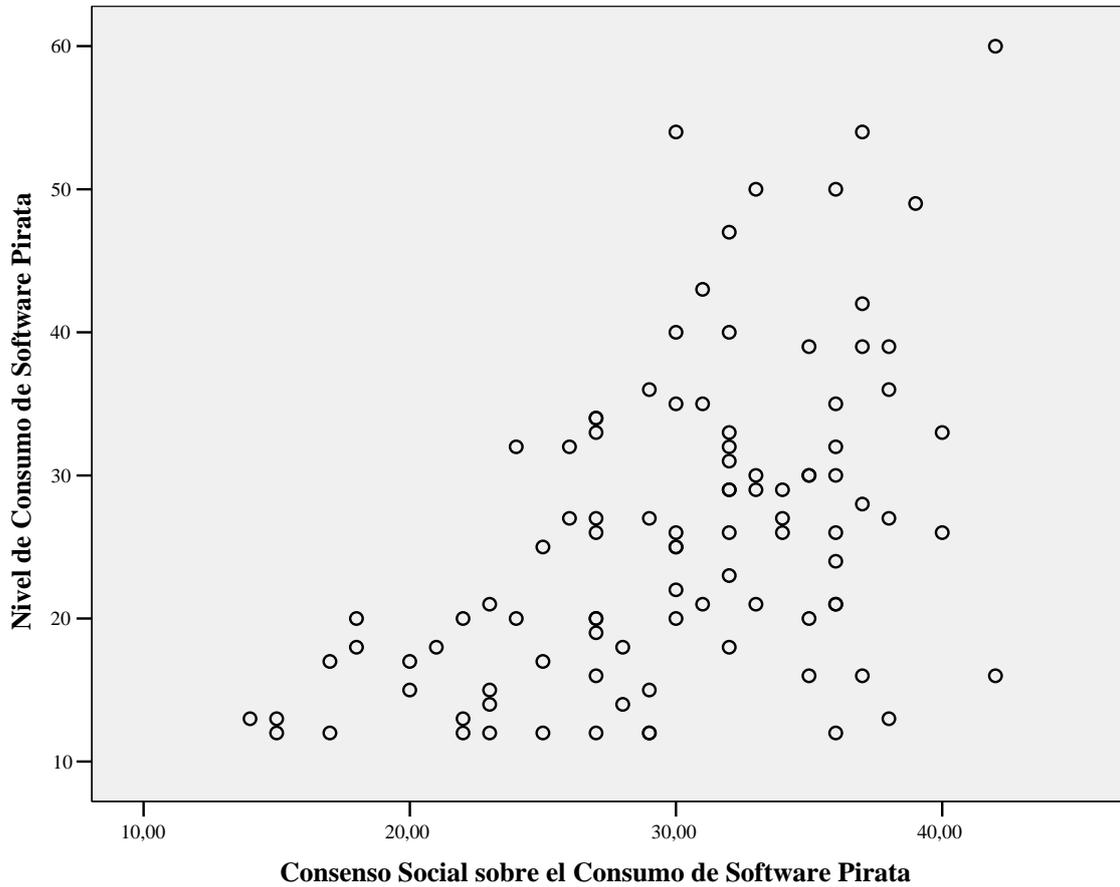


Gráfico 6 - Diagrama de Dispersión entre las variables Consenso Social Percibido sobre el Consumo de Software Pirata y Nivel de Consumo de Software Pirata (entre Hombres)

