

DIGITAL COMMERCE REPORT 2026



Um e-book estratégico para
lojistas que precisam escalar
com eficiência em 2026.

INTRODUÇÃO EXECUTIVA

O e-commerce brasileiro chega a 2026 em um ponto de inflexão.

Depois de anos de aceleração, adaptação e consolidação, o e-commerce mudou: não é só sobre vender online, mas sobre operar de forma mais eficiente. Margens mais pressionadas, consumidores mais experientes, canais fragmentados e a presença crescente da inteligência artificial elevaram o nível de exigência do mercado.

Este e-book foi desenvolvido para negócios que já vendem, já investem em mídia, já lidam com volumes relevantes e agora precisam responder a perguntas mais complexas:

- ▶ Como continuar crescendo sem perder eficiência?
- ▶ Onde realmente estão as oportunidades de conversão em 2026?
- ▶ Quais tendências são hype e quais já impactam no faturamento?
- ▶ Como transformar tecnologia, checkout, dados e experiência em vantagem competitiva real?

Ao longo deste material, você encontrará tendências orientadas à decisão, não à curiosidade. Os insights aqui apresentados partem de dados de mercado, estudos de comportamento do consumidor e movimentos já observáveis nas operações de e-commerce mais maduras do país.

Não se trata de prever um futuro distante. Trata-se de entender o que já está mudando agora e como se preparar antes que isso vire requisito mínimo para competir.

Se sua operação busca mais previsibilidade, mais conversão e mais controle sobre o crescimento, este e-book é um ponto de partida estratégico.

SUMÁRIO

- 01** O consumidor 2026: mais racional, menos tolerante
- 02** Da busca ao checkout: a jornada não-linear virou padrão
- 03** IA deixa de ser diferencial e vira infraestrutura
- 04** Checkout, pagamento e conversão como sistema
- 05** Fidelização substitui aquisição como motor de crescimento
- 06** Social commerce e influência como canal de venda real
- 07** Checklist estratégico para 2026

01 O CONSUMIDOR EM 2026: MAIS RACIONAL, MENOS TOLERANTE

O consumidor brasileiro de 2026 não está descobrindo o e-commerce: ele já domina o ambiente digital.

Dados de mercado* indicam que o gasto médio por compra cresceu 4%, enquanto a quantidade de itens por carrinho segue estagnada.

OUTROS DADOS RELEVANTES INCLUEM



Apenas 22% decidem o que comprar no momento da compra.



95% dizem que confiar na marca é importante.

QUE MUDA NA PRÁTICA

-  Preço competitivo é pré-requisito, não diferencial.
-  Experiências confusas são rapidamente punidas com abandono.
-  Marcas precisam justificar sua existência além da oferta.

* Dados da Nielsen IQ: Consumer Outlook 2026

O QUE ISSO SIGNIFICA PARA O E-COMMERCE EM 2026

- Não é sobre vender mais itens, é sobre fazer cada compra valer a pena.
- Provas sociais, clareza de preço e benefícios são decisivos.
- Checkout, página de produto e ofertas precisam responder rápido às objeções.
- Upsell só funciona se for percebido como benefício real, não como empurrão.

Insight-chave: em 2026, o consumidor não compara só produtos. Ele compara experiências completas.

02

A JORNADA NÃO-LINEAR VIROU PADRÃO

O consumidor pesquisa no Google, valida no TikTok, compara em marketplaces, consulta IA generativa, lê avaliações e só então decide onde comprar.

IMPLICAÇÕES PARA LOJISTAS:

- Estar bem posicionado apenas no Google não é suficiente.
- Conteúdo, reputação e clareza de proposta precisam ser consistentes em todos os pontos de contato.
- A decisão muitas vezes acontece antes do clique no site.

Insight-chave: quem não controla sua narrativa fora da loja perde a venda dentro dela.



03

IA DEIXA DE SER DIFERENCIAL E VIRA INFRAESTRUTURA

Em 2026, a Inteligência Artificial deixa de ser uma tendência emergente e vira parte da base operacional do e-commerce.

○ CONSUMIDOR JÁ UTILIZA IA PARA:

- ◆ Comparar preços e produtos
- ◆ Avaliar reputação de marcas
- ◆ Tomar decisões de compra sem acessar diretamente os sites

Estudos* apontam que metade dos consumidores já usa buscas com inteligência artificial, e isso deve impactar US\$750 bilhões em receita até 2028.

* Dados de McKinsey & Company

PARA LOJISTAS, A VIRADA É CLARA:

A pergunta deixa de ser “usar IA ou não?” Passa a ser: “como minha loja é interpretada por agentes de IA?”

