

Estudo Mercado Esportivo de Produtos
Piratas no Brasil

ÁPICE

Trabalhando pelo
mercado esportivo
do Brasil





O Estudo

Realizado a cada 2 anos (4º edição), o estudo apresenta as dimensões e perfil de consumo de produtos esportivos piratas, desagregados em 5 categorias de produtos:

- 1. Calçados**
- 2. Roupas em geral**
- 3. Camisas de futebol**
- 4. Óculos**
- 5. Bonés**

Sumário dos Resultados



Mercado Esportivo de Produtos Piratas no Brasil

O impacto alarmante do mercado ilícito na economia, nos empregos e no erário público.

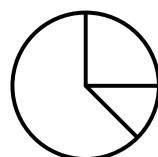
2025



225,1 mi

▲ +29,8%

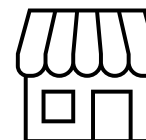
(eram 173,4 mi em 2023)
de produtos esportivos
não-originais consumidos



34%

▲ +4 pp

(eram 30% em 2023)
de **participação** da pirataria no
mercado esportivo



56%

▼ -7 pp

(eram 63% em 2023)
adquiridos pelo **varejo físico**



44%

▲ +7 pp

(eram 37% em 2023)
adquiridos pelo **varejo online**

Mercado Esportivo de Produtos Piratas no Brasil

O impacto alarmante do mercado ilícito na economia, nos empregos e no erário público.

2025



R\$ 31,8 bilhões

▲ +38,3%

(eram R\$ 23 bi em 2023)

Prejuízo potencial do mercado esportivo



R\$ 7,4 bilhões

▲ +42,3%

(eram R\$ 5,2 bi em 2023)

Impostos que deixaram de ser recolhidos



60 mil

▲ +15 mil

(eram 45 mil em 2023)

Empregos perdidos/não gerados
apenas na produção

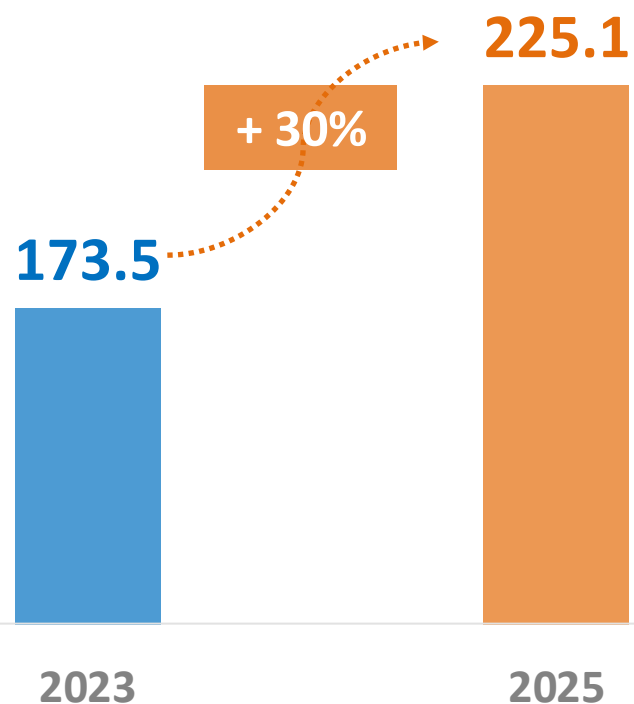


Evolução do Mercado Brasileiro de Produtos Esportivos Piratas

Evolução do Mercado de Produtos Esportivos Piratas

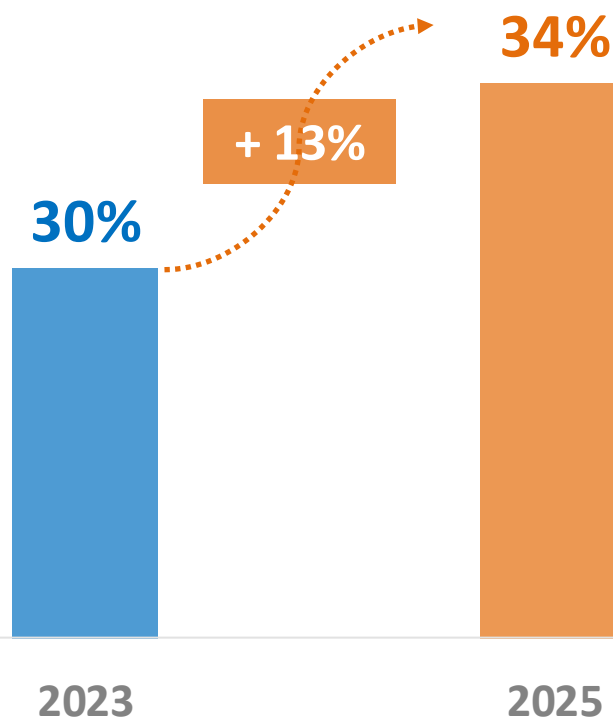
Venda de Produtos Esportivos Piratas no Brasil

Em milhões de peças/pares



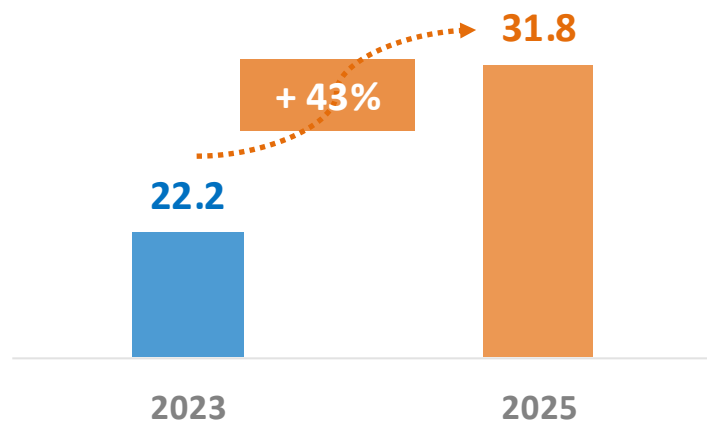
Participação dos Produtos Piratas no Mercado Brasileiro

