

Assinaturas

Mensal	R\$	109,90
Trimestral à vista	R\$	269,73
1+2	R\$	99,90
Total Parcelado	R\$	299,70
Semestral à vista	R\$	528,66
1+5	R\$	97,90
Total Parcelado	R\$	587,40
Anual à vista	R\$	997,92
1+11	R\$	92,40
Total Parcelado	R\$	1.108,80

Desconto de 10% para pagamento à vista

Formas de Pagamento:
Cartões de Crédito (VISA, MASTER, ELO, AMERICAN e DINERS)
Débito em Conta: BB, Bradesco, Banrisul, CEF, Santander, Sicredi e Itaú e Pix
Boleto Bancário.

Consulte nossos planos promocionais em:
www.jornaldocomercio.com/assine

Departamento Comercial

Atendimento às agências e anunciantes

Telefone (51) 3213.1333

agencias@jornaldocomercio.com.br

Operações comerciais

Tel: (51) 3213.1355

anuncios@jornaldocomercio.com.br

Publicidade legal

Tel: (51) 3213.1331 / 3213.1338

comercial@jornaldocomercio.com.br

Redação

Telefones e e-mails

(51) 3213.1362

Editoria de Economia

(51) 3213.1369

economia@jornaldocomercio.com.br

Editoria de Geral

(51) 3213.1372

geral@jornaldocomercio.com.br

Editoria de Política

(51) 3213.1374

politica@jornaldocomercio.com.br

Editoria de Cultura

(51) 3213.1376

cultura@jornaldocomercio.com.br

Administrativo e Financeiro

Telefone (51) 3213.1381

financeiro@jornaldocomercio.com.br

rh@jornaldocomercio.com.br

suprimentos@jornaldocomercio.com.br

Henderson Comunicação

Brasília - DF

QI 23. LOTE 09 BLOCO A 604 GUARÁ II

71060-636

Telefone (61) 3322.4634 e (61) 3322.8989

marciaglobal@terra.com.br

E-commerce detém 53% das vendas de tecnologia no Brasil, diz NielsenIQ

Abertura da Eletrolar apontou que ascensão digital sobre lojas físicas é impulsionada por marketplaces

/ CONSUMO

Luciane Medeiros, de São Paulo
luciane.medeiros@jornaldocomercio.com.br

Cada vez mais, o consumidor brasileiro opta por fazer compras online. Segundo dados da NielsenIQ, apresentados durante a abertura da Eletrolar Show, em São Paulo, os canais online responderam por 53,1% do faturamento total do setor no primeiro trimestre deste ano. É a primeira vez que as vendas digitais superam as lojas físicas em receita, consolidando uma mudança profunda nos hábitos do consumidor brasileiro.

De janeiro a março, o setor movimentou R\$ 51 bilhões, apresentando um crescimento de 7,4% em faturamento e 6,4% em volume de vendas. Segundo Mateus Bando, líder de Tech & Durables da NielsenIQ Brasil, o desempenho brasileiro se destaca no cenário internacional: enquanto outros

países crescem apenas devido ao aumento de preços ou valorização cambial, o Brasil apresenta uma expansão efetiva da demanda.

A ascensão digital é impulsionada pelos marketplaces, que já detém 21,4% da receita do mercado de tecnologia no País. O perfil do comprador também está mudando, com um crescimento notável da Geração Z entre os consumidores ativos.

Apesar da força do e-commerce, Bando ressalta que a jornada de compra tornou-se híbrida. Cerca de 30% dos consumidores utilizam tanto o canal físico quanto o online antes de concluir uma compra, reforçando que a loja física continua sendo relevante para a experiência do cliente.

A pesquisa identificou que o principal motor das vendas atuais não é o desejo por um produto novo, mas a necessidade. Mais de 50% das compras são feitas para substituir produtos com defeito.



GRUPO ELETROLAR/DIVULGAÇÃO/JC

Venda de TVs deve aumentar com o avanço da Copa, afirma Bando

Esse “ciclo de troca” tem mantido o setor aquecido por 30 meses seguidos, mesmo diante de juros altos e endividamento das famílias.

Outro fator de impulso recente foi a proximidade da Copa do Mundo. Nas semanas que antecederam o evento, o setor de televisores registrou alta de 7,5% em unidades vendidas. O executivo projeta que a venda de TVs deve continuar puxando o crescimento do mercado à medida que o

torneio esportivo avança. “Nesse ano, o movimento de vendas de TV estava baixo. À medida que o Brasil ganha, o mercado muda. Se não avançar na Copa, caem as vendas”, projetou.

Já a relação entre preços dos aparelhos e promoções pré-Copa não se confirmou neste ano. “Os preços das TVs ficaram mais baixos nas semanas anteriores ao Dia das Mães, e não na Copa”, complementou Bando.

IPC-S desacelera a 0,49% na 3ª quadrissemana de junho

O Índice de Preços ao Consumidor Semanal (IPC-S) da Fundação Getulio Vargas desacelerou a 0,49% na terceira quadrissemana de junho. O índice acumula agora alta de 4,45% nos últimos 12 meses.

Houve moderação em três dos oito grupos que compõem o IPC-S:

Alimentação (1,30% para 1,03%), Habitação (0,82% para 0,61%) e Vestuário (0,57% para -0,13%). Em contrapartida, ganharam força: Despesas Diversas (1,09% para 1,30%), Saúde e Cuidados Pessoais (0,58% para 0,62%), Educação, Leitura e Recreação (0,33% para

0,38%), Comunicação (0,07% para 0,10%) e Transportes (-0,44% para -0,35%).

As maiores influências que puxaram o índice para baixo partiram de gasolina (de -1,50% para -1,17%), etanol (de -6,41% para -5,23%), café em pó (de -3,14% para

-2,51%), tarifa de ônibus urbano (de -0,91% para -0,91%) e maçã (de -3,39% para -3,73%). Na outra ponta, puxaram o índice para cima batata-inglesa (de 37,19% para 24,99%), energia residencial (de 2,34% para 1,61%) e serviços bancários (de 1,79% para 2,18%).

/ TRIBUTOS Fonte: www.informanet.com.br

IMPOSTOS FEDERAIS E ESTADUAIS

30/06	PIS/Pasep	Retenção - Aquisição de autopeças, de fato gerador de 1ª quinzena mês atual (15/06/2026)
30/06	IOF	Contrato de Derivativos, de fato gerador de Mês Anterior (31/05/2026)
30/06	IRRF	Fundos de investimento imobiliário - rendimentos e ganhos de capital distribuídos semestralmente, de fato gerador de Mês Anterior (31/05/2026)
24/06	IOF	Operações de Crédito - Pessoa Jurídica, de fato gerador de 2º decêndio mês atual (20/06/2026)
24/06	IRRF	Rendimentos de Capital - Fundos de Investimento, de fato gerador de 2º decêndio mês atual (20/06/2026)
24/06	IOF	Ouro, Ativo Financeiro, de fato gerador de 2º decêndio mês atual (20/06/2026)








@espacoconte
(51) 3373.5509
www.espacoconte.com.br