

# PESQUISA MERCADO ERÓTICO 2024



Realização:



MERCADOERÓTICO.ORG

Apoio:



**GUIA DE SEXSHOP**

O Localizador do seu prazer!



ESCOLA DE NEGÓCIOS  
— MERCADO ERÓTICO —



PRÊMIO  
**MERCADO  
ERÓTICO**  
SENSUAL E BEM-ESTAR ÍNTIMO

Coordenação:  
Paula Aguiar



03

**INTRODUÇÃO**

05

**PERFIL DO CONSUMIDOR**

07

**TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES**

09

**DADOS DE MERCADO E  
CRESCIMENTO**

10

**MERCADO GLOBAL**

11

**MERCADO BRASILEIRO**

12

**DESTAQUES E  
OPORTUNIDADES**

14

**INFORMAÇÕES DA  
PESQUISA**



## INTRODUÇÃO

### **Definição e Expansão do Mercado Erótico:**

#### Transformações Recentes

O mercado erótico passou por uma ampliação significativa na última década, não apenas em tamanho, mas também na variedade de produtos, serviços e na aceitação social. Tradicionalmente, ele era visto como um nicho limitado a sex shops e produtos voltados ao prazer sexual direto, como brinquedos eróticos, cosméticos sensuais. No entanto, com mudanças culturais, o conceito de “bem-estar sexual” foi expandido e agora integra o mercado erótico a uma perspectiva mais ampla de saúde e autoconhecimento.

A definição atual do setor abrange produtos que promovem saúde física, mental e relacional, incluindo não somente brinquedos e cosméticos sensuais, mas também uma vasta gama de produtos para o bem-estar (como aromaterapia, “sex care” e óleos para massagem), aplicativos de relacionamento e plataformas educacionais que agregam, promovem e discutem temas de sexualidade e prazer.

### **Contexto Global e Local:** Aceitação e Digitalização

Globalmente, o mercado erótico é hoje reconhecido como um setor de bem-estar, paralelo ao mercado de saúde e fitness. Esse reconhecimento veio com uma maior aceitação do público e com o impulso dado por personalidades midiáticas, influenciadores digitais e plataformas de mídias sociais, que ajudaram a desmistificar o consumo desses produtos. No Brasil, essa mudança é refletida em dados de crescimento do setor, principalmente através de vendas online, e pela diversificação de pontos de venda que incluem grandes marketplaces, farmácias e até mesmo lojas de departamento.

## INTRODUÇÃO

As recentes mudanças na definição do mercado erótico expandiram não apenas o público-alvo, mas também a diversidade de produtos e serviços oferecidos, tornando o setor mais inclusivo e alinhado com práticas de autocuidado, autoconhecimento e saúde emocional. Hoje, o mercado é amplamente reconhecido como parte do bem-estar integral, algo que vem sendo endossado por profissionais de saúde, especialmente nas áreas de psicologia, ginecologia, urologia e fisioterapia íntima. Essas especialidades destacam a importância dos produtos e serviços eróticos no apoio ao bem-estar físico e mental, auxiliando em questões de qualidade de vida, autoestima, e funcionalidade sexual.

Como veremos nesta pesquisa, o mercado crescente de bem-estar íntimo chegou ao Brasil transformando o comportamento de compra e, sobretudo, empoderando as mulheres, que são hoje o foco principal do setor erótico. Essa transformação reflete uma mudança cultural significativa, onde produtos e serviços voltados ao prazer e à saúde sexual são vistos como ferramentas de autoconhecimento e valorização da experiência feminina.

A Pesquisa que apresentaremos foi realizada pelo **Portal Mercado Erótico** entre os meses de setembro a outubro de 2024 juntos aos empresários do setor. Teve ainda o apoio de dados da **INTT Cosméticos** que encomendou a pesquisa.