Em %

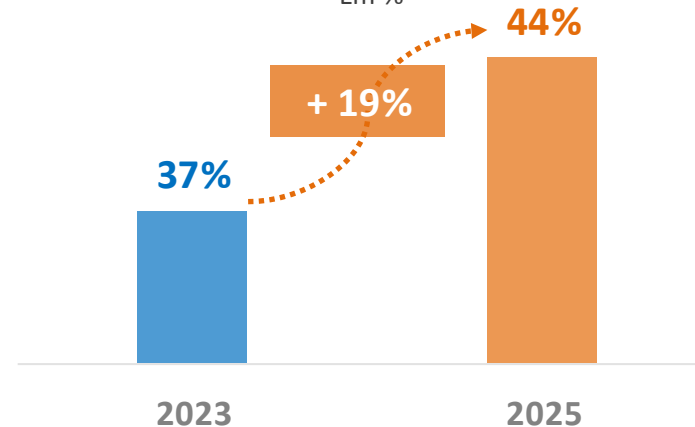


Evolução do Mercado de Produtos Esportivos Piratas

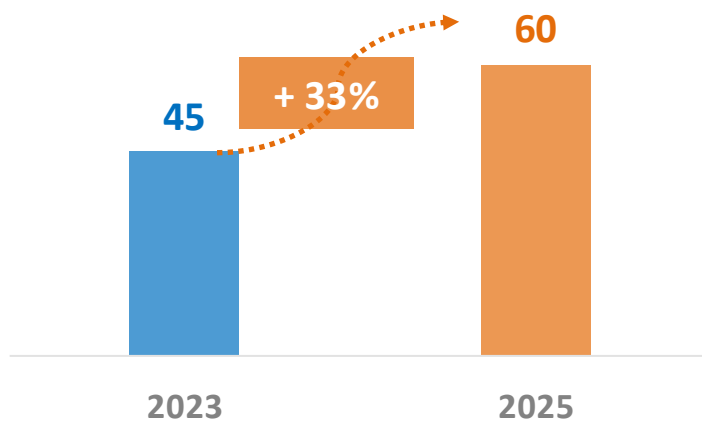
Perda Potencial para o Setor Esportivo Brasileiro
Em bilhões de Reais



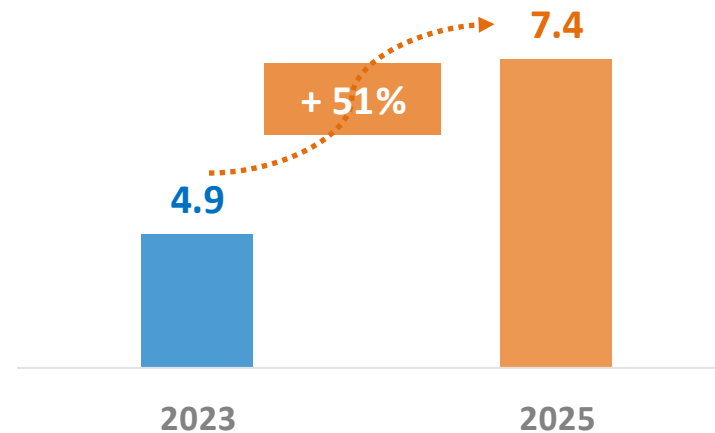
Participação do canal **Online** nas vendas de
Produtos Piratas
Em %



Perda Potencial de **Empregos**
Em mil empregos



Impostos que Deixam de ser Arrecadados
Em bilhões de Reais



Destaques do Perfil do Consumo

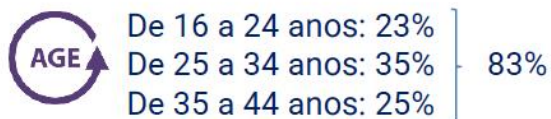


Destaques do Perfil dos Consumidores

Perfil dos Consumidores de Produtos Piratas



Idade: Media 35 anos



Poder de compra: C2



Renda Familiar: 4,2 salários
mínimos por mês

Canal de compra:



39% loja física
44% loja virtual
17% ambulante,
revendedora, sacoleira e varal

Localização da loja física:



34% rua
47% shopping
19% centro comercial/galeria

Frequência de compra:



Media 2,9 vezes ao ano

Mix adquirido de Produtos não originais:



37% roupas esportivas
28% tênis (esportivo e casual)
20% camiseta de time de futebol
14% óculos (de sol e de grau)

Compra média:



Ticket médio: R\$ 195 por compra
Quantidade: 1,7 peças ou pares
Preço médio: R\$ 116

Onde mora:



