

DO IMPROVISO À GESTÃO

Online Shopping

COMO OS PEQUENOS E MÉDIOS SELLERS ESTÃO AMADURECENDO O E-COMMERCE LATINO-AMERICANO

Leia na página 8

PMEs ampliam uso de pontos de recebimento no e-commerce brasileiro

Levantamento da Loggi mostra que o uso de estabelecimentos comerciais para o envio de pacotes cresceu 53% entre pequenas e médias empresas (PMEs) no 1º semestre de 2026 e modelo já representa 39% das postagens

A forma como as pequenas e médias empresas (PMEs) enviam seus produtos está mudando. No 1º semestre de 2026, o uso de estabelecimentos comerciais para o recebimento de pacotes — do conceito de Pick up and Drop off points (PUDOs) —, ganhou espaço entre os pequenos negócios e passou a integrar de forma mais relevante suas estratégias logísticas. O volume de envios realizados por meio de pontos de recebimento cresceu 53% em relação ao mesmo período de 2025, enquanto o modelo já representa 39% dos envios desse perfil de empresa. Os dados fazem parte da 5ª edição do Mapa da Logística, levantamento realizado pela Loggi com dados do 1º semestre de 2026, que aponta como as PMEs estão adotando novos modelos logísticos para acompanhar a evolução do comércio eletrônico no país.

Logística mais flexível ganha espaço entre as PMEs

A expansão dos pontos de recebimento acompanha um movimento de maior diversificação das operações logísticas. Para pequenos negócios, que muitas vezes precisam conciliar diferentes etapas da operação com estruturas mais enxutas, contar com estabelecimentos comerciais para retirada e devolução de pacotes amplia as possibilidades de postagem e pode trazer mais flexibilidade para a rotina.

A mudança também reforça a busca das PMEs por modelos logísticos que acompanhem a evolução do comércio eletrônico. Para Juliana Fracchia, diretora-executiva de Receitas e Clientes da Loggi, a transformação mostra que a logística deixou de ser apenas uma etapa operacional para assumir papel cada vez mais estratégico no crescimento dos negócios: “A expansão dos pontos de envio mostra que as PMEs estão buscando uma logística mais flexível e adaptada à realidade de seus negócios. Mais do que uma alternativa para enviar produtos, esses estabelecimentos ajudam a ampliar as possibilidades de operação e dão ao empreendedor mais autonomia para escolher como e quando postar seus pedidos. À medida que o e-commerce se torna mais competitivo, ter uma logística eficiente, previsível e adequada à dinâmica de cada negócio passa a ser um diferencial importante para crescer.”

PMEs ampliam sua presença para além dos grandes centros

A transformação também aparece na distribui-



Tina_Mitroschinchenko_CANVA

“A expansão das vendas online não está concentrada apenas nos grandes polos tradicionais.

ção geográfica das operações. As PMEs apresentam uma origem de envios mais desconcentrada do que grandes marcas: enquanto cerca de 40% dos pacotes das pequenas e médias empresas têm origem em São Paulo, entre os grandes negócios essa participação supera 67%.

Estados como Santa Catarina, Paraná e Minas Gerais também ganham maior relevância entre as PMEs. Nesses mercados, respectivamente, 15%, 9% e 9% dos pacotes desse perfil de negócio têm origem local, enquanto entre as grandes marcas essas participações são de 7%, 5% e 4%.

O movimento reforça uma característica importante do novo cenário do e-commerce: a expansão das vendas online não está concentrada apenas nos grandes polos tradicionais. As PMEs apresentam presença mais relevante nas regiões Sul, Centro-Oeste e Nordeste, responsáveis por 26%, 6% e 4% de seus envios, respectivamente.

Novos mercados e categorias impulsionam o e-commerce

O movimento de expansão também aparece no desempenho dos envios em diferentes estados, considerando pequenas e médias empresas, grandes marcas e grandes marketplaces. Santa Catarina registrou o maior crescimento no primeiro semestre

de 2026, com alta de 24% nos envios em relação ao mesmo período de 2025, seguida por Rio Grande do Sul (23%), Paraná (17%), Distrito Federal (10%) e Ceará (4%). Os resultados reforçam a expansão do comércio eletrônico para diferentes mercados e mostram a evolução da atividade para além dos grandes centros tradicionais.

A descentralização das operações acompanha a diversificação do consumo online e reforça a maturidade do e-commerce brasileiro, impulsionada pela atuação integrada de PMEs, grandes marcas e marketplaces e pela ampliação da presença digital em diferentes regiões do país.

Além das mudanças na distribuição das operações, o primeiro semestre foi marcado pelo avanço de diferentes categorias. Móveis e decoração registrou crescimento de 105%, alimentos não perecíveis (25%) e óticas (20%). O movimento mostra que o comércio eletrônico continua incorporando novos segmentos e ampliando as oportunidades de atuação para empreendedores de diferentes perfis.

