Frete e entregas no e-commerce

2026

Dados sobre como o frete pode ser decisivo na hora de conquistar o consumidor brasileiro

O e-commerce brasileiro nunca esteve tão maduro, mas **o nível de exigência do consumidor acompanha esse crescimento** na mesma velocidade. Hoje, a jornada de compra não termina no clique do botão "comprar", ela se estende até o momento em que a encomenda chega à porta do cliente. E, no meio desse caminho, existe um fator decisivo que pode salvar ou arruinar a sua operação: a logística de entrega.

Por isso, o frete tornou-se uma ferramenta estratégica de atração, conversão e fidelização. Para entender como equilibrar as expectativas do consumidor com a realidade do mercado, o Opinion Box realizou uma pesquisa exclusiva sobre o impacto do frete e das entregas no e-commerce.

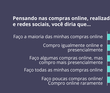
Neste material, você vai descobrir **o que o consumidor brasileiro realmente pensa, sente e espera da logística digital**, transformando dados brutos em estratégias práticas para otimizar os seus resultados.

Boa leitura!

O QUE CONQUISTA
e o que afasta os consumidores no e-commerce

O crescimento do e-commerce transformou a experiência de compra dos consumidores brasileiros. Os dados mostram que o ambiente digital já ocupa um papel central na jornada de consumo e, nesse contexto, entender os fatores que influenciam a decisão de compra se torna essencial para marcas e varejistas.

Pensando nas compras online, realizadas em sites, aplicativos, lojas virtuais e redes sociais, você diria que...



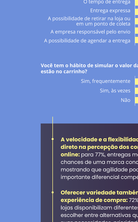
Entre os fatores que mais influenciam a escolha de uma loja online, o **preço aparece em primeiro lugar, citado por 62%** dos consumidores. Logo em seguida, **o valor do frete ou a oferta de frete grátis é apontado por 56%**, reforçando o impacto direto da logística na decisão de compra.

Por outro lado, os motivos que levam consumidores a desistirem de uma compra reforçam a importância desses mesmos fatores. **O valor do frete lidera os fatores de abandono, citado por 57% dos entrevistados**, seguido de perto pelo preço alto (56%). Além disso, a falta de confiança na loja (46%) e avaliações negativas de clientes (37%) ou amigos e familiares (32%) também aparecem como grandes barreiras para a conversão.

Quando você vai fazer uma compra online, o que mais pesa na sua decisão na hora de escolher em qual loja comprar?

Ainda pensando nas suas compras online, o que mais pesa na sua hora de DESISTIR DE COMPRAR de uma loja? Selecione os fatores mais importantes para você.

Os resultados indicam que o frete pode atuar tanto como um diferencial competitivo quanto como um obstáculo decisivo para a venda. Como atualmente os consumidores comparam preços, prazos e condições entre diferentes lojas em poucos minutos, oferecer uma experiência de compra eficiente, transparente e confiável pode ser determinante para conquistar



QUANTO VALE
receber mais rápido?

Os dados mostram que o valor do frete continua sendo o principal fator na escolha do tipo de entrega, citado por 47% dos consumidores. Esse comportamento revela um consumidor mais estratégico e atento aos custos da jornada online.

Não por acaso, **67% afirmam simular frequentemente o valor da entrega enquanto os produtos ainda estão no carrinho.** Ou seja, para a grande maioria dos consumidores, o frete já faz parte do processo de comparação e decisão antes mesmo da finalização da compra.

O que te leva a escolher o modo de entrega ao realizar compras online?

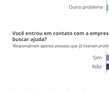
Você tem o hábito de simular o valor da entrega enquanto as compras estão no carrinho?

- **A velocidade e a flexibilidade de entrega têm impacto direto na percepção dos consumidores sobre uma loja online:** para 77%, entregas mais rápidas aumentam as chances de uma marca conquistar boa como clientes, mostrando que agilidade pode funcionar como um importante diferencial competitivo no e-commerce.
- **Oferecer variedade também faz diferença na experiência de compra:** 72% afirmam gostar quando as lojas disponibilizam diferentes opções de frete, permitindo escolher entre alternativas que melhor se encaixam nas suas necessidades, prioridades e orçamento.
- **Alguns consumidores estão dispostos a investir mais em conveniência:** 37% aceitariam pagar um valor mais alto para receber a compra mais rápida ou até no mesmo dia. Ou seja, para uma parcela dos muitos consumidores, a rapidez deixou de ser apenas um benefício adicional e passou a representar valor na experiência de compra online.