44% mora na capital
28% na região metropolitana

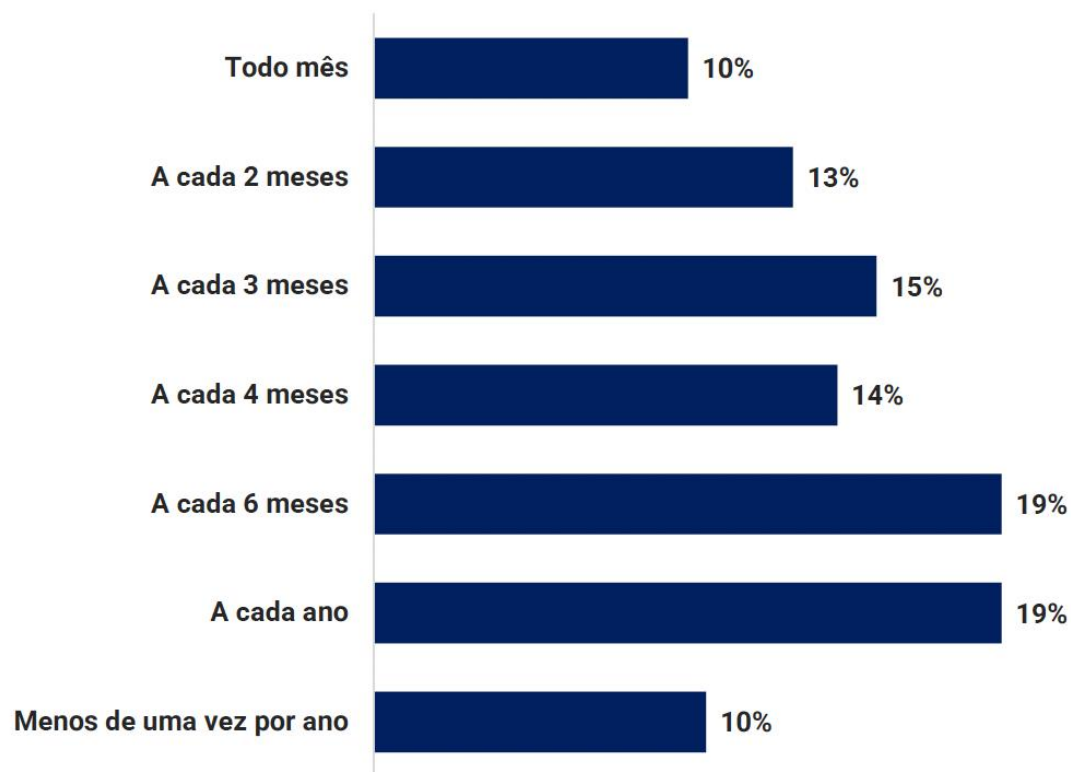
Motivações para comprar produtos não originais:



69% preço mais barato que o produto original
44% aparência semelhante ao produto original
26% substituir uma peça antiga

Destaques do Perfil dos Consumidores

Frequência de Compra



Em % de Compradores
Amostra = 2.000

Fica evidente que a maior parte dos consumidores procura comprar artigos esportivos a cada 6 meses ou a cada ano (19% das respostas, cada período).

Entretanto, quando combinamos todos os perfis de compradores, a frequência média de compra fica e próxima a cada 3 ou 4 meses, ou 3,6 vezes por ano, o mesmo registrado na pesquisa realizada em 2023.

10% dos consumidores optam por compras de “menos de uma vez por ano”, o que indica uma preferência por produtos duradouros e compras mais ocasionais.

Verifica-se que na média geral os consumidores compram produtos esportivos 3,6 vezes ao ano.

Média 3,6
vezes ao ano (2025)

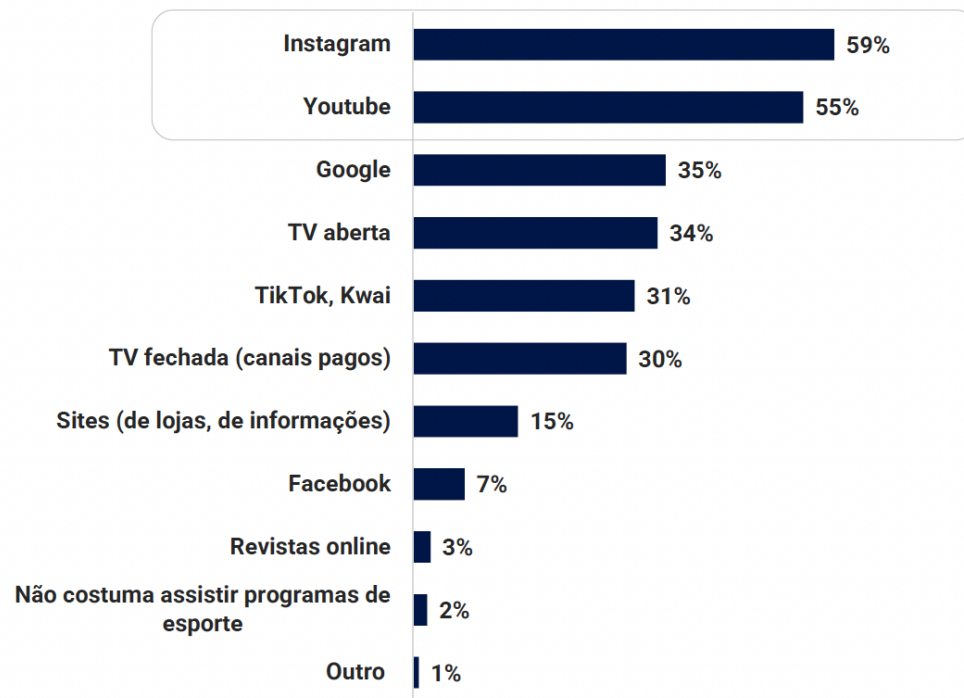
média 3,6 vezes ao
ano em 2023

Destaques do Perfil dos Consumidores

Perfil dos Consumidores de Produtos Piratas

Canais que usa para se manter informado sobre esportes | 2026

Selecione os 3 principais canais que você utiliza para se manter informado(a) sobre os principais esportes que você acompanha ou pratica.



Nota: Respostas múltiplas

Em relação às redes utilizadas para os consumidores se informarem sobre os esportes que acompanham, o Instagram foi o mais mencionado (59%). Logo em seguida está o Youtube, selecionado por 55% dos respondentes.