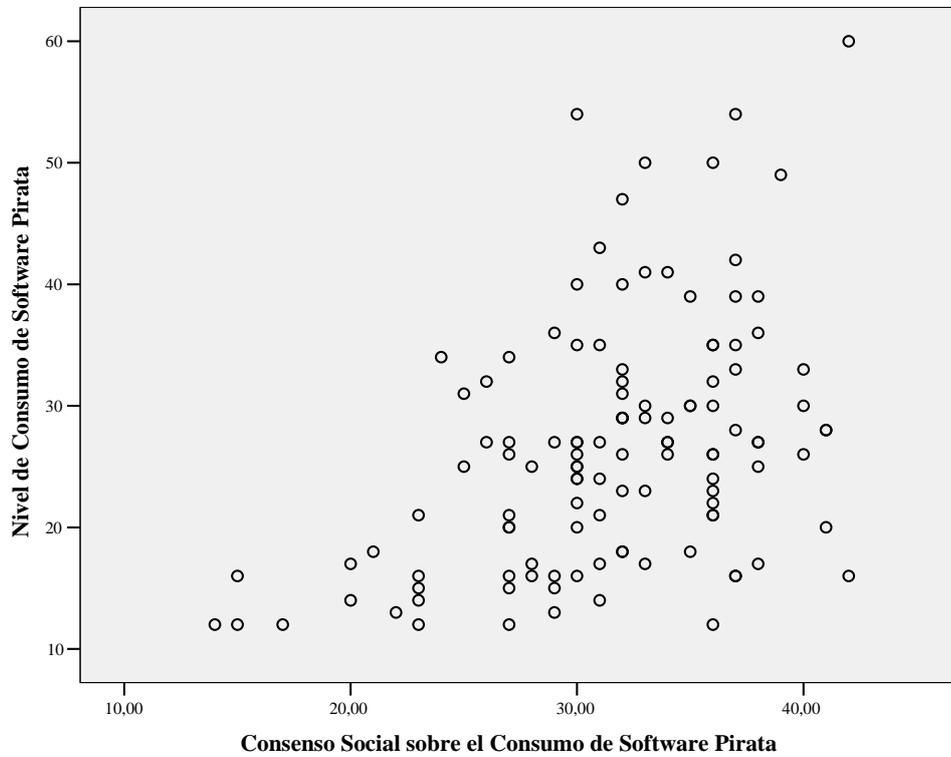
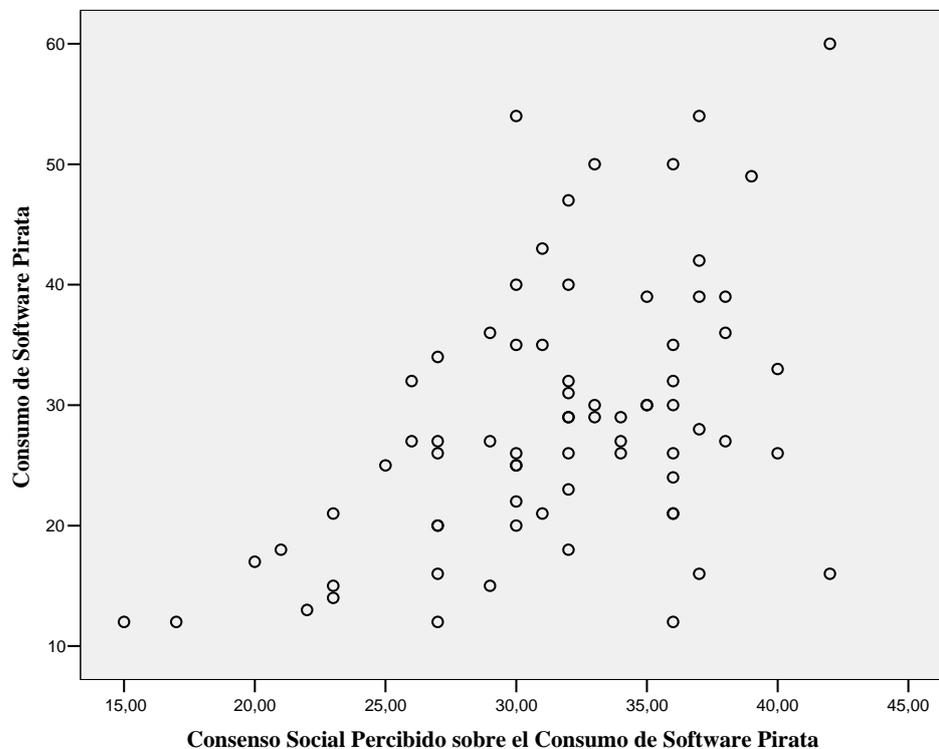


Gráfico 7 - Diagrama de Dispersión entre las variables Consenso Social Percibido sobre el Consumo de Software Pirata y Nivel de Consumo de Software Pirata (entre Hombres de EEGGCC)



Luego, se realizaron cuatro análisis complementarios y exploratorios teniendo en cuenta el diseño de la presente investigación (no experimental, transversal y correlacional).

Los mismos fueron: Análisis de Varianza de 1 Factor (ANOVA), Análisis a través del estadístico H de Kruskal Wallis y Regresión Lineal entre las 26 variables componentes de la Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y el Consumo de Software Pirata en dos modalidades: a) entre el total de la muestra y b) entre aquellos hombres de EEGGCC.

Cabe resaltar que todos estos análisis son propios de un diseño experimental, el cual no es el caso de la presente investigación. Sin embargo, son análisis más potentes que permiten determinar causalidad.

Los dos primeros, el ANOVA y H de Kruskall Wallis, se realizaron tomando en cuenta la ausencia de distribución normal para la variable dependiente: consumo de Software Pirata.

Se realizaron, entonces, estos dos primeros análisis adicionales que buscaban conocer si existían diferencias significativas en el Consumo de Software Pirata debido al Nivel de Intensidad Moral Percibida acerca de esta acción (Bajo – Medio – Alto). Estos análisis fueron el Análisis de Varianza de 1 Factor o ANOVA 1 WAY (paramétrico) y el Kruskall Wallis (no paramétrico).