**Dados Demográficos:** A pesquisa realizada mostra que o público consumidor no mercado erótico está predominantemente entre **26 e 45** anos, com a faixa de **26 a 35** anos representando **57,8%** dos consumidores, enquanto a faixa de **36 a 45** anos abrange **37,8%**. A maioria desse público é composta por mulheres (aproximadamente **55,6%**), embora a presença masculina venha crescendo. Além disso, **37,8%** dos empresários do setor afirmam atender a todos os públicos, incluindo a comunidade LGBTQIA+. Em relação à renda, a maior parte dos consumidores pertence às classes B e C, mas há também um segmento da classe A que investe em produtos de alta tecnologia e luxo. No entanto, o ticket médio ainda é considerado baixo, com **73,3%** dos consumidores gastando até **R\$150** por compra.

## PERFIL DO CONSUMIDOR

### Comportamento de Compra:

Aproximadamente **70%** dos consumidores adquirem ao menos um produto erótico por ano, evidenciando uma demanda regular no setor. As compras online representam **60%** das vendas, impulsionadas principalmente pela influência das redes sociais e pelas avaliações de outros consumidores, que reforçam a confiança e reduzem as incertezas sobre esses produtos. Apesar do crescimento das vendas digitais, as lojas físicas continuam relevantes, atraindo consumidores que valorizam a orientação personalizada e a privacidade oferecida por esses estabelecimentos.

Quando questionados sobre o que seus clientes mais valorizam, **66,7%** dos empresários apontaram o atendimento como fator principal, seguido pela qualidade dos produtos. Esses dados indicam que, embora o ambiente online facilite o acesso, a experiência de compra e a confiabilidade dos produtos ainda são aspectos essenciais para a fidelização dos clientes.

A presença digital já é robusta entre os empresários do setor, com **84,4%** deles operando em plataformas online; desses, **42,2%** possuem também um ponto de venda físico. Esses dados destacam uma tendência de omnicanalidade, em que a presença combinada de lojas online e físicas permite atender a diferentes preferências e necessidades dos consumidores, fortalecendo o relacionamento com o público e ampliando o alcance das marcas.

A Pesquisa indica que os consumidores procuram produtos eróticos principalmente para autoconhecimento, prazer e aprimoramento de suas relações. Esse comportamento reflete uma busca por experiências que promovam o bem-estar emocional e relacional. Entre as principais motivações, **55,6%** dos consumidores afirmam adquirir produtos eróticos para melhorar o relacionamento, o que demonstra a relevância desses produtos como ferramentas de conexão e intimidade. Outros **24,4%** mencionam a saúde sexual como motivo para compra, evidenciando uma conscientização crescente sobre o papel dos produtos eróticos na promoção de uma vida sexual saudável e satisfatória.

## MOTIVAÇÕES E BARREIRAS:

No entanto, o setor ainda enfrenta barreiras significativas. O tabu social é o principal obstáculo, citado por **66,7%** dos consumidores, indicando que preconceitos e constrangimentos ainda limitam o acesso e a exploração plena desse mercado. Além disso, **17,7%** dos consumidores apontam a falta de informação como um fator limitante, o que sugere a necessidade de iniciativas educativas para normalizar e esclarecer o uso desses produtos. O custo também surge como uma barreira, com parte dos consumidores apontando o valor dos produtos como um impeditivo para a compra, o que reforça a importância de uma variedade de opções de preço para diferentes perfis de renda.

Esses dados destacam tanto o potencial de crescimento do mercado erótico quanto os desafios a serem superados, especialmente no que se refere à quebra de tabus e à educação do consumidor sobre os benefícios associados ao uso de produtos eróticos.



## TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES

**Tecnologia e Produtos Inteligentes:** A tecnologia tem transformado o setor erótico com produtos inteligentes, como vibradores controlados por aplicativos e dispositivos vestíveis, que oferecem experiências personalizadas e ajustáveis. Essas inovações atendem especialmente aos **millennials e à Geração Z**, públicos que valorizam conectividade, interatividade e a personalização da experiência. Um exemplo marcante é o vibrador **Satisfyer Pro 2 Gen 3**, o mais vendido mundialmente, que utiliza um aplicativo para modular vibrações e pulsações durante o uso. No Brasil, essa marca também lidera o mercado entre os produtos de alta tecnologia, refletindo a forte aceitação e demanda por esses dispositivos.