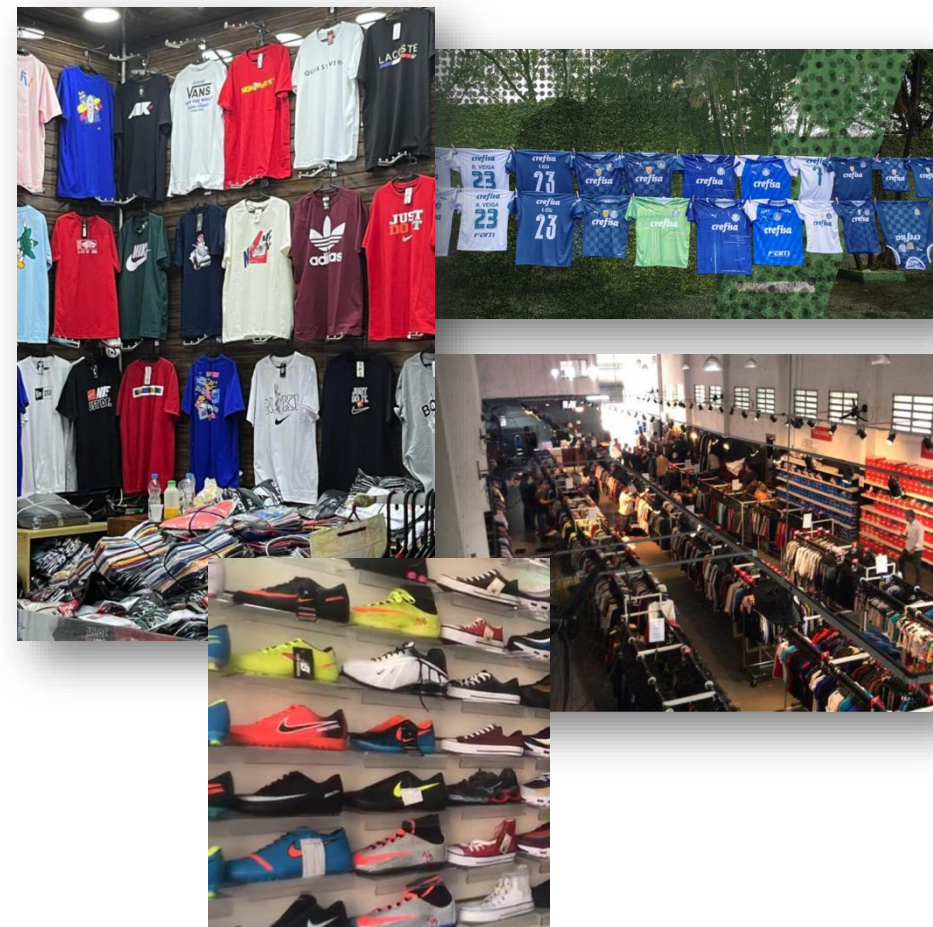
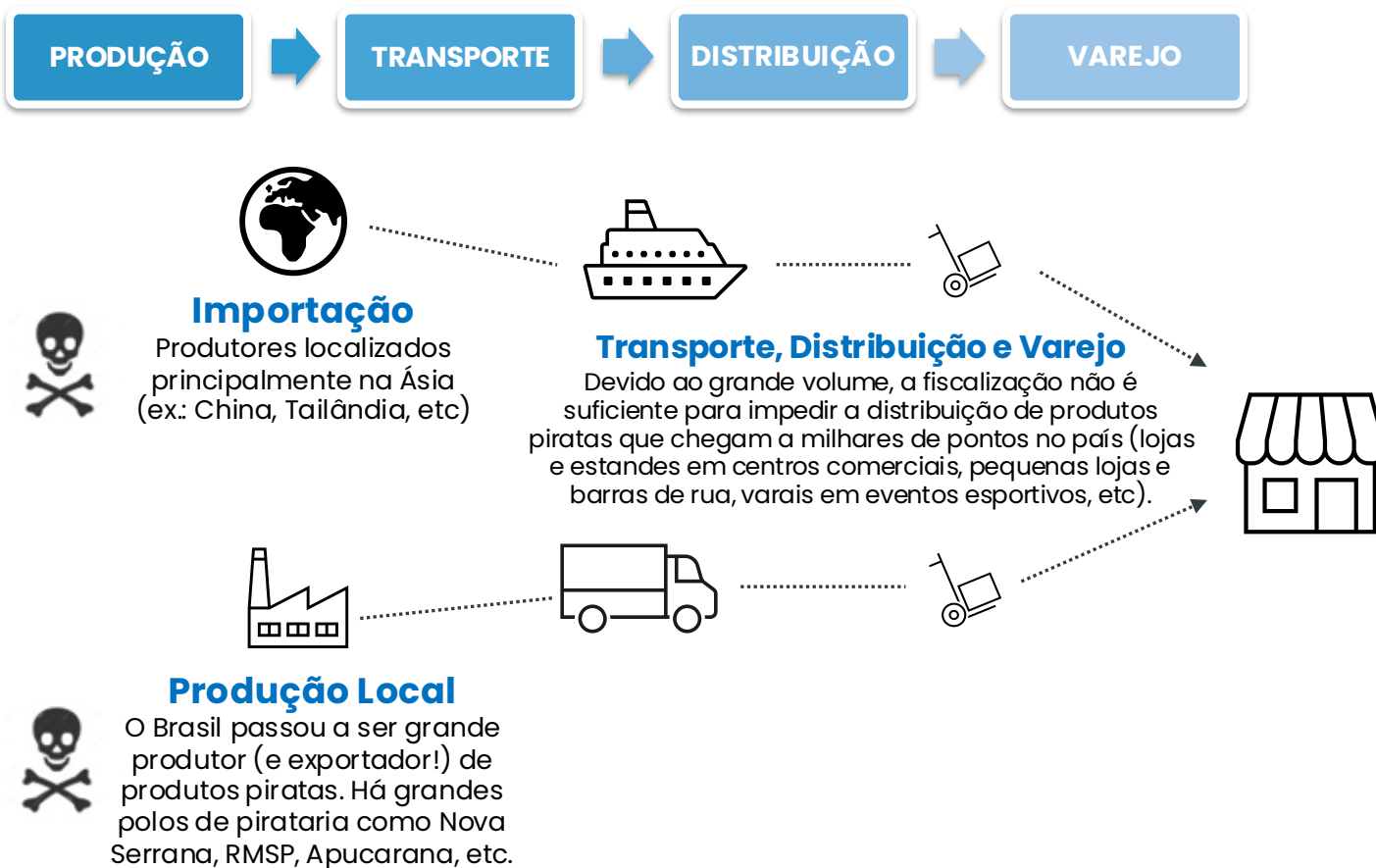
O Google aparece com 35% enquanto a TV aberta aparece com 34%. Os dados evidenciam a troca da TV aberta por plataformas digitais como principal fonte de informação esportiva.