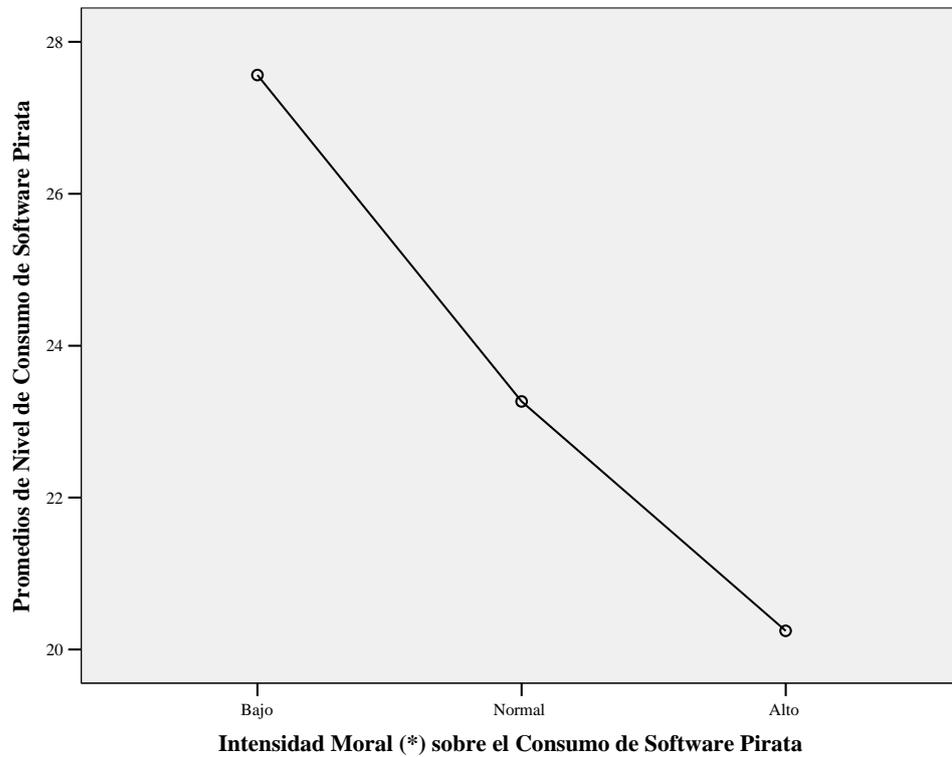
Tomando en consideración que el Análisis de Varianza de 1 Factor (ANOVA) es lo suficientemente robusto, en muestras grandes, para soportar desviaciones a la normalidad se ejecutó dando lugar a los siguientes resultados.

Tabla 16 – Análisis de Varianza de 1 Vía para Consumo de Software Pirata por los distintos niveles de Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata

	Promedios			Igualdad de		ANOVA - Entre Grupos			
	En grupos de Intensidad			Varianzas					
	Total Muestra	Moral Percibida CSP		F	Sig	F	G.L.	Sig (2 colas)	
	Bajo	Norm	Alto						
Consumo de Software Pirata - (usando p33 y p66 de IM)	24	28	23	20	1.32	0.270	10.38	2	0.000 *
Consumo de Software Pirata - (usando p20 y p80 de IM)	24	29	24	19	1.58	0.208	10.58	2	0.000 *

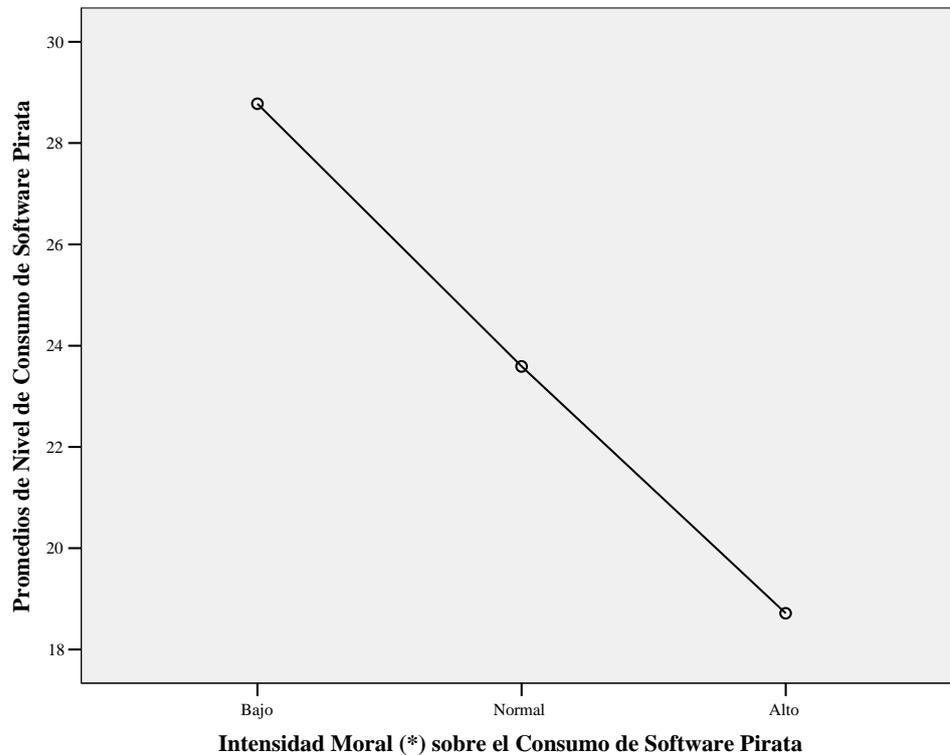
En cualquiera de las dos agrupaciones de acuerdo al Nivel de Intensidad Moral Percibida es posible encontrar diferencias significativas en el consumo de software pirata. Asimismo, se hicieron gráficos de los promedios, los cuales se pueden observar a continuación:

Gráfico 7 - Gráfico de Medias (ANOVA). Nivel de Consumo de Software Pirata en cada grupo de Intensidad Moral Percibida (Agrupación I)



(*) La Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata se agrupó en niveles usando los percentiles 33 y 66.

Gráfico 8 - Gráfico de Medias (ANOVA). Nivel de Consumo de Software Pirata en cada grupo de Intensidad Moral Percibida (Agrupación II)



(*) La Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata se agrupó en niveles usando los percentiles 20 y 80.

Por otro lado, al ser más conservador y apegado a la teoría se optó por realizar un análisis de medias a través del estadístico H de Kruskal Wallis.

Este estadístico es utilizado cuando la escala de la variable dependiente es no paramétrica: esto quiere decir que se encuentra en una escala de medición distinta a la intervalar o razón; o su distribución no es normal.

