

Comércio eletrônico veio para ficar, e só supermercados tendem a sobreviver



Apenas os supermercados deverão sobreviver diante da preferência cada vez maior do consumidor brasileiro por fazer compras pela internet. A tendência de comprar através de plataformas virtuais veio para ficar e pode decretar a falência da maioria dos comércios do país, com exceção dos supermercados e hipermercados. Esta é a opinião de especialistas ouvidos pelo **Brasil 61**, que analisaram o cenário revelado por pesquisas e levantamentos, divulgados desde o período da pandemia. Os números demonstram que o Brasil quase triplicou as vendas eletrônicas, ao mesmo tempo em que hoje é o segundo no planeta onde a preferência do consumidor é usar o *e-commerce*.

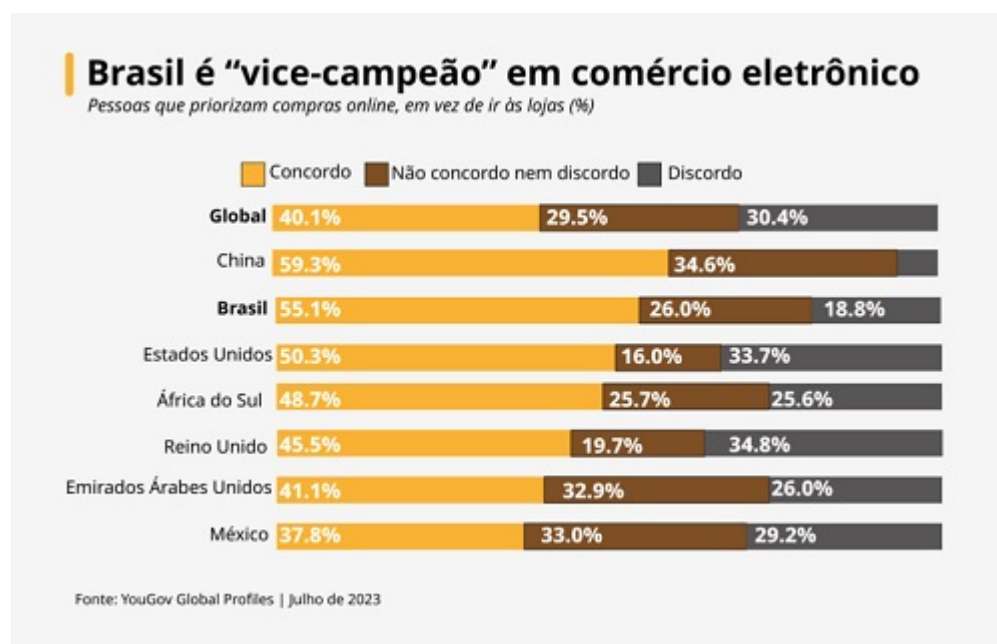
Os números demonstram que o Brasil quase triplicou as vendas eletrônicas, ao mesmo tempo em que hoje é o segundo país no planeta onde a preferência do consumidor é fazer compras pela internet. De 2019 a 2022, o valor de bens e serviços comercializados no Brasil pela internet totalizou R\$ 450 bilhões, segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. O valor é mais que o dobro do triênio anterior — entre 2016 e 2019 —, quando o montante de bens e serviços contratados através de plataformas virtuais foi de R\$ 178,07 bilhões.

Outro dado que demonstra o crescimento do setor vem da *YouGov Global Profiles*, multinacional especializada em pesquisa de mercado *on-line*. Segundo ela, cerca de 55,1% dos adultos no Brasil preferem comprar pela internet, em vez de optarem por lojas físicas. A porcentagem revelada pela pesquisa da *YouGov* está muito acima da média geral da América Latina, que é de apenas 35,1%.

A pesquisa da *YouGov* abrange 48 países consumidores. A preferência dos brasileiros também se destaca no cenário global: em média, 40,1% dos entrevistados em todo o planeta dizem preferir fazer compras *on-line* — um número estatisticamente inferior ao do Brasil, que em comparação a outros países só perde para a China (maior mercado consumidor do mundo, devido ao excepcional número de habitantes do país asiático).

Para André César, cientista político especializado em economia, o volume do *e-commerce* brasileiro tende a crescer cada vez mais; “Esta é uma situação quase inevitável, devido à evolução tecnológica. É algo que se adequa ao dia a dia, cada vez mais corrido, cada vez mais puxado, cada vez com menos tempo”, afirmou, para acrescentar: “Eu não vou sair para comprar um tênis: eu vejo o número, vejo o modelo, vou lá com o conforto de não ter que sair de casa”.

Por outro lado, o especialista alertou para o lado negativo do crescimento inevitável do mercado eletrônico. “Aparentemente, essa modalidade reduz empregos. Ela fecha aquele comerciazinho simpático do lado do seu bairro, diminui força de trabalho. E aí é um problema, que você tem que repensar, onde realocar esse pessoal”, afirmou.



Aumento da concorrência

Na visão do professor universitário Renan Silva, que leciona Economia no Ibmec Brasília, o principal ponto positivo provocado pelo crescimento das compras *online* é o aumento da concorrência. “As plataformas são abertas e globais — e isso aumenta a base de comparação. Então, o consumidor, nesse ponto, é beneficiado na medida que tem uma maior concorrência, tanto em termos de qualidade de produto, como em termos de preço”, destacou.

Outra grande vantagem, segundo ele, diz respeito às vantagens competitivas com relação ao preço, pelo motivo de as empresas do mercado eletrônico não terem as mesmas despesas das lojas físicas e também por disporem de uma logística otimizada, permitindo que o produto chegue com preço mais baixo na casa do consumidor.

“Essa tendência é tão forte que a gente até nota que muitos consumidores, por exemplo, hoje, vão passear nas lojas físicas, no shopping, com uma intenção de buscar entretenimento, experimentam produtos, verificam e, depois, ao chegar em casa, compram na plataforma, porque o custo da mercadoria realmente é mais baixo quando comprado nas plataformas de varejo”, observou o especialista.

Supermercado é exceção

Por outro lado, Renan Silva concorda com o raciocínio de André César, a respeito da ruptura e da tendência de fecharem as portas de lojas e estabelecimentos comerciais tradicionais. De acordo com

o economista, as grandes varejistas vêm enfrentando um considerável aperto financeiro, devido à concorrência, causada pelo novo comportamento do consumidor.

“Eu poderia acrescentar que é uma tendência, isso não deve mudar, ao contrário, [as compras pela internet] deve ser um mercado que vai se consolidar, o consumidor vai ser privilegiado nesse ponto, que ele vai ter base comparativa global e de fato realmente haverá uma ruptura de mercado no varejo”, afirmou o professor. “À exceção dos supermercados e hipermercados, que deverão ter uma sobrevida ainda por um bom tempo”, diferenciou.

Fonte: [Brasil 61](#)

<https://www.territoriopress.com.br/noticia/2878/comercio-eletronico-veio-para-ficar-e-so-supermercados-tendem-a-sobreviver-em-03/05/2026-10:32>