Em % de Compradores
Amostra = 2.000

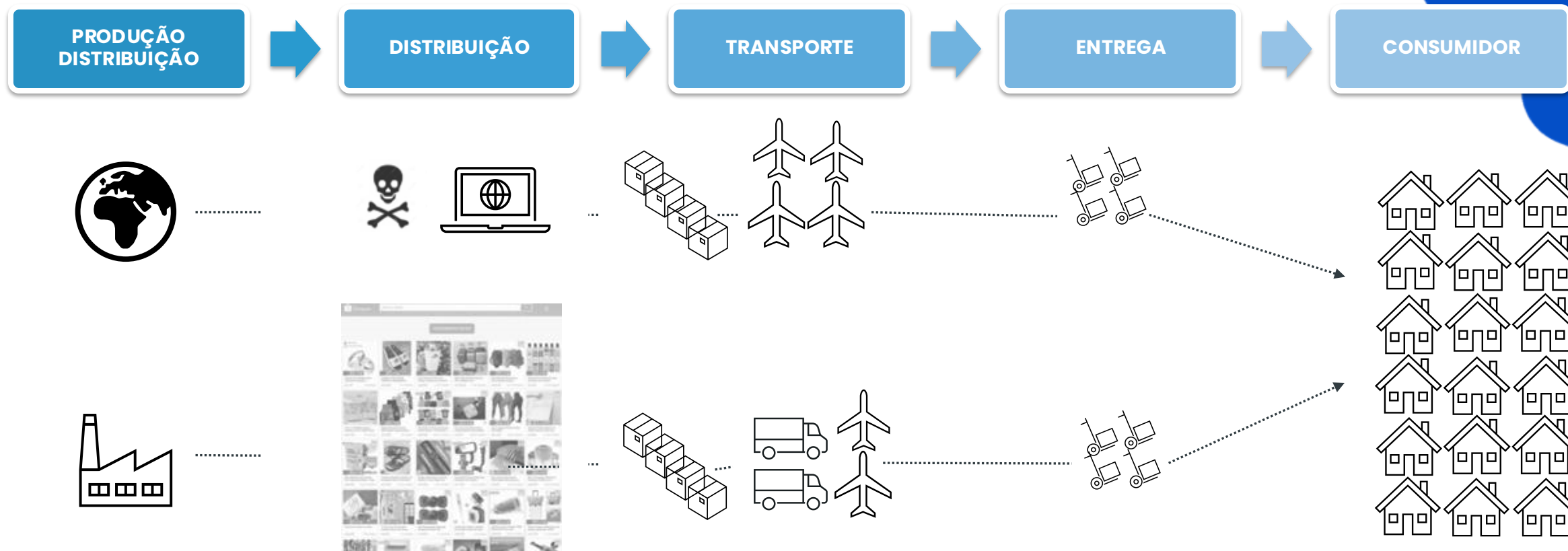
Pirataria | Comércio Físico

Até poucos anos atrás, a pirataria ocorria exclusivamente por meio do comércio físico, nos centros de comércio popular de cidades médias e grandes, além do entorno de eventos esportivos.

- **Distribuição tradicional**



Pirataria | Comércio Online



Importação e Produção Local

A origem da pirataria não sofreu grandes alterações. Os produtos piratas seguem originados tanto do exterior, quanto de ampla produção existentes no Brasil.

Oferta

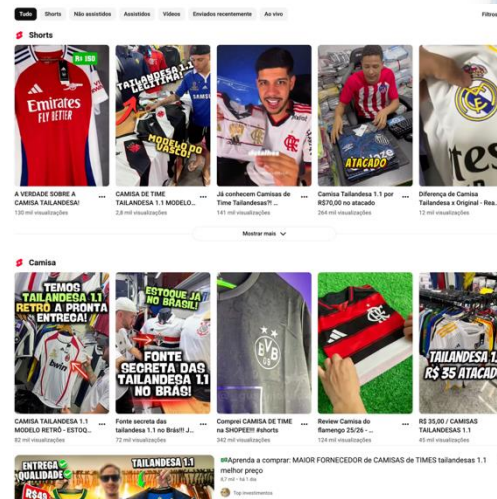
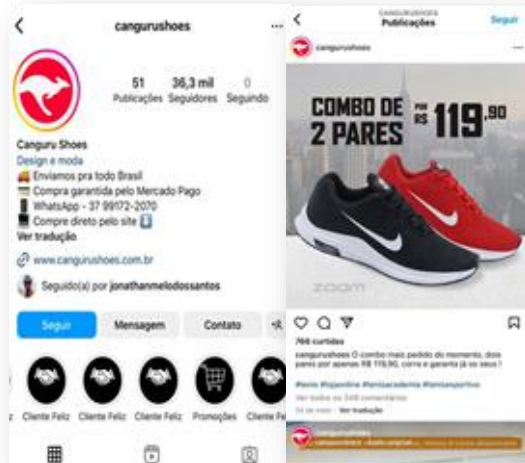
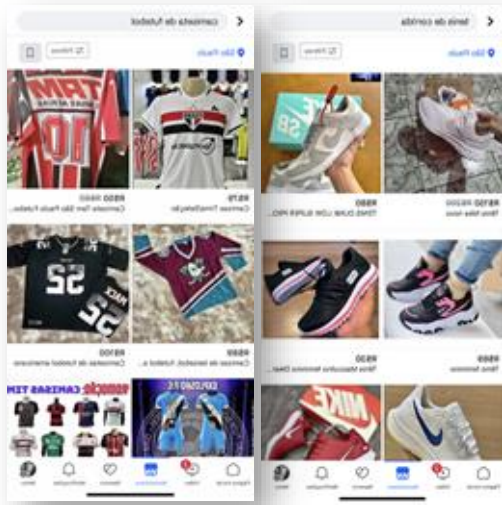
Os produtos piratas passam a ser oferecidos via marketplaces, sites, redes sociais e outros canais digitais. Com isso, o alcance é ampliado a consumidores localizados em todo o país. Os vendedores se escondem em perfis falsos que, quando descobertos, rapidamente migram para outros perfis, mantendo assim as ofertas sempre disponíveis. Os vendedores internacionais não precisam se arriscar com grandes volumes em containers ou aviões que são fiscalizados pela Receita Federal, assim como os nacionais, em caminhões que são fiscalizados pela PRF.