Teniendo en cuenta lo anterior se ejecutó el estadístico obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 17 – Análisis de H Kruskall Wallis para Consumo de Software Pirata por los distintos niveles de Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata

	Ranking de Medias IMPCSP			Prueba de Kruskall Wallis		
	Bajo	Norm	Alto	Chi -	G.L.	Sig (2 colas)
				Cuadrado		
Consumo de Software Pirata - (usando p33 y p66 de IM)	120	97	74	21.42	2	0.000 *
Consumo de Software Pirata - (usando p20 y p80 de IM)	128	97	66	21.75	2	0.000 *

Al igual que en el caso anterior, en cualquiera de las dos agrupaciones de acuerdo al Nivel de Intensidad Moral Percibida es posible encontrar diferencias significativas en el consumo de software pirata.

Luego, se procedió a realizar los dos análisis exploratorios usando el procedimiento de la regresión lineal. Cabe resaltar que ambos análisis se realizaron usando “Pasos Sucesivos” (Stepwise) como método de selección de variables. Además, por temas prácticos, se obvió el análisis previo de “aptitud” de variables para hacer un análisis de regresión: Linealidad, independencia, Homocedasticidad, Normalidad y No – colinealidad.

En el primer caso, para el total de la muestra, se usó una regresión lineal múltiple entre las 26 variables componentes de la Intensidad Moral Percibida sobre el

Consumo de Software Pirata (independientes) y el Consumo de Software Pirata (dependiente) obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 18 – Modelo de Regresión Lineal Múltiple entre las 26 variables componentes de la Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y el Consumo de Software Pirata

Resumen del Modelo				
Modelo	R	R ²	R ² Ajustado	Error Estandar de Estimación
1	0.47	0.22	0.22	8.49
2	0.51	0.26	0.25	8.29
3	0.53	0.28	0.27	8.21
a	Predictores:	(Constant) La mayoría de gente que conozco utiliza software pirata		
b	Predictores:	(Constant) La mayoría de gente que conozco utiliza software pirata Es un hecho que toda adquisición de software pirata promueve el atraso del país		
c	Predictores:	(Constant) La mayoría de gente que conozco utiliza software pirata Es un hecho que toda adquisición de software pirata promueve el atraso del país El uso de software pirata trae consecuencias negativas sobre un gran número de personas		

Se puede observar que, de las 26, sólo fueron 3 las variables que ingresaron al modelo como predictoras del consumo de software pirata. Entre ellas, y de manera independiente cada una, lograron explicar el 27% de la variabilidad del consumo de software pirata.

Cabe resaltar que en la tercera versión del modelo, la primera variable corresponde a la dimensión del Consenso Social, la segunda a la Probabilidad del Efecto y la tercera a la Concentración del Efecto. Ninguna variable correspondiente a la dimensión de la magnitud de las Consecuencias ingresó al modelo.

A juzgar por la lectura de los pasos, el mayor aporte a la explicación en el consumo de software pirata vendría por la variable “la mayoría de gente que conozco

usa software pirata”; sin embargo, para ser poder afirmar ello con mayor seguridad habría que analizar la matriz de coeficientes, tal como aparece a continuación:

Tabla 19 – Coeficientes Sin Estandarizar y Estandarizados del Modelo de Regresión Lineal Múltiple entre las 26 variables componentes de la Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y el Consumo de Software Pirata

Coeficientes (a)						
Modelo		Coeficientes sin estandarizar		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.94	2.08		4.29	.000
	La mayoría de gente que conozco utiliza software pirata.	3.30	0.45	0.47	7.40	.000
2	(Constant)	14.84	2.74		5.41	.000
	La mayoría de gente que conozco utiliza software pirata.	3.11	0.44	0.45	7.09	.000
	Es un hecho que toda adquisición de software pirata promueve el atraso del país.	-1.32	0.41	-0.20	-3.21	.002
3	(Constant)	18.12	3.14		5.76	.000
	La mayoría de gente que conozco utiliza software pirata.	3.05	0.44	0.44	6.99	.000
	Es un hecho que toda adquisición de software pirata promueve el atraso del país.	-1.06	0.43	-0.16	-2.48	.014
	El uso de software pirata trae consecuencias negativas sobre un gran número de personas.	-0.99	0.47	-0.14	-2.08	.039
a	Variable Dependiente: Consumo software pirata					

Al analizar los resultados de los coeficientes estandarizados (Beta) vemos que, efectivamente, es la variable de Consenso Social “la mayoría de gente que conozco utiliza software pirata” aquella que logra el mayor impacto en el consumo de software pirata.

Asimismo, revisando los signos de los coeficientes es posible notar que un aumento en la percepción que “la mayoría de gente que se conoce usa software pirata” lleva a un aumento en el consumo de software pirata; sin embargo el efecto de las otras

dos variables es inverso con respecto a la dependiente; es decir, aumentos en la certeza percibida que “todo consumo de software genera atraso en el país” ò que “el uso de software pirata trae consecuencias negativas sobre un gran número de personas” disminuyen el consumo de software pirata.

Estos aumentos o disminuciones, en cada punto de consumo de software pirata (de la ENCSP) estarían explicados por cada aumento o disminución en la cantidad (beta) de puntos percibidos sobre los tres reactivos específicos (de la EIMPCSP).