### PRODUTOS DE QUALIDADE E SUSTENTÁVEIS:

#### INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL:

Além dos brinquedos eróticos, a tecnologia está presente em produtos cosméticos, com o uso de inteligência artificial para otimizar embalagens, fornecer informações ao consumidor e contribuir para o desenvolvimento de novas fórmulas. A IA permite que as marcas compreendam melhor as preferências do público, adaptando produtos que atendam às necessidades do consumidor moderno, que busca inovação e conveniência.

O lançamento constante de novidades tecnológicas é uma ferramenta importante de vendas para o setor, e **28,9%** dos pesquisados afirmam que as inovações ajudam a movimentar o mercado. Esse dinamismo é essencial para manter o interesse dos consumidores e para diferenciar o mercado erótico de outros setores de consumo. Embora alguns possam argumentar que a introdução de tecnologias avançadas torna esses produtos mais caros, o que pode restringir o acesso, a alta aceitação sugere que muitos consumidores valorizam a inovação como parte da experiência de consumo.

A demanda por produtos sustentáveis está crescendo no mercado erótico, e várias marcas já respondem a essa tendência com brinquedos feitos de silicone de grau médico e embalagens recicláveis. Esse movimento reflete a maturidade crescente do setor, que demonstra comprometimento com práticas responsáveis.

Além disso, o mercado erótico tem evoluído em termos de profissionalização e especialização. **Um terço** dos negócios do setor já está próximo de uma década de existência, e **35,6%** dos gestores têm capacitação ou formação em sexualidade, o que indica um profundo conhecimento dos produtos, seus materiais e benefícios à saúde sexual dos consumidores. Esse nível de qualificação traz credibilidade ao setor e auxilia na desmistificação do mercado erótico, uma vez que a compreensão dos impactos dos produtos para o bem-estar e a saúde se torna um diferencial para os consumidores.

## INFLUÊNCIAS

**Influência de Redes Sociais:** O crescimento de influenciadores especializados e o aumento de conteúdo educativo sobre sexualidade nas redes sociais têm sido fundamentais para desmistificar o uso de produtos eróticos e normalizar o diálogo sobre o tema. Perfis no Instagram e TikTok, em especial, tornaram-se importantes canais de informação e recomendação, ajudando a popularizar o setor e criando maior confiança nos consumidores. As redes sociais oferecem uma plataforma acessível e segura para os consumidores se informarem e explorarem o mercado erótico, especialmente em um ambiente onde o tabu ainda pode ser uma barreira.

De acordo com a pesquisa, **46,7%** dos entrevistados notaram um aumento nas vendas nos últimos **12 meses**, e **95,6%** utilizam as redes sociais para alcançar e influenciar seus consumidores. Isso demonstra que o digital é um dos principais motores de crescimento do setor, facilitando o acesso à informação e criando uma comunidade de clientes mais informados e receptivos.

O impacto do marketing de influência é facilmente constatado pelo sucesso das colaborações entre marcas e personalidades, que geram alto engajamento e impulsionam as vendas. Um exemplo marcante é a colaboração entre a marca **INTT** e a sexóloga **Laura Müller**, cujo kit com brinquedo sexual é o produto mais vendido no período na categoria, destacando como essas parcerias estratégicas podem promover produtos e criar um senso de legitimidade. Essas iniciativas tornam o consumo de produtos eróticos mais acessível e naturalizado, favorecendo o crescimento sustentável do setor.

**Faturamento e Projeções:** O mercado erótico no Brasil mantém uma taxa de crescimento anual em torno de 8% desde 2020, registrando um faturamento superior a R\$ 2 bilhões. Impulsionado pela aceitação social cada vez maior e pela digitalização, o setor vem expandindo seu alcance e diversificando seu público. Estimativas indicam que o mercado erótico brasileiro pode dobrar até 2028, à medida que o interesse pelo bem-estar sexual e a compra online se tornam mais populares. Dados da pesquisa **2024** apontam um crescimento de **8,2%** nas vendas nos últimos doze meses, reforçando a solidez dessa tendência.

