

economia

Amazon lança entrega em até 15 minutos no Brasil

Serviço irá oferecer produtos de supermercado em oito cidades brasileiras, incluindo Porto Alegre

/VAREJO

Gabriel Margonar, de São Paulo
gabrielm@jcrs.com.br

A Amazon Brasil lançou na manhã de terça-feira, em São Paulo, um novo capítulo de sua operação no País: o Amazon Now, serviço que promete entregar produtos de supermercado - incluindo alimentos frescos e congelados - em até 15 minutos. Porto Alegre está entre as oito cidades escolhidas para a estreia da modalidade, que será disponibilizada gradualmente até 9 de março.

A capital gaúcha entra na segunda onda do cronograma nacional. O lançamento já começou por São Paulo, segue para Rio de Janeiro e Belo Horizonte na quinta-feira e, até a próxima segunda, alcança Campinas, Curitiba, Fortaleza, Re-

cife e Porto Alegre, em bairros elegíveis - cuja lista detalhada ainda será divulgada pela empresa.

O movimento marca a entrada definitiva da multinacional norte-americana no segmento de entregas ultrarrápidas de mercado no Brasil. Ainda, mais do que encurtar prazos, a companhia passa a operar, pela primeira vez no País, com alimentos frescos e congelados dentro da sua estrutura logística - de frutas e verduras a carnes, peixes e sorvetes. Na prática, entra na disputa pela "compra urgente", aquela que tradicionalmente costuma levar o consumidor à loja do bairro.

Durante o evento, a presidente da Amazon Brasil, Juliana Sztrajtmann, fez questão de enquadrar o anúncio dentro de uma estratégia mais ampla. "A Amazon começou no Brasil em 2012 e sempre foi

pautada por três prioridades: longo prazo, cliente e inovação", afirmou. Segundo ela, desde então a empresa investiu R\$ 55 bilhões no País, com foco em tecnologia, infraestrutura e pessoas. Um quarto desse montante foi aplicado apenas nos últimos 18 meses.

"Se fizermos as contas, são cerca de R\$ 15 milhões por dia investidos aqui. Quem investe nesse ritmo não está pensando só neste ano ou nos próximos dois", disse. A executiva afirmou ainda que o Brasil é hoje a maior prioridade de investimento da Amazon no mundo, sinalizando que a operação local deixou de ser periférica na estratégia global.

Apenas no ano passado, segundo a empresa, foram inaugurados 100 centros de distribuição no Brasil - no total, a companhia soma 250 estruturas espalhadas pelo ter-



Sistema, que inicia até o dia 9 na Capital, foi apresentado em evento em SP

ritório nacional. Em 2025, mais de 50 milhões de produtos foram entregues no mesmo dia ou no dia seguinte para clientes Prime.

Boa parte dessas entregas já estava concentrada em categorias consideradas essenciais. A avalia-

ção interna, segundo Juliana, é que a velocidade se tornou fator decisivo. "O que era rápido há dez anos? Quatro dias. Depois virou dois. Depois um. Depois no mesmo dia. E hoje estamos falando de minutos", concluiu.

Como funciona o Amazon Now

Foi nesse contexto que a diretora do Amazon Now, Fernanda Grumach, subiu ao palco para detalhar a nova operação. De acordo com ela, o diferencial do sistema não está apenas no prazo, mas na seleção: "Agora será possível comprar frutas, legumes, verduras, carne, peixe, congelados, sorvete, bebidas geladas, ovos. Ou seja: fazer a feira na Amazon e receber em 15 minutos", disse. O serviço opera a partir de microcentros urbanos de distribuição. O pedido é separado nesses espaços e segue diretamente para o endereço do cliente. O prazo começa a contar a partir da confirmação da compra. "Não trabalhamos com tolerância. Se

não for entregue em 15 minutos, é considerado um defeito, não um atraso aceitável", afirmou a executiva.

A maioria dos microcentros irá funcionar das 7h às 23h, com algumas unidades operando 24 horas por dia. O cliente acessa o site ou o aplicativo, identifica os itens com o selo "Amazon Now" e entra em uma experiência dedicada, com carrinho e checkout exclusivos. O pagamento pode ser feito por cartão de crédito ou PIX.

