

## PLATAFORMAS DIGITAIS NO BRASIL: A EXPANSÃO DA EMPRESA MERCADO LIVRE NO TERRITÓRIO

**Flavio Lima**

Doutor em Geografia pela Unicamp

ORCID: 0000-0002-3547-9539

[limafr@unicamp.br](mailto:limafr@unicamp.br)

**RESUMO:** Este artigo investiga em que medida a ascensão, consolidação e rápida expansão do Mercado Livre no Brasil revelam especificidades institucionais, políticas e territoriais típicas de países do Sul Global. Adotando uma abordagem mista – análise qualitativa e quantitativa de dados públicos, processos judiciais, relatórios institucionais e mapeamento geoespacial – demonstra-se que a empresa opera segundo preceitos neoliberais, baseando-se na tríplice captura contínua de dados, na exploração intensiva da força de trabalho e na apropriação de incentivos e fundos públicos. Os resultados destacam um hibridismo singular: a articulação de tecnologias digitais de ponta (majoritariamente fornecidas por grandes plataformas do Norte, das quais permanece dependente) com formas pretéritas de incorporação de trabalho manual – altamente intensificado e precarizado –, além de contar com políticas fiscais, subsídios e cargas tributárias especiais concedidas por entes do Estado brasileiro. Esses achados ressaltam a urgência de uma geografia crítica sensível aos impactos da atuação das plataformas digitais para compreender as transformações profundas nas condições gerais de produção contemporâneas.

**Palavras-chave:** Capitalismo de plataforma; Comércio eletrônico [*e-commerce*]; Neoliberalismo; Financeirização; Mercado Livre.

## DIGITAL PLATFORMS IN BRAZIL: THE TERRITORIAL EXPANSION OF MERCADO LIVRE

**ABSTRACT:** This paper examines the extent to which the rise, consolidation, and rapid expansion of Mercado Livre in Brazil reveal institutional, political, and territorial particularities characteristic of the Global South. Employing a mixed-methods approach-qualitative and quantitative analysis of public data, legal cases, institutional reports, and geospatial mapping-it demonstrates that the company operates under neoliberal tenets, relying on the triadic continuous capture of data, intensive labor exploitation, and appropriation of state incentives and public funds. The findings highlight a unique hybridity: the integration of cutting-edge digital technologies (predominantly supplied by major Northern platforms on which it remains dependent) with pre-historic forms of manual labor incorporation-highly intensified and precarious-alongside fiscal policies, subsidies, and preferential tax regimes granted by Brazilian

state entities. These results underscore the urgency for a critical geography attuned to the impacts of digital platforms in order to understand the profound transformations affecting contemporary modes of production.

**Keywords:** Platform capitalism; E-commerce; Neoliberalism; Financialization; Mercado Livre.

## 1. INTRODUÇÃO<sup>1</sup>

Nas últimas décadas, o modo capitalista de produção sofreu por transformações significativas que impactaram profundamente as relações entre espaço e sociedade. Um conjunto de mudanças alterou as condições gerais de produção, desde as atividades produtivas até a circulação e o consumo de mercadorias em escalas global e nacional.

Entre os processos recentes, destaca-se a ascensão das plataformas digitais – especialmente as voltadas ao comércio – que passaram a intermediar relações econômicas, sociais e territoriais. A emergência de grandes empresas estruturadas sobre arquiteturas digitais tem sido interpretada por diversos autores como expressão do capitalismo de plataforma (Srnicek, 2017; Antunes, 2022a).

Tais mudanças vêm sendo analisadas por um número crescente de estudiosos, com ênfase no Norte Global, onde o tema recebe ampla atenção. Porém,

Embora o tema conte com um corpo crescente de pesquisas, com ênfase nas *big techs* do Norte Global, a literatura ainda revela duas lacunas centrais: (i) a escassez de investigações voltadas ao Sul Global; e, (ii) a ausência de análises empíricas aprofundadas sobre as plataformas “nativas” desses contextos.