### As categorias de produtos mais vendidas no período são:

1. Lubrificantes
2. Vibradores pequenos
3. Géis funcionais com sabor
4. Plugs
5. Masturbadores
6. Algemas
7. Óleos de massagem
8. Lingeries

Esses números demonstram que o consumidor brasileiro está cada vez mais aberto à exploração de uma variedade de produtos, desde itens voltados ao uso individual, como vibradores e masturbadores, até produtos para experiências de casal, como óleos de massagem e algemas. Esse portfólio diversificado reflete uma mudança no comportamento de consumo, com uma aceitação crescente dos produtos eróticos como parte da rotina de bem-estar e relacionamento.

Para as empresas do setor, o momento é favorável para expandir seus produtos e inovar, atendendo a uma demanda em constante crescimento e a um público mais receptivo e interessado em novas experiências.

**Segmentos em Alta:** Brinquedos eróticos, lubrificantes e cosméticos sensuais têm liderado as vendas no mercado erótico brasileiro. Os lubrificantes à base de água e os vibradores compactos, porém potentes, estão entre os produtos de maior destaque. Nos últimos anos, cosméticos como óleos e géis aromáticos ganharam popularidade, especialmente no período pós-pandemia, quando o interesse por vibradores cresceu e os lubrificantes assumiram o papel de coadjuvantes, proporcionando uma experiência mais completa e prazerosa. Esse cenário reflete a crescente demanda por produtos que promovam o bem-estar aliado ao prazer, evidenciando uma mudança no comportamento de consumo.

**Canais de Distribuição:** O e-commerce se consolidou como o principal canal de vendas, respondendo por mais de **60%** do mercado, seguido pelas lojas especializadas e pelos marketplaces, como Mercado Livre, Shopee e Amazon, que oferecem acessibilidade e garantem maior privacidade ao consumidor. A venda direta também permanece relevante, com consultores autônomos que atuam em eventos e utilizam as redes sociais para ampliar o alcance e a visibilidade dos produtos.

**Busca por Informações e Interesse Digital:** O Brasil já ocupa a posição de **quinto** país no ranking mundial de buscas sobre sextoys no Google, segundo pesquisas recentes. Esse interesse também foi corroborado pelo levantamento, que mostra que **57,6%** dos consumidores chegam aos produtos eróticos de forma espontânea através de buscas online.

**Desempenho por Região:** O estado de São Paulo lidera o mercado nacional de vendas, seguido pelas regiões Centro-Oeste e Sul.



O mercado erótico global está em constante crescimento e transformação, impulsionado por uma mudança cultural em relação ao consumo de produtos sexuais, inovações tecnológicas e o aumento da conscientização sobre o bem-estar sexual. O **Brasil**, por sua vez, tem um papel crescente nesse cenário, especialmente na América Latina, e começa a se destacar pela inovação e produção local.

## MERCADO GLOBAL



O mercado erótico global, que inclui brinquedos sexuais, cosméticos sensuais, lingerie, financiamentos e outros acessórios, está estimado em mais de **30 bilhões de dólares** e deve crescer a uma taxa média anual de cerca de 7% até 2030.

A **América do Norte, Europa e Ásia** são os maiores mercados em termos de valor, com Estados Unidos, Alemanha e China sendo os principais países consumidores. Esses países têm maiores possibilidades culturais e regulamentações mais projetadas que ajudam a contribuir para as vendas.

**70%** de todos os produtos comercializados no mundo são fabricados total ou parcialmente na China.

O Brasil é o maior mercado da América Latina e um dos maiores do mundo, movimentando cerca de 2 **bilhões de reais ao ano** e o país já possui uma cadeia de produção e distribuição consolidada.

O país está se tornando uma referência e um importante mercado de consumo e produção no cenário global. A diversificação dos produtos e a adaptação às demandas culturais e de inclusão têm potencial para fortalecer ainda mais essa posição no mercado erótico mundial.