Por otro lado, se procedió realizar este mismo análisis de regresión con las 26 variables componentes de la intensidad moral percibida tratando de explicar el consumo de software pirata sólo entre aquellos hombres de estudios generales ciencias.

Los resultados se muestran en las dos siguientes tablas:

Tabla 20 – Modelo de Regresión Lineal Múltiple entre las 26 variables componentes de la Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y el Consumo de Software Pirata (entre aquellos hombres de EEGGCC)

Resumen del Modelo				
Modelo	R	R ²	R ² Ajustado	Error Estandar de Estimación
1	0.529	0.28	0.270	9.434
2	0.663	0.44	0.424	8.381
a	Predictores:	(Constant) La mayoría de gente que conozco utiliza software pirata		
b	Predictores:	(Constant) La mayoría de gente que conozco utiliza software pirata Es un hecho que toda adquisición de software pirata promueve el atraso del país		

Tabla 21 – Coeficientes Sin Estandarizar y Estandarizados del Modelo de Regresión Lineal Múltiple entre las 26 variables componentes de la Intensidad Moral Percibida sobre el Consumo de Software Pirata y el Consumo de Software Pirata (entre aquellos hombres de EEGGCC)

Coeficientes (a)						
Modelo		Coeficientes sin estandarizar		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.700	3.807		2.548	.013
	La mayoría de gente que conozco utiliza software pirata.	4.034	.773	.529	5.217	.000
2	(Constant)	20.671	4.189		4.935	.000
	La mayoría de gente que conozco utiliza software pirata.	4.159	.687	.545	6.049	.000
	Es un hecho que toda adquisición de software pirata promueve el atraso del país.	-3.070	.692	-.400	-4.438	.000
a	Variable Dependiente: Consumo software pirata					

Es importante resaltar que al tomar en cuenta solo el segmento de mayor consumo de software pirata, aquellos hombres de estudios generales ciencias, vemos que sólo 2 variables de la intensidad moral percibida sobre el consumo de software pirata logran predecir el 42% de la variabilidad del consumo real de software pirata, siendo este porcentaje mayor al modelo que toma en cuenta al total de la muestra (27%).

Ello quiere decir el consumo de software pirata entre aquellos hombres de EEGGCC se debe principalmente a las percepciones de: i) aceptación de la conducta entre sus pares y ii) certeza sobre si el consumo de software pirata genera daño al país.

Además vemos que la relación entre ambas variables con el consumo es distinto: pues mientras que en el caso del consenso es directa (mayor percepción de aceptación llevaría a un mayor consumo); en el caso de la certeza es inverso (mayor convicción que toda adquisición de software pirata genera atraso del país lleva a un menor consumo).

Cabe reiterar que todos estos análisis se realizaron de manera exploratoria y complementaria a las correlaciones, teniendo en cuenta que este estudio tiene un diseño correlacional. Sin embargo, sirven como pauta o marco de trabajo para posteriores estudios con diseños experimentales.

Finalmente, usando las tres metodologías (correlacional, contraste de medias entre grupos o regresión lineal) se pudo encontrar una relación inversa entre la intensidad moral percibida acerca del consumo de software pirata y la ejecución del mismo; vale decir: a mayor intensidad moral percibida menor será la probabilidad de ejecutar la conducta.

Asimismo, esta asociación tiene un nivel moderado siendo particularmente más alta para la dimensión del consenso social, y entre i) los hombres ò ii) aquellos alumnos de Estudios Generales Ciencias ò iii) aquellos hombres de Estudios Generales Ciencias (recordar que su nivel de consumo era más alto).



Discusión

El objetivo principal de este trabajo de investigación era conocer si existía relación entre la Intensidad Moral Percibida en el Consumo de Software Pirata y el consumo mismo.

A través de la data empírica se encontró que existe una moderada relación inversa entre ambas variables; siendo ésta incluso más fuerte entre i) los hombres, ii) aquellos pertenecientes a Estudios Generales Ciencias ó iii) aquellos hombres de EEGGCC; coincidentemente aquellos segmentos que exhiben mayor Consumo de Software Pirata y perciben menos Intensidad Moral en la acción (válido sólo para hombres).

Vale decir, los hombres exhiben mayores niveles de consumo de software pirata y también exhiben niveles menores de intensidad moral percibida sobre esa conducta. Es decir, realizarían la acción en mayor medida sin sentir que la misma pudiera entrar en discrepancia con sus normas internas o externas (no genera cuestionamientos de tipo moral).

Esto es consistente con lo expuesto en el marco teórico donde se señaló al género como una variable relevante para explicar las diferencias tanto en el consumo de software pirata como en la intensidad moral percibida sobre esta conducta.

De esta manera, la Intensidad Moral Percibida aparece como una variable relevante en el proceso de toma de decisiones relacionadas al consumo de software

pirata. Ello refuerza lo enunciado en otros estudios donde se sugería que la misma poseía una relación inversa con la *intención* de adquirir software pirata (Al – Rafee et al, 2006; Gupta et al, 2004; Limayem et al, 2004; Tan, 2002; Ang et al, 2001; Kreie et al, 1999 y Dodge et al, 1996).

En segundo lugar es importante destacar que este sería uno de los pocos estudios que ha encontrado (o ha buscado) relación entre la Intensidad Moral Percibida y el último paso del Modelo de Toma de Decisiones Contingente a la Acción: La Conducta.