Transporte e Entrega

Com a comercialização já concluída via online, os produtos piratas são transportados em pequenos pacotes, normalmente misturados com outros produtos lícitos e entregues diretamente nos endereços indicados pelos consumidores, dificultando muito a fiscalização por parte das autoridades competentes.

Pirataria no Comércio Online: Além dos Marketplaces

- A pirataria no ambiente online transcende os limites dos marketplaces tradicionais, apresentando-se em larga escala de forma descentralizada, comumente utilizando outras plataformas digitais (redes sociais), tais como Instagram, Facebook, Youtube e TikTok.
- A dificuldade em rastrear e mapear as ofertas realizadas nessas plataformas é ainda maior quando comparada aos marketplaces convencionais.





Consumo de Produtos Esportivos Piratas

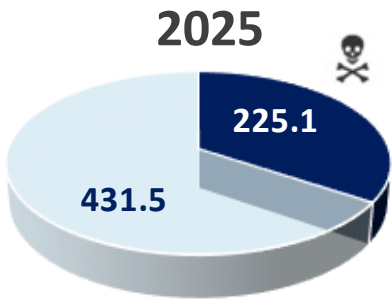
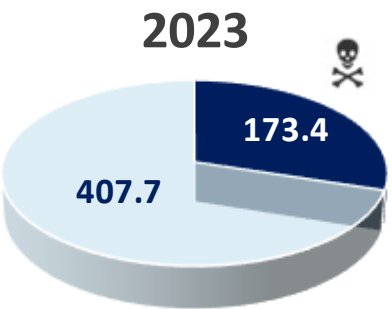
ANÁLISE DOS SEGMENTOS

Mercado Esportivo de Produtos Piratas – Total Agregado

Prejuízo Potencial 2025: R\$ 32 bilhões

CONSUMO

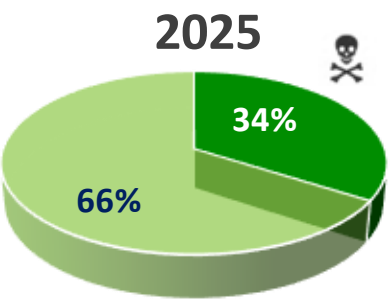
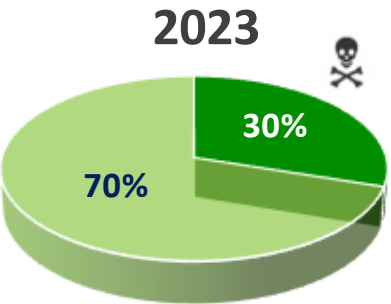
em milhões de peças



■ Pirata ■ Original

PARTICIPAÇÃO

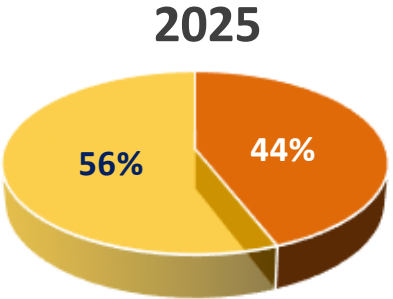
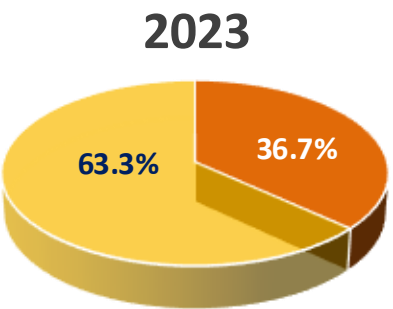
em % peças



■ Pirata ■ Original

CANAIS

em % de peças piratas



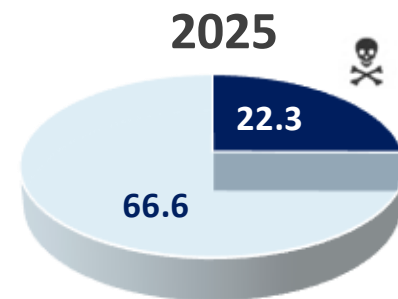
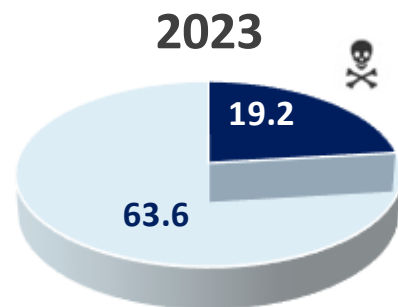
■ Online ■ Físico