**Produção Nacional e Exportação** : Os fabricantes brasileiros produzem uma ampla gama de produtos, desde acessórios sexuais até cosméticos sensuais, com algumas marcas focando em inovação e posicionando-se como referência na exportação para outros países da América Latina e Europa.

**Abertura Cultural e Quebra de Tabus** : Embora ainda existam tabus, especialmente em relação aos brinquedos sexuais, o Brasil tem experimentado uma mudança cultural significativa, com um público mais aberto ao consumo de produtos eróticos.

Datas como **Dia dos Namorados e Black Friday** são de alta remuneração, com empresas lançando campanhas promocionais voltadas para o prazer e a saúde íntima.

## MERCADO BRASIL

### **Crescimento e Segmentação por Faixa Etária:**

Embora o público mais jovem seja frequentemente visto como o principal consumidor, observa-se um **crescimento** substancial na faixa etária de **40+**, especialmente em produtos para casais e cosméticos sensuais. Esse dado representa uma quebra de tabu importante, especialmente pelo aumento do uso de lubrificantes na pós-menopausa. O mercado, atento a essa tendência, tem lançado cada vez mais lubrificantes com ativos naturais e compostos que promovem benefícios à saúde íntima, respondendo à demanda por produtos de qualidade e que se alinham ao bem-estar em todas as fases da vida.

### **Brasil como um dos Principais Mercados de Pesquisa Online:**

O **Brasil** ocupa a posição de **quinto** país que mais busca informações sobre sextoys no **Google**, refletindo um alto nível de curiosidade e aceitação digital. Esse dado é significativo porque aponta para a normalização dos produtos eróticos e para o crescente interesse em bem-estar sexual, estabelecendo os produtos eróticos como ferramentas naturais de autocuidado e saúde íntima.

### **Lubrificantes como o Item Mais Vendido no Pós-Pandemia:**

Desde a pandemia, a venda de **lubrificantes**, especialmente os à base de água, disparou, superando até a de vibradores em algumas regiões. Em pesquisas anteriores, o número de vibradores vendidos ultrapassava a marca de **1 milhão de unidades**, destacando a demanda robusta desse segmento. Essa mudança no consumo aponta para um foco maior em conforto e prazer, refletindo transformações nos relacionamentos e no autocuidado sexual no cenário pós-pandêmico. O foco não é apenas uma experiência prazerosa, mas uma **experiência saudável e confortável**, que contribui para o bem-estar de longo prazo.

### **Impacto dos Influenciadores e das Redes Sociais:**

Aproximadamente **95,6%** dos empresários do setor usam redes sociais para engajar e influenciar consumidores, com o marketing de influência como um dos principais motores de crescimento das vendas. Colaborações com influenciadores e especialistas em sexualidade, como **Laura Müller**, têm gerado picos de vendas e contribuído para a visibilidade do setor. Esse dado evidencia o papel crucial das redes sociais na desmistificação dos produtos eróticos, ajudando a promover a aceitação pública. No entanto, o setor ainda enfrenta desafios significativos com bloqueios de anúncios e conteúdos, o que representa um obstáculo contínuo para levar a mensagem até o público.

### **Sustentabilidade e qualidade no Setor Erótico:**

Aproximadamente **30%** dos negócios no setor erótico já adotam práticas sustentáveis, incluindo o uso de embalagens recicláveis e materiais de origem responsável. Em um segmento onde a sustentabilidade tradicionalmente não era uma prioridade, essa mudança chama a atenção e sinaliza um compromisso crescente com o meio ambiente. Outra preocupação notável é a qualidade dos materiais, com foco em produtos livres de ftalatos e com silicone de grau médico, o que demonstra o interesse do setor em oferecer segurança e confiabilidade aos consumidores.

### **Crescimento das Compras em Lojas Físicas para Orientação Especializada:**

Embora o e-commerce domine o setor, muitos consumidores ainda preferem fazer compras pessoalmente, valorizando a orientação especializada e maior privacidade. Esse dado revela que, mesmo com o anonimato das compras online, há uma demanda por atendimento personalizado, indicando que o consumidor busca uma experiência humanizada e confiável. Esse comportamento é impulsionado por uma parcela significativa de consumidores (**24,4%**) que procuram esses produtos para resolver questões de saúde sexual, tornando a orientação uma parte importante da experiência de compra.