Plataformas latino-americanas como Mercado Livre, Magalu e Workana têm ganhado destaque na reconfiguração dos mercados e das práticas sociais na região. Contudo, permanecem pouco exploradas pela literatura crítica internacional.

---

<sup>1</sup> A discussão apresentada neste artigo resulta, em parte, das reflexões desenvolvidas no âmbito do meu estágio pós-doutoral, vinculado ao Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, cujo objetivo geral consiste em rastrear as estratégias e os conteúdos utilizados pelas megaplataformas digitais atuantes em território nacional; e, em parte, da pesquisa coletiva da qual participo, que conta com a atuação direta da Profa. Dra. Luci Praun, de Renata Falavina, da Dra. Cíntia de Souza e do Dr. Vinicius de Oliveira Santos. Esta pesquisa é desenvolvida no âmbito do Grupo de Pesquisa Mundo do Trabalho e suas Metamorfoses (GPMT), coordenado pelo Prof. Dr. Ricardo Antunes, e tem como intuito compreender os significados e impactos da plataformização do trabalho no Brasil, com foco na atuação das empresas de plataforma, entre elas o Mercado Livre. Ambas as pesquisas contam com financiamento do Ministério Público do Trabalho (MPT).

A questão que se coloca é até que em que medida ascensão e consolidação dessas plataformas na América Latina revelam especificidades institucionais, políticas e territoriais que não são plenamente capturadas pelos modelos teóricos derivados do Norte Global?

Para responder a essa questão, este artigo propõe analisar o comércio eletrônico como via privilegiada de estudo da plataformização no Sul Global, com foco no Brasil. O objeto empírico é a plataforma Mercado Livre, cuja seleção se fundou em três razões principais: 1) Ampla presença no território brasileiro); 2) Estrutura logística intensiva, que combina tecnologias digitais avançadas e trabalho precarizado; 3) Vínculos diretos com o Estado brasileiro nos processos de expansão e reestruturação. Trata-se de uma das empresas mais valiosas da América Latina, com presença territorial crescente em 19 países, penetração nas redes de consumo e vínculos institucionais com políticas de Estado.

A investigação se fundamentou em levantamento original de dados públicos, processos judiciais, relatórios institucionais e corporativos. A metodologia mista (qualitativa e quantitativa) integrou revisão bibliográfica, interpretação documental e mapeamento territorial com ferramentas geoespaciais.

O objetivo deste artigo consistiu em preencher a lacuna nos estudos sobre capitalismo de plataforma, oferecendo uma análise situada no Sul Global que examine as configurações territorial, institucional e tecnológica do Mercado Livre no Brasil. Sua originalidade residiu na articulação entre evidência empírica e interpretação teórico-crítica da plataformização como processo de alteração das formas de reprodução do capitalismo.

Sob esse prisma, entende-se a plataformização como um processo que evidencia a atual fase do capitalismo neoliberal, sustentada na captura e monetização contínua de dados, na exploração do trabalho e na apropriação de fundos públicos do Estado. Impulsionado pela hegemonia do capital financeiro sobre o produtivo, ele mobiliza uma lógica de valorização centrada em ativos intangíveis e hiperconectividade digital.

Com o exame, demonstrou-se que embora o Mercado Livre tenha alcançado crescimento meteórico e monopolização crescente do mercado interno, permanece dependente de infraestruturas globais (por exemplo, AWS da Amazon). Contudo, essa dependência se combina com a contribuição decisiva do Estado brasileiro, por meio de políticas fiscais, subsídios e regimes tributários especiais, que têm consolidado os oligopólios digitais.

Por fim, apesar das semelhanças com plataformas do Norte Global, a experiência brasileira revela um hibridismo peculiar: a coexistência de tecnologias digitais de ponta e de trabalho manual intensamente explorado – tanto dentro quanto fora dos espaços convencionais de concentração de mercadorias. Essa hipótese, inovadora para a geografia crítica, oferece um novo prisma para entender as transformações profundas nas condições gerais de produção contemporâneas.