Cabe recordar que la mayoría de los estudios anteriores, basados en la Teoría de la Acción Planeada (Ajzen, 1991), buscaron y hallaron relaciones entre la Intensidad Moral Percibida y las Intenciones de Adquirir Software Pirata.

Ello da soporte empírico al Modelo de Toma de Decisiones Contingente a la Acción en su último eslabón: estableciendo la relación entre la Intensidad Moral Percibida, (activadora del reconocimiento moral) y la conducta moral entendida como aquella que es producto de un razonamiento moral.

En tercer lugar, y relacionado al análisis de las cuatro dimensiones de la Intensidad Moral en conjunto se puede decir que existe un nivel medio de Intensidad Moral Percibida en el Consumo de Software Pirata, siendo este a su vez significativamente mayor entre las mujeres (quienes se ubicaron en promedio en un nivel alto de intensidad moral percibida); y quienes exhibieron a su vez niveles significativamente menores de consumo de software pirata (es decir, lo contrario a lo sucedido con los hombres).

Ello podría deberse a: a) el usuario típico de software es, en términos generales, hombre y éste podría estar más familiarizado; y por ende, ser más tolerante con respecto al consumo de software pirata, b) según data de estudios anteriores (Silver et al, 2000; Kini et al, 2000) las mujeres percibirían la intensidad moral en mayor medida en aquellas acciones donde el consumo del producto implica una posible trasgresión o c) la acción planteada podría tener asociados bajos niveles de auditoría, lo que haría aparecer a las diferencias de género en las percepciones de intensidad moral.

Por otro lado, en general, los estudiantes universitarios se muestran conscientes acerca de las consecuencias negativas derivadas del consumo de software pirata, relacionado a la alta probabilidad que sus efectos negativos sucedan afectando a una gran cantidad de personas, pero al mismo tiempo muestran un gran soporte social al consumo de software pirata.

Relacionado a lo anterior, dentro de las dimensiones de la Intensidad Moral Percibida, el Consenso Social percibido de la acción fue el aspecto del constructo más asociado al consumo mismo.

Asimismo el análisis descriptivo de esta dimensión mostró que, dentro del ambiente universitario, existe un gran respaldo al consumo de software pirata, principalmente en la figura de los amigos.

Vale decir que, dentro de la universidad, el consumo de software pirata goza de gran aceptación frente a los pares, siendo incapaz de generar cuestionamiento moral

alguno (desde ese aspecto) ya que la conducta se encuentra validada por el grupo de referencia inmediato.

En ese sentido sería lógico inferir que el Consenso Social sería capaz de moderar el efecto perceptual de las otras tres dimensiones que muestran los efectos negativos del consumo del software pirata. Vale decir, sería tan fuerte la aceptación de la que goza el consumo del software pirata entre los estudiantes que contrarrestaría el peso de las consecuencias negativas del mismo. Al generarse esta compensación, los estudiantes serían capaces de evitar cualquier conflicto interno que genere disonancia, cuestionamientos de tipo moral; y por ende, activación del módulo de la conducta moral.

Asimismo esto se reforzó, cuando al realizar el análisis exploratorio de regresión lineal múltiple con todas las variables componentes de la intensidad moral percibida sobre el consumo de software pirata en dos escenarios (total muestra y hombres de EEGGCC), la variable de Consenso Social “*la mayoría de gente que se conoce usa software pirata*” fue la más predictiva en ambos modelos.

Todo lo anterior es consistente con los estudios anteriores entre estudiantes universitarios que señalan la relación entre su intensidad moral percibida ó actitudes hacia el consumo de software pirata y la de su comunidad inmediata entendida principalmente como sus pares (Liang et al, 2005; Kini, et al, 2004, 2003, 2001; Siegfried, 2004; Business Editors et al, 2003; Seale et al, 1998; Shim et al, 1991; Solomon et al, 1990; Cohen et al 1989).

En cuarto lugar, otro aprendizaje del presente estudio es la alta penetración de consumo de software pirata entre los universitarios, siendo que aproximadamente nueve de cada diez realizó (en al menos una ocasión) alguna de las doce conductas tipificadas como consumo de software pirata en los tres meses anteriores a la aplicación del instrumento.

Ello es consistente con lo expuesto en la revisión teórica, donde se señaló a los estudiantes universitarios como un grupo particularmente expuesto y favorecido para el consumo de software pirata (por requerimiento académico, habilidades tecnológicas superiores, limitaciones de dinero y contacto con una red de compañeros en condiciones similares que da soporte a las acciones de consumo pirata).

Ligado también a este aprendizaje destaca el hecho que sea el *uso* la conducta de consumo más extendida entre los alumnos; mientras que *los juegos de PC* sean el tipo de software preferido para consumirse en versión pirata.

Esto estaría relacionado con la etapa de la formación universitaria en que se encuentran los estudiantes encuestados, donde los requerimientos de software específico de la carrera están todavía ausentes, centrándose básicamente en el software de entretenimiento.

Asimismo, el hecho que esta penetración (ó el consumo) sea significativamente mayor entre los hombres respalda la evidencia de estudios anteriores que señalan la alta incidencia de este fenómeno entre los varones (Hinduja, 2003; Tan, 2002; Ang et al,

2001; Moores et al, 2000; Peace, 1997; Sims et al, 1996; Simpson et al, 1994; Ruegger & King, 1992).