### **Aumento das Vendas de Produtos para Casais e Produtos "Edutainment":**

Produtos projetados para casais, como brinquedos compartilháveis e kits de exploração, têm registrado crescimento significativo, sinalizando uma tendência promissora para os próximos anos. Além disso, itens que combinam entretenimento e educação, como jogos de tabuleiro eróticos e cartas interativas, estão ganhando popularidade, ajudando casais a explorar e aprimorar sua intimidade de forma lúdica e instrutiva. Esse aumento na procura por produtos de "edutainment" reflete o papel do mercado erótico como ferramenta de conexão e diálogo entre casais, sendo frequentemente recomendados por terapeutas e profissionais de saúde íntima.

### **Explosão de Cosméticos Sensuais com Enfoque na Saúde Íntima:**

Produtos como géis e hidratantes íntimos têm atraído um novo perfil de consumidores focados em bem-estar. Esses cosméticos representam um segmento que vai além do "prazer imediato" e atendem a consumidores que buscam um autocuidado integral e alinhado à saúde sexual e ao bem-estar emocional. Esse crescimento destaca como o setor erótico está se reinventando para atender a um público mais consciente e interessado em produtos que promovam a saúde íntima de maneira responsável e segura.

## SOBRE A PESQUISA:



MERCADOERÓTICO.ORG

**Paula Aguiar**

Publicitária, pesquisadora e consultora, especialista no mercado erótico brasileiro desde 2000. Autora de 28 livros sobre negócios e sexualidade, é uma das principais referências do setor, desenvolvendo pesquisas e produtos para grandes marcas do mercado. Como consultora, é reconhecida por sua expertise em produtos e estratégias de negócios eróticos. Idealizou o primeiro seminário para empreendedores do setor e, de 2010 a 2017, presidiu a ABEME - Associação Brasileira de Empresas do Mercado Erótico. Criadora de iniciativas inovadoras em parceria com Julianna Santos, como o Mercadoerotico.org, a Universidade do Prazer, a Escola de Negócios do Mercado Erótico e o Sextoy Day Brasil, comemorado anualmente em 4 de novembro. Premiada internacionalmente e com menções em mais de 100 teses universitárias sobre sexualidade e o mercado erótico. Criou o Premio Mercado Erótico em 2016.

@paulaaguiarescritora e @mercadoerotico  
@premiomercadoerotico

[www.mercadoerotico.org](http://www.mercadoerotico.org)

A pesquisa foi conduzida por meio de um formulário online, acessível a profissionais do setor erótico, incluindo lojistas, revendedores e distribuidores. Com colaboração da **INTT Cosméticos** e dados coletados do portal Mercado Erótico, o objetivo foi analisar o comportamento do consumidor e as tendências atuais do mercado brasileiro.

### Os principais achados incluem:

- **Comportamento do Consumidor:** A pesquisa coletou dados qualitativos e quantitativos sobre preferências de compra, faixa etária e categorias de produtos em alta.
- **Tendências em Alta:** Observou-se um aumento na demanda por produtos sustentáveis e uma crescente aceitação de itens eróticos como ferramentas de bem-estar e autocuidado (sex care).
- **Crescimento do Setor:** O mercado erótico apresenta um crescimento anual de cerca de 8,2%, com destaque para produtos voltados para saúde e bem estar íntimo e soluções "edutainment".
- **Experiência de Compra:** Apesar da popularidade do e-commerce, muitos consumidores ainda preferem a experiência presencial, buscando orientação e atendimento personalizado.
- **Influência das Redes Sociais:** O papel dos influenciadores e das redes sociais tem sido fundamental na normalização e popularização dos produtos eróticos.

Esses dados oferecem um panorama promissor para investidores e empreendedores, destacando a importância de entender as necessidades dos consumidores e a necessidade de inovação contínua para se destacar em um mercado competitivo e em transformação.