Mercado Esportivo de Produtos Piratas – Tênis

Prejuízo Potencial 2025: R\$ 4,7 bilhões

CONSUMO

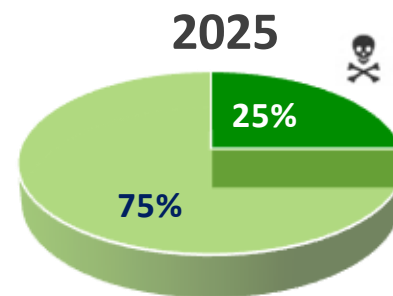
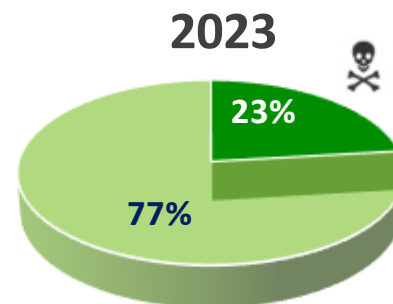
em milhões de peças



■ Pirata ■ Original

PARTICIPAÇÃO

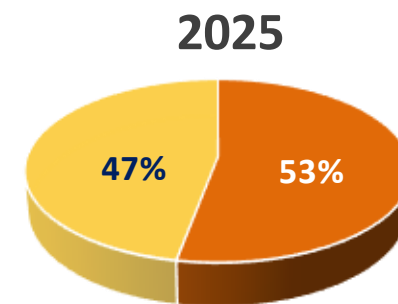
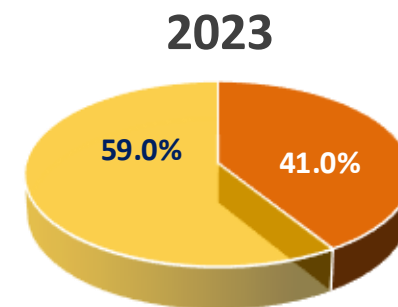
em % peças



■ Pirata ■ Original

CANAIS

em % de peças piratas ☠



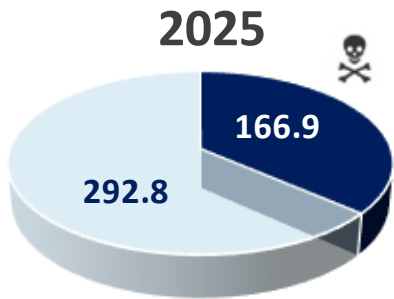
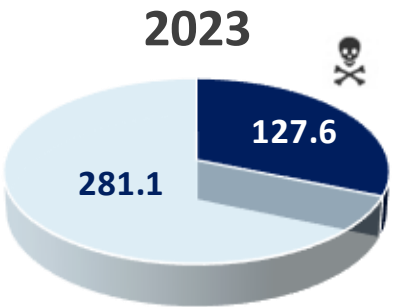
■ Online ■ Físico

Mercado Esportivo de Produtos Piratas – Roupas Esportivas

Prejuízo Potencial 2025: R\$ 16,2 bilhões

CONSUMO

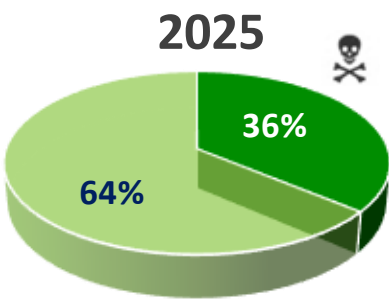
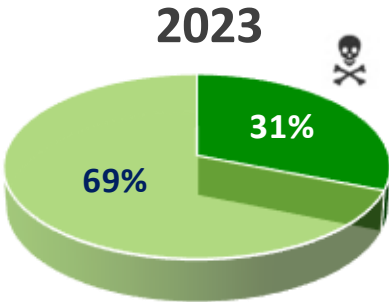
em milhões de peças



■ Pirata ■ Original

PARTICIPAÇÃO

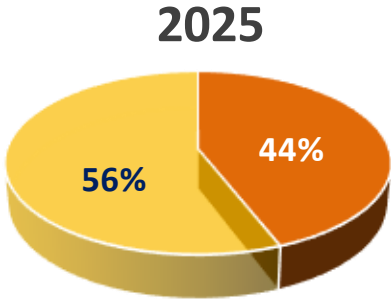
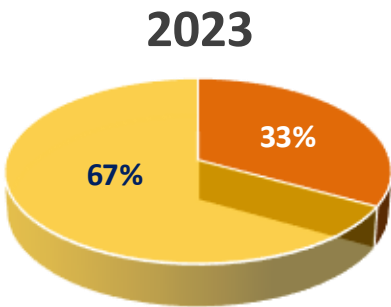
em % peças



■ Pirata ■ Original

CANAIS

em % de peças piratas ☠



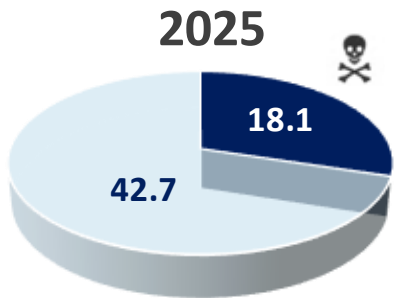
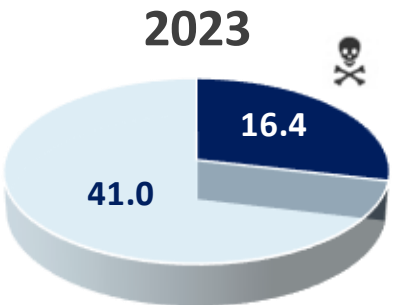
■ Online ■ Físico

Mercado Esportivo de Produtos Piratas – Camisas de Futebol

Prejuízo Potencial 2025: R\$ 3,6 bilhões

CONSUMO

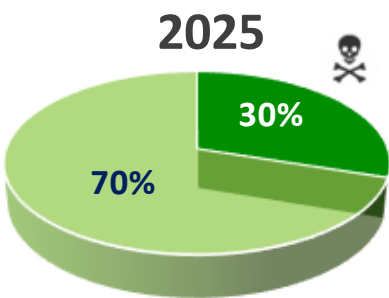
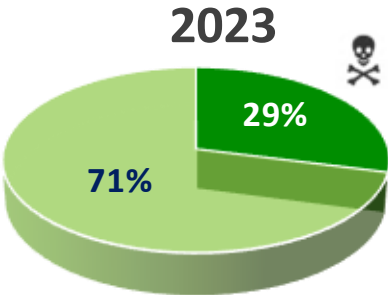
em milhões de peças