Datas comerciais reforçam a importância do planejamento logístico

O primeiro semestre também mostrou como o calendário do varejo continua influenciando a operação do e-commerce. Nas semanas do Dia do Consumidor e Dia dos Namorados, os grandes negócios registraram crescimento de 9% e 4%, respectivamente. Já a semana do Dia das Mães manteve estabilidade em relação ao período de comparação.

Apesar das particularidades de cada data, alguns padrões de consumo se repetiram. Cosméticos e perfumaria esteve entre as categorias de maior destaque em todas as três ocasiões analisadas, enquanto vestuário e moda, eletrônicos e informática e alimentos não perecíveis também apareceram com frequência entre os segmentos mais movimentados.

“Os dados reforçam que o planejamento logístico precisa acompanhar não apenas os grandes picos de demanda, mas também as mudanças no comportamento do consumidor e a diversificação dos negócios que vendem pela internet”, explica Juliana Fracchia.

Eficiência ganha relevância na experiência de entrega

A operação logística analisada no primeiro semestre percorreu 17,5 milhões de quilômetros. Em relação aos prazos, mais de um terço dos pacotes foram entregues em até dois dias, enquanto metade chegou ao destino em até três dias, sendo ambos em mais de 5 mil cidades.

Negócios em Pauta

YinYang_CANVA



Curso sobre liderança estratégica alinhada às novas diretrizes da NR-1

A ABIMAQ realizará, nos dias 09 e 10 de setembro (quarta e quinta-feira), o curso online Liderança Estratégica e a NR-1: Como Construir Equipes Mais Humanas, Seguras e Inclusivas. A capacitação, ministrada pela especialista em marketing estratégico e psicologia organizacional Kátia Marim Treviso, é destinada a líderes em formação, gestores de equipes e profissionais que buscam aprimorar competências relacionadas à gestão de pessoas e ao fortalecimento de ambientes organizacionais mais seguros e produtivos. O curso abordará temas como Liderança 4.0 e 5.0, segurança psicológica, diversidade, equidade e inclusão, comunicação, inteligência emocional, vieses inconscientes e prevenção de riscos psicossociais, em conformidade com as diretrizes da nova NR-1 (<https://abimaq.org.br/cursos/2125/lideranca-estrategica-e-a-nr1-como-construir-equipes-mais-humanas-seguras-e-inclusivas>). [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Divulgação/Instituto Nacional de Telecomunicações



Inatel conecta pesquisa, talentos e mercado no HackTown 2026

@O Instituto Nacional de Telecomunicações – Inatel é um dos principais espaços de conhecimento e experimentação do HackTown 2026, que acontece de 3 a 7 de setembro, em Santa Rita do Sapucaí (MG). Em sua 10ª edição, o festival transforma diferentes pontos da cidade em espaços de debates, experiências e encontros sobre tecnologia, inteligência artificial, inovação, criatividade, empreendedorismo e novos comportamentos. Durante o evento, o Inatel promove uma programação que conecta formação de talentos, pesquisa aplicada, desenvolvimento tecnológico e empreendedorismo. A agenda reúne palestras e painéis, demonstrações de soluções inovadoras, visitas aos laboratórios, Feira de Startups, atividades maker e apresentações musicais (www.inatel.br/hacktown). [Leia a coluna completa na página 2](#)

IA sem criatividade humana: respostas perfeitas para os problemas errados

O mercado global de tecnologia enfrenta um paradoxo de maturidade. [Leia mais](#)

IA se torna novo intermediário entre consumidores e marcas

Tráfego de IA para sites de varejo nos EUA cresceu 62% em um ano, enquanto 26% dos brasileiros já recorrem a ferramentas como ChatGPT e Gemini para pesquisar produtos. [Leia mais](#)

IA não deveria acelerar projetos, mas reduzir surpresas

Projetos corporativos raramente saem do trilho de uma hora para outra. Isso porque, antes do prazo estourar ou o orçamento escapar, costumam surgir sinais. [Leia mais](#)

O que muda na guarda dos documentos fiscais eletrônicos com o Ajuste SINIEF 2/2025

Em 3 de agosto de 2026 terminou o período de flexibilização que permitia às empresas do regime regular emitir documentos fiscais eletrônicos sem os campos do IBS e da CBS. [Leia mais](#)

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular

Política

Canalha é você!!!

Heródoto Barbeiro

[Leia na página 2](#)

Economia da Criatividade

A inteligência artificial mudou uma das competências mais importantes do século XXI: fazer boas perguntas

Carol Olival

[Leia na página 4](#)

Negócios & Carreira!

O esforço constrói a sorte

Fabiana Monteiro

[Leia na página 7](#)