Insight-chave: lojas precisam ser legíveis para humanos e para máquinas. Isso passa pelas descrições de produtos e conteúdos das páginas do site.

04

PAGAMENTO, CHECKOUT, E CONVERSÃO COMO SISTEMA

O checkout se consolidou como um dos maiores gargalos de crescimento no e-commerce.

Dados da Yampi mostram que os abandonos de carrinho acontecem em diferentes momentos do checkout:

75,32% Acontece na etapa de entrega

19,84% Acontece na etapa de informações pessoais

4,84% Acontece no pagamento



Em operações maduras, carrinhos abandonados representam não apenas perda de conversão, mas perda direta de receita escalável.

Na Yampi, esse impacto já é mensurável.

A plataforma processa 2 milhões de pedidos por mês, com lojas que utilizam recursos avançados de checkout apresentando:

- Mais de **3.7 MILHÕES** de carrinhos recuperados
- Com o recurso nativo, lojistas da Yampi já recuperaram mais de **R\$740 MIL EM VENDAS** que seriam perdidas

O QUE DEFINE UM CHECKOUT ORIENTADO A CRESCIMENTO EM 2026

Não se trata apenas de rapidez. Um checkout eficiente combina:



Estabilidade em picos de tráfego e campanhas.



Recursos nativos que reduzem falhas técnicas.



Recuperação automática de carrinhos.



Integrações de diferentes canais de venda.



Pix, cartão, parcelamento e meios alternativos em um único fluxo.

Na prática, lojas que tratam o checkout como infraestrutura de crescimento, e não apenas como etapa de pagamento, conseguem extrair mais valor do mesmo volume de tráfego.

Insight-chave: otimizar o checkout significa transformar conversão em vantagem competitiva recorrente.

AINDA NÃO USA A YAMPI?

Escale sua operação
hoje mesmo.

COMECE AGORA



05 CASHBACK COMO MOTOR FINANCEIRO DE RECOMPRA

Em operações de e-commerce mais maduras, crescimento deixa de depender exclusivamente de aquisição contínua e passa a ser sustentado por mecanismos que estimulam o retorno do cliente.

O cashback é uma alavanca financeira de recompra. Na plataforma Yampi, dados de uso de cashback mostram impactos diretos no desempenho das lojas:

- **R\$ 7,53 MILHÕES** em pedidos gerados com cashback
- **+5% DE CONVERSÃO** em lojas que utilizam cashback



Além do impacto em conversão e volume, o comportamento de uso do saldo indica intenção clara de retorno.

Uma parcela relevante dos clientes realiza a segunda compra motivada diretamente pelo valor acumulado, encurtando o ciclo de recompra e diminuindo a necessidade de reativação via mídia paga.

O QUE ISSO SIGNIFICA?

- Cashback atua como gatilho financeiro de recompra, não só como benefício promocional.
- Incentivos financeiros bem estruturados aumentam a previsibilidade de receita ao estimular compras recorrentes.
- A comunicação do saldo disponível acelera a decisão de retorno.

Usar saldo de cashback

R\$ 78,68



Insight-chave: em 2026, o crescimento mais estável do e-commerce virá de incentivos financeiros inteligentes. Cashback reduz fricção na recompra, diminui a dependência de aquisição paga e transforma fidelização em resultado financeiro concreto.

06

SOCIAL COMMERCE E INFLUÊNCIA COMO CANAL DE VENDAS

Em 2026, social commerce deve ser analisado como canal de origem de pedidos, não apenas como influência indireta.

Na Yampi, a leitura por origem de tráfego revela que as redes sociais representam 44,14% do volume total de tráfego.

QUANDO QUASE METADE DO TRÁFEGO VEM DE REDES SOCIAIS, ISSO INDICA QUE:

- ❖ Social é um dos principais pontos de entrada no e-commerce.
- ❖ O consumidor descobre produtos nas redes.
- ❖ O social deixou de ser “topo de funil distante”.
- ❖ A jornada começa fora do site e muitas vezes fora do Google.

Insight-chave: Quanto maior a dependência de tráfego social, maior a exigência por checkout simples, rápido e confiável.

