
Comércio eletrônico teve crescimento anual médio de 30,2% de 2017 a 2022. Veja mais dados de estudos

O comércio varejista tem passado por transformações desde o início da pandemia da Covid-19, quando se viu obrigado a acelerar sua transição para o ambiente digital, um movimento que não se restringiu às grandes corporações, mas também englobou micro, pequenas e médias empresas (PMEs). A necessidade de adaptação ao novo normal fez com que o país testemunhasse um crescimento significativo no número de lojas digitais, com um **aumento de 6,8% entre 2021 e 2022**, ultrapassando a marca de **565 mil estabelecimentos online**. Este período também registrou um faturamento expressivo para o comércio eletrônico, alcançando **R\$ 185,7 bilhões distribuídos em quase 400 milhões de transações**, conforme dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm).

Apesar das inúmeras oportunidades geradas por essa migração digital, as empresas se depararam com desafios distintos dos enfrentados no comércio físico, incluindo a necessidade de construir um ecossistema online eficiente que abrangesse desde a exposição de produtos até a implementação de sistemas de pagamento, entrega e logística de frete adequados.

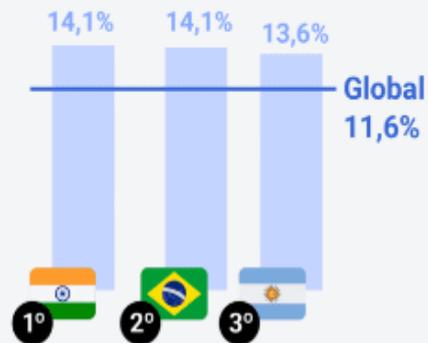
Alcance do comércio eletrônico



Infográfico: Lucas Gomes/JOTA.
Fonte: IBGE, Webshoppers, Statista, Abcomm (30.01.2024).

Expectativa de crescimento anual do e-commerce

Entre 2023 e 2027



Movimentação no e-commerce no país

Em bilhões de R\$



JOTA amazon

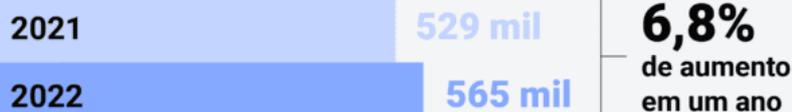
Nesse contexto, os marketplaces surgiram como uma solução vital, permitindo que pequenos negócios expusessem seus produtos em vitrines virtuais de gigantes do varejo. Um estudo da **Amazon Brasil revelou que 99% dos vendedores ativos em sua plataforma são PMEs, com cerca de 60 mil vendedores parceiros distribuindo quase 10 milhões de produtos por todo o país**, muitos dos quais iniciaram suas operações digitais entre 2020 e 2022.

A expansão do e-commerce transcende as fronteiras brasileiras, sendo um fenômeno observado em toda a América Latina, com um **crescimento anual médio de 30,2% de 2017 a 2022**. Além disso, há um crescente interesse das PMEs brasileiras em explorar mercados internacionais, embora ainda representem uma parcela minoritária do valor total exportado pelo país. Em 2022, as **micro e pequenas empresas foram responsáveis por 40,8% das companhias exportadoras brasileiras**, mas apenas por 0,9% do valor exportado.

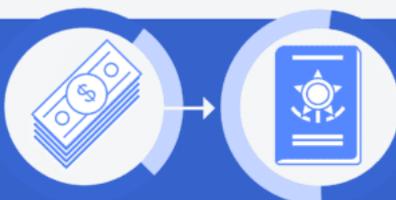
Para encorajar e facilitar a participação das PMEs no comércio exterior, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) vem implementando a **Política Nacional de Cultura Exportadora (PNCE)** desde meados de 2023, com estratégias customizadas para cada estado. Paralelamente, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex) promove o **Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX)**, que já beneficiou **25 mil empresas, das quais 58,9% são PMEs**.

Micro, pequenas e médias empresas online

Lojas virtuais em todo Brasil



27%
do PIB do Brasil
vêm das micro
e pequenas
empresas



52%
dos empregos
com carteira
assinada estão
nesses negócios

As PMEs são maioria nos negócios online. Na Amazon, são:

81% DAS PMES
chegaram após o início
da pandemia de Covid-19

60 MIL
negócios

9,6 MILHÕES
de produtos

22% DE AUMENTO
no faturamento das PMEs
no e-commerce entre 2022
(R\$ 2,6 bi) e 2023 (R\$ 3,3 bi)

99%
dos parceiros
ativos

77%
das vendas são
interestaduais

Infográfico: Lucas Gomes/JOTA.
Fonte: Sebrae, Amazon Brasil e Nuvemshop (30.01.2024).

JOTA amazon

Este panorama evidencia não apenas a capacidade de resiliência e adaptação do setor varejista brasileiro diante de adversidades, mas também destaca o papel fundamental das PMEs na diversificação e fortalecimento da economia nacional e sua inserção no mercado global.

Confira mais sobre o assunto em [artigo no Jota.](#)

Category

1. Notícias

Tags

1. e-commerce

Date

08/09/2024

Date Created

09/02/2024