

69% dos consumidores já compraram réplicas ou produtos falsificados, mostra SPC Brasil

Preço mais baixo é justificativa para 59% dos consumidores. Praticamente metade dos usuários de produtos não originais esconde a compra

Esbanjar uma camisa ou celular com marca famosa é um hábito antigo de pessoas de todas as classes sociais e idades. Porém, quando o produto é falsificado ou uma réplica, a satisfação pode dar lugar ao constrangimento. É o que mostra um estudo inédito realizado pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pelo portal [Meu Bolso Feliz](#) que buscou entender como funciona o mercado de réplicas e falsificados no Brasil e os motivos que levam o consumidor a esse tipo de compra. A pesquisa revela que 69% dos brasileiros já compraram produtos não originais, principalmente roupas (39%), calçados (22%) e eletrônicos (17%).

Em números absolutos, isso representa que 45,3 milhões de pessoas já adquiriram réplicas ou produtos falsificados. Os itens mais comercializados são roupas, acessórios e calçados, e o público que mais compra é jovem, pertence à classe C e possui menor escolaridade.

Foi identificado na pesquisa que praticamente metade (49%) dos usuários de produtos não originais esconde a realidade da compra – principalmente pessoas até 55 anos, pertencentes à classe C e de menor escolaridade. Desses, 24% ficariam muito constrangidas caso alguém descobrisse.

Preço mais baixo dos falsificados facilita acesso a pirataria

De acordo com os dados levantados, a principal justificativa para a compra é o preço mais baixo. Segundo a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, o valor bem inferior ao de um produto original é o que facilita o acesso de pessoas com ao universo do luxo. A pesquisa revela: oito em cada dez consumidores de falsificados ou réplicas (83%) comprariam os produtos originais, se pudessem.

“Para quem tem recursos financeiros inferiores aos valores dos produtos de luxo, a compra de falsificados é um dos mecanismos encontrados para inserir-se no mercado de marcas famosas”, diz a especialista. “A compra expressa o desejo de adquirir *status*, diferenciar-se dos outros, e sentir-se como parte de um grupo ‘exclusivo’ de pessoas”, explica.

48% dos compradores já foram enganados na hora da compra

Segundo a pesquisa do SPC Brasil, 48% dos entrevistados já foram enganados sobre a legitimidade dos produtos na hora da compra. “Entre réplicas e falsificados, muitas vezes é difícil diferenciar os produtos do original. Isso facilita a enganação por parte dos vendedores”, explica Kawauti. “O ambiente da compra pode ser um importante fator para o consumidor se atentar. Independentemente se for em uma loja de rua, shopping popular ou supermercados, é válido reparar na qualidade do produto e informações da marca que visam diferenciar o verdadeiro do falso.”

Cerca de 40% dos consumidores disseram não perceber as diferenças entre as réplicas e os produtos piratas, ainda que 43% acreditem que as réplicas têm qualidade superior. Quando se observa a opinião dos que não compram produtos não originais, 63% afirmam que esses itens não possuem a mesma qualidade. Porém, apenas uma em cada dez pessoas (12%) cita motivos éticos para evitar a compra de falsificados, ao dizer que não quer financiar o mercado ilegal.

Comércio ilegal representa prejuízo para a economia

Segundo o presidente do SPC Brasil, Roque Pellizzaro Junior, além da discussão sobre qualidade ou constrangimento do consumidor, a compra e venda de produtos não originais envolve problemas e discussões muito maiores. “O comércio de itens falsificados definitivamente representa um prejuízo para a economia do país e graves riscos para a saúde e o meio ambiente, uma vez que os produtos não passam pelas restrições do controle de qualidade impostas ao mercado legal da indústria”, afirma.

O presidente afirma, ainda, que frequentemente a fabricação de falsificados está inserida em um contexto de exploração da mão de obra, com baixíssimas remunerações e péssimas condições de trabalho. “Esse mercado pode servir para financiar uma série de outras atividades criminosas”, alerta Pellizzaro. Estima-se que o mercado perca 30 bilhões de reais com a venda ilegal de produtos piratas, considerando apenas 13 segmentos da indústria, segundo o Fórum Nacional de Combate à Pirataria.

Baixe a metodologia e a pesquisa na íntegra em:

<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/pesquisas>

Informações à imprensa

Renan Miret

(11) 3254 8810 | 9 7215 6303

renan.miret@inpresspni.com.br

Vinicius Bruno

(11) 3251 2035 | 9 7142 0742

vinicius.bruno@spcbrasil.org.br