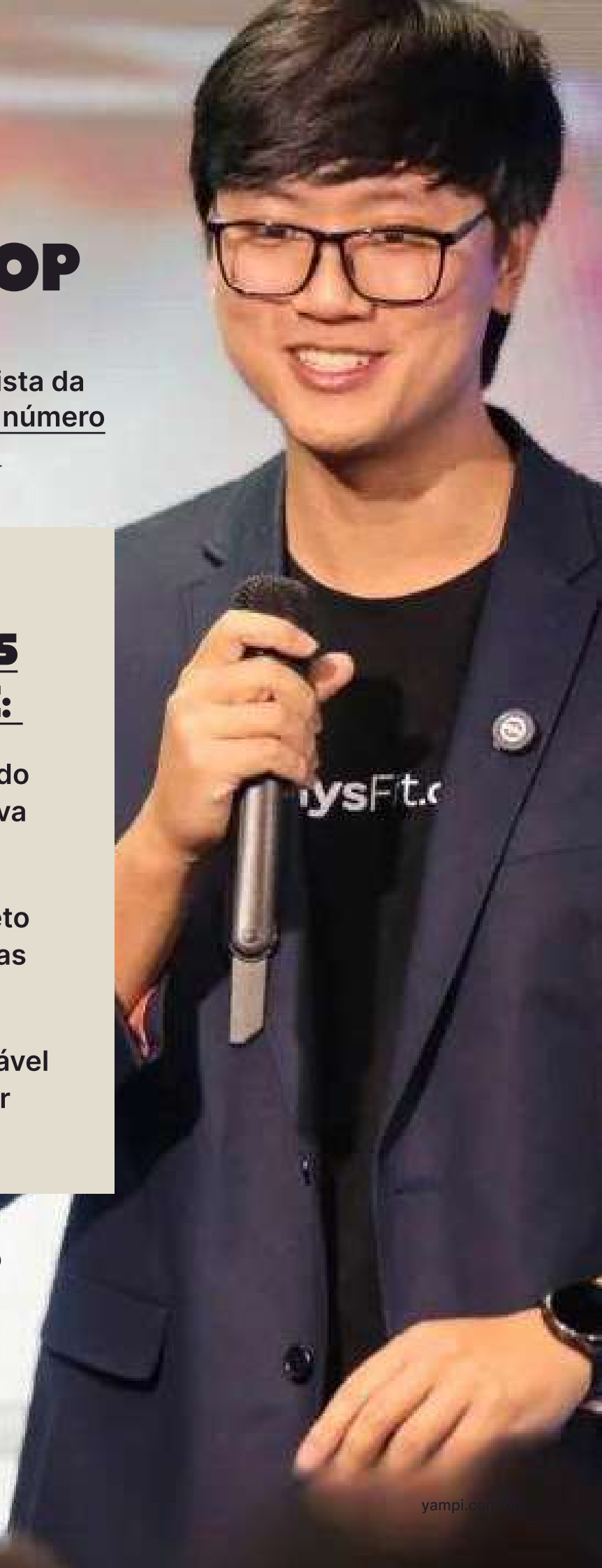
CASO REAL: ALWAYS FIT E TIKTOK SHOP

Um exemplo prático desse movimento é a Always Fit, lojista da Yampi que se tornou a marca número 1 em vendas no TikTok Shop.

A ESTRATÉGIA COMBINOU TRÊS FATORES-CHAVE:

1. Conteúdo nativo voltado para descoberta e prova social.
2. Redirecionamento direto para páginas otimizadas de compra
3. Checkout rápido e estável da Yampi para capturar demanda impulsiva

O resultado foi uma operação capaz de transformar a visibilidade em faturamento real, validando o social commerce como canal de performance.



O PADRÃO DAS OPERAÇÕES QUE PERFORMAM MELHOR

- Checkout otimizado para mobile e decisão rápida.
- Uso de links diretos para checkout ou páginas enxutas.
- Menos cliques entre descoberta e pagamento.

Insight-chave:
social commerce
exige arquitetura
própria e quem
trata como
tráfego comum
perde eficiência.



07

CHECKLIST ESTRATÉGICO PARA 2026

- ☐ Minha loja é legível para humanos e IA?
- ☐ Meu checkout maximiza conversão ou cria atrito?
- ☐ Tenho estratégias claras de recompra e fidelização?
- ☐ Minha reputação trabalha a favor ou contra minhas vendas?
- ☐ Minha operação está preparada para escalar?

**AINDA NÃO
USA A YAMPI?**

Escale sua operação
hoje mesmo.

CRIAR CONTA GRÁTIS



CONCLUSÃO

O e-commerce não ficou mais difícil. Ele ficou mais seletivo.

2026 será um ano de conquistas para quem entende como unir tecnologia, experiência, dados e confiança.

A Yampi acredita que crescer não é apenas vender mais. É vender com controle, previsibilidade e estratégia.

Nos vemos no futuro do e-commerce.