## 2. AS NOVAS CONDIÇÕES GERAIS PRODUÇÃO NA ERA DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

As transformações estruturais nas condições gerais de produção têm sido cada vez mais reconhecidas como características centrais do capitalismo contemporâneo. Entre esses processos que as demarcam, destaca-se a ascensão das plataformas digitais, visto tais plataformas terem passado a intermediar relações econômicas, sociais e territoriais em razão da emergência de empresas que operam a partir de sistemas digitais, na esteira do que vem sendo nomeado de *capitalismo de plataforma* (Srniczek, 2017; Antunes, 2022a). Suas principais características podem ser elencadas como

- i) Serem modelos de negócios baseados em sistemas de dados, voltados à otimização de serviços e ao controle do trabalho;
- ii) Terem tendência à oligopolização, na medida em que plataformas com um grande número de usuários consolidam posições dominantes no mercado;
- iii) Promoverem a financeirização das operações, associando-se a fundos de investimento e serviços de crédito, com forte centralização do controle.
- iv) Disporem de uma estrutura comum baseada no uso intensivo de dados, resultando em múltiplos modelos de negócio que passam a operar com o objetivo de maximizar lucros, riqueza e poder.

Sob uma estrutura que viabiliza a utilização de sistemas de dados para a maximização de lucros – riqueza e poder –, as plataformas digitais operam modelos de negócio de distintas ordens, utilizando-se de ferramentas que lhes proporcionam cada vez mais poder.

O comércio eletrônico [*e-commerce*] – entendido aqui como modalidades de compra e venda de bens e serviços pela *Internet* – ilustra bem como essas transformações recentes estão ocorrendo, cada vez mais impulsionadas pelos sistemas de dados. Este processo, intensificado a partir da virada para o século XXI, coincide com a ampliação ilimitada do

impulso à inovação tecnológica, provocando a expansão dos investimentos em plataformas e o redimensionamento das forças produtivas (Antunes, 2021; Harvey, 2018; Lima, 2023).

Nesse contexto em que as plataformas digitais têm desempenhado um papel estratégico nas mudanças estruturais, as plataformas de comércio eletrônico se destacam pela capacidade de reconfigurar as relações de consumo, distribuição e circulação de mercadorias, impactando profundamente as relações entre espaço e sociedade.

No início dos anos 2000, as formas de acesso ao consumo e ao crédito estavam concentradas, pelo menos no Brasil, em lojas físicas, localizadas nas áreas centrais das cidades, em *shoppings centers* e outras modalidades de comércio de rua. Dessa forma, era necessário deslocar-se até esses locais para se realizar as compras. O atendimento era realizado por vendedores que apresentavam os produtos disponíveis, muitas vezes com sons publicitários que incentivavam a sua aquisição. Após a escolha das mercadorias, as pessoas se dirigiam ao setor de crediário da empresa, fornecia seus dados de identificação pessoal, como endereço e local de trabalho, e definia a forma de pagamento – em espécie, crediário ou em cheque pré-datado.

O pedido, então, passava por uma análise de crédito que poderia demorar horas ou dias. Para ilustrar, houve o caso de uma experiência particular em 2004, no interior do Paraná, em que a compra de um aparelho televisor levou 45 dias para ser efetuada e o produto entregue. Naquela época, o acesso a aparatos tecnológicos era limitado: apenas 17% da população brasileira possuía telefonia fixa convencional e uma parcela ainda menor, 13%, tinha acesso à banda larga (Cetic, 2025). Esse cenário elucida um contexto no qual a geografia do consumo era moldada por tempos longos e espaços definidos, além de localizada e restrita.