PROBLEMAS
com entregas

Apesar de a maioria das entregas acontecer dentro do prazo esperado, os problemas logísticos ainda fazem parte da experiência de grande parte dos consumidores no e-commerce. **Sete em cada dez consumidores já enfrentaram algum tipo de problema com entregas de compras online.**

Geralmente quando faço compras online meus produtos chegam:



Você já teve problemas com a entrega de algum produto que comprou online?

Que tipo de problemas você já enfrentou com a entrega das suas compras?
Respondem apenas pessoas que já tiveram problemas com a entrega de alguma compra online

Você entrou em contato com a empresa responsável pela entrega para buscar ajuda?
Respondem apenas pessoas que já tiveram problemas com a entrega de alguma compra online

Por qual ou quais canais você entrou em contato?
Respondem apenas pessoas que já tiveram problemas com a entrega de alguma compra online

Você conseguiu encontrar uma solução para o defeito ou erro em entrega com a empresa?
Respondem apenas pessoas que já tiveram problemas com a entrega de alguma compra online

Qual a probabilidade de você voltar a comprar em uma loja online em que teve problemas com a entrega?
Respondem apenas pessoas que já tiveram problemas com a entrega de alguma compra online

AS BARREIRAS
do consumo internacional

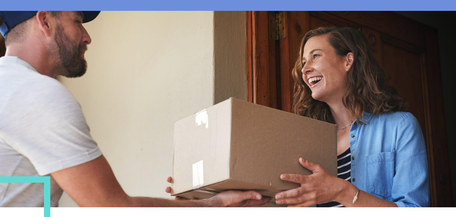
As compras internacionais ganharam espaço no e-commerce brasileiro nos últimos anos. No entanto, os dados mostram que ainda existem barreiras importantes que impactam a confiança e a decisão de compra dos consumidores.

64% desistiram de fazer uma compra com envio internacional por **medo de ser taxado**

56% **preferem vendedores nacionais** quando vão comprar online

O principal desafio está relacionado à insegurança em relação às taxas e cobranças extras. A maioria dos consumidores (64%) afirma já ter desistido de uma compra com envio internacional por medo de ser taxado. O dado reforça como a falta de previsibilidade sobre custos adicionais pode gerar insegurança e afastar consumidores da finalização da compra.

Além disso, mais da metade dos entrevistados prefere comprar de vendedores nacionais ao realizar compras online. A preferência pode estar relacionada não apenas à preocupação com taxas, mas também à percepção de maior segurança, entregas mais rápidas, facilidade de troca e menor risco de problemas logísticos.



IMPACTO DO FRETE
e das entregas nos hábitos de compra

Ao longo do material, pudemos perceber que a entrega deixou de ser apenas a etapa final da compra e passou a influenciar diretamente as decisões dos consumidores. Benefícios como frete grátis, prazos mais curtos e maior flexibilidade podem incentivar compras, aumentar a competitividade entre lojas e até justificar um valor mais alto no pedido.

Ao mesmo tempo, condições pouco atrativas de entrega seguem sendo um dos principais motivos de abandono de compra. Os dados revelam como preço, prazo e conveniência impactam o comportamento dos consumidores ao longo da jornada online.

Ia comprar em uma loja, mas escolhi outra que tinha frete grátis ou mais barato

Desisti de uma compra online por não ter frete grátis

Estava na dúvida se ia ou não ia comprar, mas acabei comprando porque o frete era grátis

Desisti de uma compra online por causa do prazo longo de entrega

Paguei mais caro para ter frete grátis

Paguei mais caro pela entrega expressa

Desisti de uma compra online por não poder agendar a entrega

Desisti de uma compra online porque a entrega era feita pelos Correios

Paguei mais caro para poder agendar a entrega do produto

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Sexo

55% Mulheres

45% Homens

Faixa etária

Região

Classe social

AVISO LEGAL

O compartilhamento dos dados e análises contidos neste relatório são permitidos tanto em documentos públicos quanto privados, desde que acompanhados do devido crédito à fonte: Opinion Box: Pesquisa Frete e entregas no E-commerce - Maio de 2026.

1.000 entrevistas com pessoas que têm pets

Margem de erro: 3,1pp . Coleta em abril e maio de 2026

opinion box

Quer fazer sua própria pesquisa?

CONHEÇA AS SOLUÇÕES DO OPINION BOX

Siga:

Acesse: opinionbox.com . blog.opinionbox.com