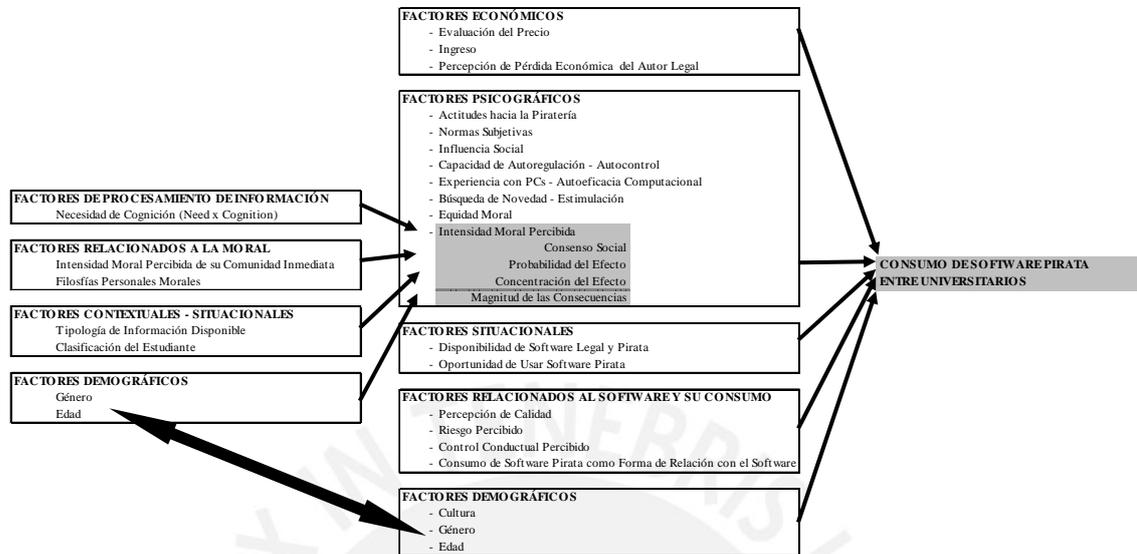
Otro grupo con un consumo de software pirata significativamente mayor serían los de Estudios Generales Ciencias, quienes compran o copian software pirata en mayor medida que sus pares de Letras, presumiblemente juegos de PC o enciclopedias multimedia. Esto puede estar relacionado con una serie de hipótesis; a saber: mayor eficacia computacional de este grupo, cultura colectivista que promueve el shareware informático y entender la piratería como una forma particular de relacionarse con el software.

Asimismo, el presente estudio encontró el segmento resultante de la interacción de las dos anteriores menciones: hombres de EEGGCC fue el segmento que exhibió el mayor nivel de consumo de software pirata. Ello estaría explicado por el efecto conjunto de ambas variables como condiciones disparadoras del consumo.

Pasando ya a la relevancia de esta investigación, a pesar de tener una serie de limitaciones metodológicas como se verán más adelante, sus resultados son útiles para:

En primer lugar, establecer evidencia para un Modelo Hipotético de Consumo de Software Pirata entre Estudiantes Universitarios de manera conjunta con todo lo enunciado en el marco teórico. Este modelo sería, más o menos así:

Diagrama 1: Modelo Hipotético de Consumo de Software Pirata entre Estudiantes Universitarios



En segundo lugar, establecer una primera evidencia acerca del consumo de software pirata en el ambiente universitario, así como su relación con la intensidad moral percibida; sirviendo de base para posteriores estudios que profundicen el conocimiento en el segmento universitario (públicas vs. privadas) o lo extiendan a otros segmentos (ej. Opinión Pública) u otros fenómenos de consumo “proscrito” por la ley (piratería musical, de videos, etc.) teniendo en cuenta, como se muestra en los diagramas 2 y 3 que el fenómeno del consumo de software pirata puede ser visto desde otras audiencias con potencial consumo ó que el consumo de software pirata representa un subconjunto del fenómeno piratería, como veremos a continuación:

Diagrama 2: Posibles Audiencias Consumidoras de Software Pirata

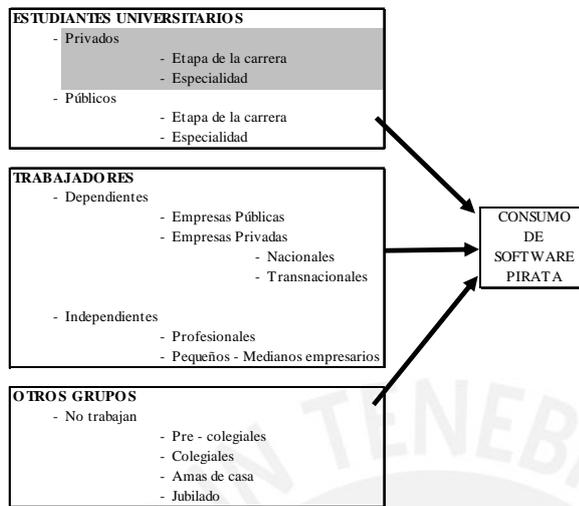
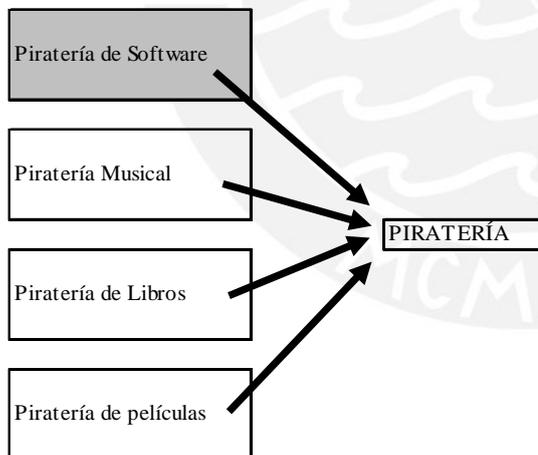