■ Pirata ■ Original

PARTICIPAÇÃO

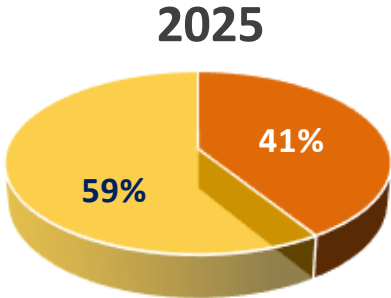
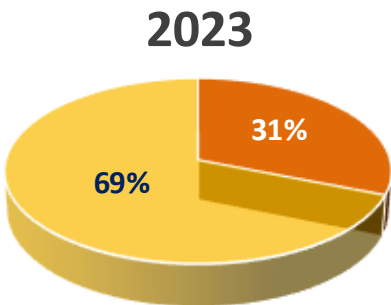
em % peças



■ Pirata ■ Original

CANAIS

em % de peças piratas



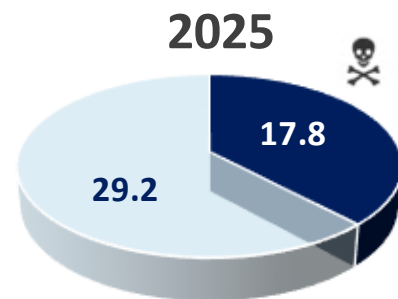
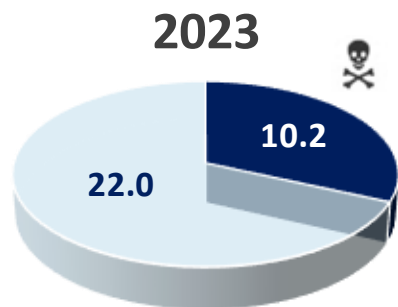
■ Online ■ Físico

Mercado Esportivo de Produtos Piratas – Óculos

Prejuízo Potencial 2025: R\$ 6,2 bilhões

CONSUMO

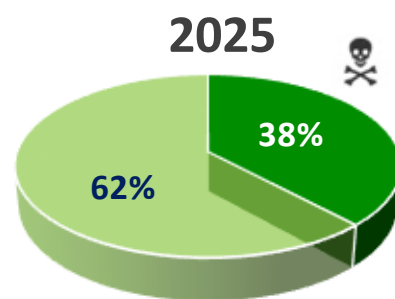
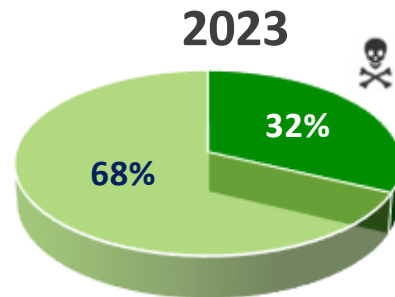
em milhões de peças



■ Pirata ■ Original

PARTICIPAÇÃO

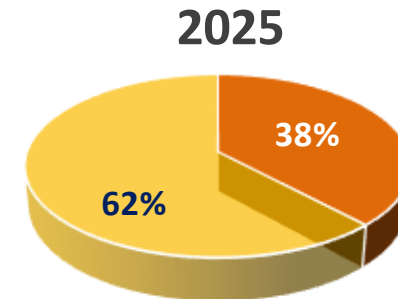
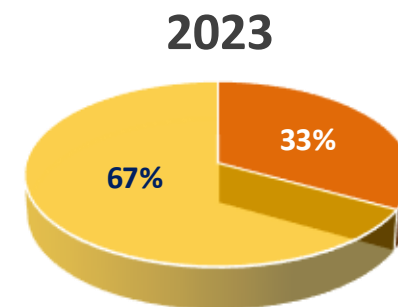
em % peças



■ Pirata ■ Original

CANAIS

em % de peças **piratas** ☠



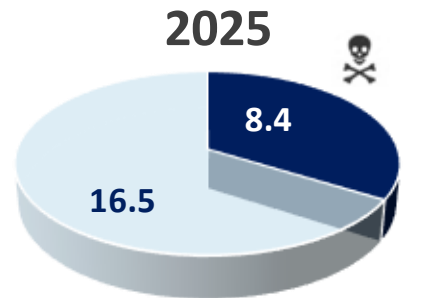
■ Online ■ Físico

Mercado Esportivo de Produtos Piratas – Bonés

Prejuízo Potencial 2025: R\$ 1,3 bilhão

CONSUMO

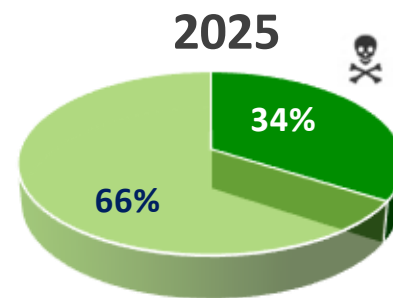
em milhões de peças



■ Pirata ■ Original

PARTICIPAÇÃO

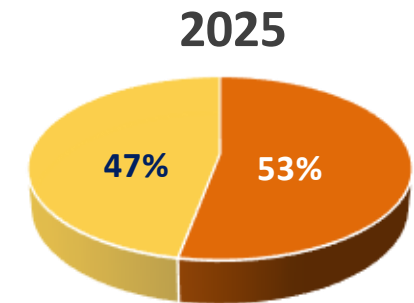
em % peças



■ Pirata ■ Original

CANAIS

em % de peças piratas ☠



■ Online ■ Físico

ÁPICE

Trabalhando pelo
mercado esportivo
do Brasil

Obrigado

apicebrasil.org.br

   @apicebrasiloficial