Após a finalização do pedido, o consumidor recebe um link via WhatsApp para acompanhar o trajeto em tempo real. "É possível visualizar o nome do entre-

gador, a localização no mapa, o tempo estimado e enviar orientações, tudo com segurança e preservação de dados", explicou Fernanda.

Para membros Prime, o frete é gratuito. Para não assinantes, o valor promocional é de R\$ 5,49. Neste início, não há cobrança de taxa de serviço, e a empresa ainda não definiu quando haverá alteração nesse modelo. A gorjeta é opcional e destinada integralmente ao entregador.

A operação começa com parceiros logísticos, dentro do modelo já utilizado pela companhia, como a Rappi. "Assim como temos mais de 100 mil vendedores parceiros no marketpla-

ce, também temos parceiros logísticos. O Amazon Now é um serviço Amazon, dentro do nosso ecossistema", afirmou Fernanda. Segundo ela, portfólio, área de cobertura e número de centros poderão ser ampliados gradualmente. O serviço também abre espaço para publicidade dentro da navegação dedicada. Formatos de retail media já começam a aparecer na loja do Amazon Now, integrados ao Amazon Ads e voltados aos parceiros participantes. Para Porto Alegre, a chegada da entrega em 15 minutos insere a Capital em um movimento que pode pressionar o varejo alimentar local a repensar logística e

conveniência. A cidade já conta com aplicativos consolidados e redes supermercadistas com operação digital estruturada; a diferença, agora, é a promessa de combinar variedade, preço e prazo quase imediato dentro de uma única plataforma.

A Amazon projeta integrar o novo serviço a grandes eventos comerciais e esportivos. "Em todos os eventos que a gente tiver, como a Copa do Mundo neste ano, imagina: junta o pessoal, faltou a bebida... a gente vai conseguir entregar em 15 minutos", projetou Juliana, lembrando que, em ocasiões anteriores, a companhia ainda não tinha essa capacidade.

Supermercados falam em remédios mais baratos após aprovação de lei; farmácias contestam

A aprovação do projeto de lei que permite a venda de medicamentos por parte do varejo alimentar vem com a promessa de preços mais baixos por parte dos supermercadistas. A medida, aprovada nesta segunda-feira pela Câmara dos Deputados, ainda depende de sanção presidencial, mas já foi defendida pelo ministro da Saúde, Alexandre Padilha.

O assunto foi alvo de uma intensa queda de braço entre os varejistas do segmento alimentar e farmacêutico no ano passado. Do lado dos supermercados, a Asso-

ciação Brasileira de Supermercados (Abras) afirma que a medida aumenta a concorrência no setor e "pressiona preços para baixo".

A Associação Brasileira das Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma), que reúne as maiores redes do varejo farmacêutico do país, por sua vez, duvida que haja desconto nesses produtos nos supermercados, uma vez que o preço dos remédios é controlado pelo governo.

No cerne da disputa, um mercado de R\$ 227 bilhões em medicamentos, que cresceu 12% no ano passado, fazendo do Brasil

o 8º maior mercado no ranking mundial. Desse total, 65% são do varejo farmacêutico (medicamentos vendidos em farmácias) e 35% são do segmento institucional (serviços públicos, hospitais e clínicas), segundo o Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos (Sindusfarma).

"Eu não acho que vá ter grandes diferenças de preço", diz Nelson Mussolini, presidente do Sindusfarma, que reúne grandes fabricantes como Bayer, Pfizer, AstraZeneca, Aché, Lilly e EMS. "Se o varejista tem estoque, por exemplo, antes do

aumento de preços, vai oferecer um valor vantajoso para o cliente. Mas no Brasil quem define preço é o governo. É diferente de pneu ou qualquer outro bem de consumo."

No Brasil, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) determina que as farmácias não cobrem preços acima do permitido pela Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos (CMED).

A lista é atualizada mensalmente com o preço de fábrica e o preço máximo ao consumidor para incluir novos produtos,

apresentações ou ajustes pontuais. O aumento geral dos medicamentos ocorre uma vez ao ano, a partir de 1º de abril.

O CEO do Assaí, Belmiro Gomes, afirmou que, assim como a rede se tornou líder na revenda de pneus, poderia repetir o feito com medicamentos.

"Como atacarejo, é muito provável que conseguiríamos reduzir muito o preço dessa categoria, assim como hoje somos um dos maiores revendedores de pneus do país", disse, à época. O executivo não foi encontrado para comentar o assunto.