Diagrama 3: Fenómeno de la Piratería

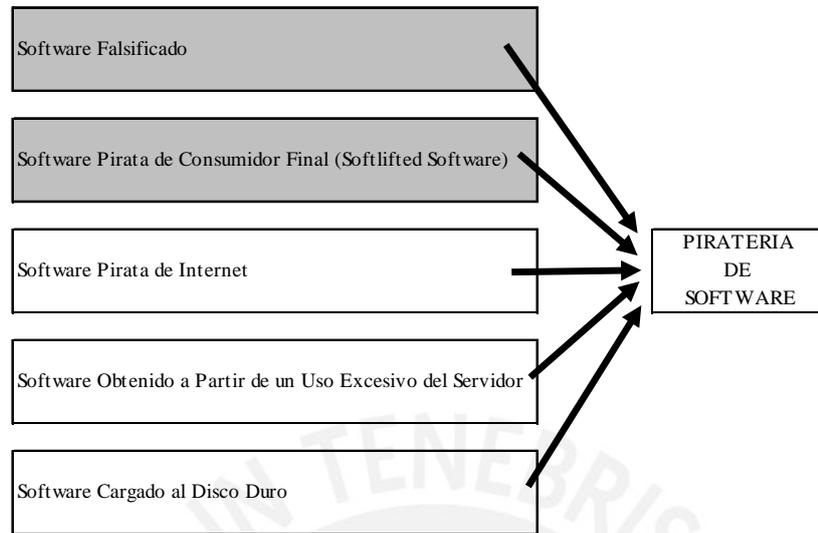


En tercer lugar, diseñar campañas de comunicación entre universitarios que refuercen las consecuencias negativas del consumo de software pirata. Estas campañas deberán ser lo suficientemente vívidas e impactantes para atenuar el efecto del consenso social del cual goza esta acción. De manera específica, y derivado del análisis de regresión lineal múltiple, las campañas podrían centrarse en tratar de atenuar la percepción que “la mayoría de gente que conocen los estudiantes usan software pirata” a través de la intensificación de la probabilidad y concentración de los efectos derivados del consumo de software pirata.

Por otro lado, las limitaciones de este estudio provienen principalmente por el lado de la muestra ya que se trató de una muestra por conveniencia de estudiantes de pregrado de una universidad particular, la cual impide hacer inferencias categóricas sobre el total de universidades de Lima Metropolitana o indagar sobre la intensidad moral percibida y el consumo de software pirata entre aquellos alumnos que supuestamente lo usarían con mayor frecuencia: los estudiantes de facultad que necesitan software especializado debido a la currícula de sus carreras.

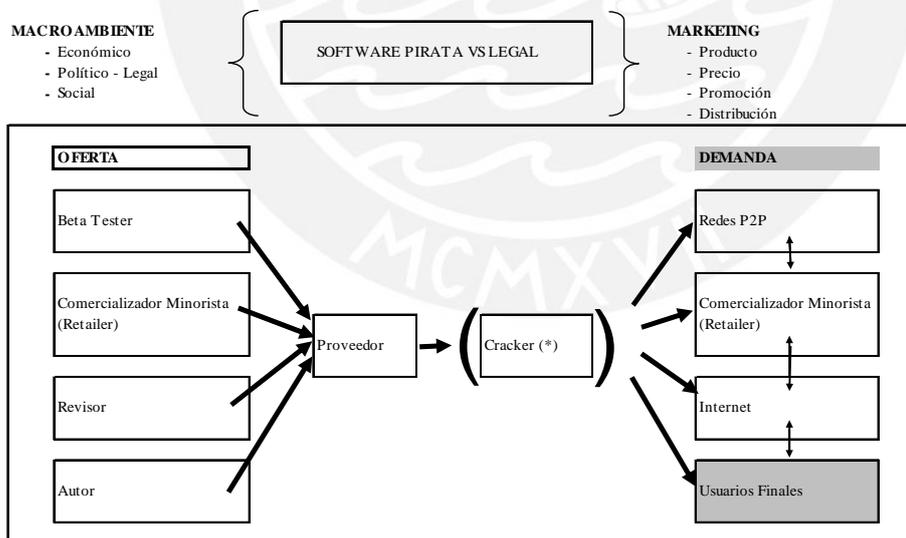
Finalmente, el presente estudio representa un aporte al conocimiento del consumo de software pirata entre universitarios privados de Lima Metropolitana, que representan una parte del consumo entre universitarios, que representan a su vez una parte del consumo de software pirata, que fue abordado en el presente estudio a partir de dos de las cinco tipologías de consumo de software pirata como se muestra en el siguiente diagrama:

Diagrama 4: Tipologías de Software Pirata



Asimismo, recordar que la presente investigación profundizó en la parte de la demanda del fenómeno, los usuarios finales, como se muestra en el siguiente diagrama:

Diagrama 5: Fenómeno de Software Pirata



Sin embargo, la problemática del consumo de software pirata debe ser abordada desde todos los ángulos, de buscar una solución efectiva al mismo.