Desde 2010, no entanto, o comércio eletrônico vem sendo realizado com base em novas lógicas espaço-temporais. A disseminação de *smartphones* e aplicativos alterou profundamente as transações comerciais, produzindo novas formas de consumo e de acesso ao crédito, baseadas na conectividade. Hoje, não há mais necessidade de deslocamento físico, pois as compras são realizadas diretamente de aparelhos móveis, o crédito é analisado em segundos e a entrega pode ocorrer em questão de horas. Ou seja, podemos consumir uma mercadoria estando em qualquer localidade. O que se desloca, agora, é a mercadoria, que é levada ao consumidor por meio da entrega, e não necessariamente as pessoas.

Se, antes, levava-se dias para uma mercadoria ser adquirida e chegar ao consumidor final, hoje isso ocorre em poucas horas. De acordo com o Mercado Livre, empresa de tecnologia que oferece serviços principalmente com comércio eletrônico e pagamentos digitais, as entregas podem ser realizadas em “menos de 3 horas, em uma área próxima ao vendedor” (Mercado Livre, 2025, s./p.) em áreas metropolitanas. Em estados como Paraná e Minas Gerais, as entregas ocorrem em até 12 horas; já em regiões mais afastadas do Centro-Sul, como o Centro-Oeste, o Nordeste e o Norte do país, elas se dão em até cinco dias.

Essa mudança e essa rapidez se deveram à conectividade crescente em todo o globo. Segundo pesquisa da *International Telecommunication Union* (ITU), em 2014, havia 2,7 bilhões de pessoas conectadas no mundo; esse número subiu para 3,4 bilhões em 2017 e 4,9 bilhões em 2021. O percentual da população conectada à internet passou de 29% para 63% em apenas uma década (ITU, 2022, p. 22). Atualmente, um em cada três brasileiros possui um *smartphone*, dispositivo que centraliza processos como compra, crédito, pagamento e rastreamento (Cetic, 2025). Por meio de aplicativos, é possível acompanhar o produto desde sua separação no centro de distribuição até o momento da entrega, bem como efetuar pagamentos e renegociar parcelas.

Esse cenário imprimiu uma reconfiguração da atividade produtiva, baseada nos aparatos digitais. O incentivo ao consumo, que virou política de Estado em muitos países ocidentais (Carvalho, 2018), atualizou-se a partir das inovações tecnológicas, fazendo com que recursos fossem implementados para se facilitar as tarefas e as compras *online*. A estruturação do ciclo da produção passou a ser mediada por tecnologias como automação, inteligência artificial e robótica, que remodelam as formas pelas quais os consumidores se relacionam com as empresas que oferecem mercadoria e, também, pela forma como essas empresas se relacionam com os produtores-vendedores que alimentam suas plataformas e os trabalhadores que sedimentam o processo como um todo.

Embora difícil de captar, esse processo de plataformação remodela as condições de trabalho, que passam a ser intermediadas pelas tecnologias. Assim, o tradicional modelo de consumo físico – com a atividade produtiva organizada em uma cadeia de suprimentos linear de empresas integradas, cada uma contribuindo com um valor para um resultado do qual um cliente passivo deriva uma utilidade privada – vem perdendo volume, tornando-se cada vez menos presente nos dias atuais. Nesse cenário, a plataformação opera organizando um circuito de cadeias globais (Peck, 2004) por meio de dados que articulam as relações de

produção, como armazenamento, transporte e consumo, etapas orientadas pela geração do valor.

Todo esse sistema vem apresentando um crescimento impressionante nos últimos anos, oferecendo sobrevida ao capital, por intermédio do consumo. Desde 2016, o *e-commerce* brasileiro mais que quintuplicou suas ações; saiu de um faturamento de R\$ 44.4 bilhões, naquele ano, para um faturamento de 87,4 bilhões em 2020, R\$ 187,89 bilhões em 2022, R\$ 196,1 bilhões em 2023 e alcançando R\$ 204,3 bilhões em faturamento em 2024 (MDIC, 2024). Em relação ao número de compradores *online*, chegou-se a 91,3 milhões em 2024 (E-commerceBrasil, 2025).

As plataformas digitais estão reconfigurando profundamente as relações entre espaço e sociedade, mercantilizando os espaços-temporais de circulação de mercadorias e redesenhando os contornos de sua produção e consumo.

Kenney & Zysman (2016), assim como Poell, Nieborg & van Dijck (2019, p. 3–4), definem as plataformas como (infra)estruturas digitais reprogramáveis, que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio da coleta sistemática, do processamento algorítmico, da monetização e da circulação de informações/dados. No entanto, embora essas definições devam ser consideradas em um exame das plataformas digitais, elas tendem a concebê-las em termos operacionais e institucionais, como (infra)estruturas digitais multifacetadas que moldam mercados, formas de governança e as interações entre usuários.

Ainda que reconheçam que a aplicação de *big data*, algoritmos avançados, computação em nuvem e inteligência artificial transforma significativamente a natureza do trabalho e a estrutura da economia, essas abordagens tendem a se concentrar nas funcionalidades técnico-operacionais, sem necessariamente problematizar as transformações nas condições gerais de produção, os interesses econômicos e políticos que orientam tais transformações, bem como seus impactos socioespaciais mais amplos.

É necessário, portanto, deslocar a análise das plataformas como meras (infra)estruturas técnicas para compreendê-las como expressões de um processo mais amplo – referido por muitos como capitalismo de plataforma (Srnicek, 2017; Antunes, 2022a) – que reorganiza todos os âmbitos da vida social. Como sintetizam Birch, Cochrane & Ward (2021), as plataformas digitais se tornaram infraestruturas onipresentes, difíceis de dissociar de qualquer domínio da vida social, os quais estão atualmente subsumidos às suas operações.

Nessa mesma direção, diversos autores do Sul Global (Antunes, 2020, 2022a; Grohmann, 2020; Festi, 2023; Praun, 2023) têm caracterizado esse fenômeno como capitalismo de plataforma, uma nova fase do capitalismo contemporâneo que reestrutura a produção e reconfigura as formas de circulação e consumo. Considerando isso, esses autores evidenciam em suas pesquisas as maneiras pelas quais esse processo impacta o mundo do trabalho. A plataformização deve ser compreendida, assim, como a consolidação de um regime de acumulação do capitalismo neoliberal baseado na captura e monetização contínua de dados, que, ao se basear na exploração da força de trabalho, reorganiza as relações sociais sob uma lógica algorítmica.

Como tal, esse processo é impulsionado pela hegemonia do capital financeiro sobre o capital produtivo, articulando uma lógica de valorização centrada em dados, extração de valor (in)tangível e hiperconectividade. Adicionalmente, deve ser compreendido a partir das formas pelas quais a regulação estatal e o próprio papel do Estado capitalista – que está sendo também redefinido – possuem papel ativo na consolidação de oligopólios e na viabilização da expansão das grandes empresas privadas, como as plataformas digitais.

Diante disso, é fundamental deslocar o foco analítico para os impactos profundos que as plataformas digitais têm produzido no espaço e nas relações de trabalho. Isso porque as plataformas digitais impulsionam transformações marcadas por tecnologias como inteligência artificial, computação em nuvem e *Internet* das Coisas (IoT), promovendo mudanças profundas na economia política dos territórios (Santos, 1997), nas quais o Estado, por meio de instrumentos como concessões, compras públicas e parcerias público-privadas, exerce um papel estruturante e ativo. As plataformas também se baseiam em novos regimes de trabalho (Peck, 2013), como o trabalho uberizado. Como fonte de geração de novas relações laborais, elas se enquadram no que Antunes (2023) chamou de laboratórios de experimentação do trabalho no capitalismo de plataforma, em referência ao trabalho cada vez mais precarizado que ensejam.

Por fim, apesar do alcance transversal das plataformas digitais, é necessário reconhecer que suas formas de operação variam significativamente. Existem plataformas de intermediação, de comércio eletrônico, de infraestrutura logística, de mídias sociais, entre outras – cada uma mobilizando lógicas de funcionamento e implicações territoriais distintas. Essa diferenciação abre caminho para uma análise mais detida de um tipo específico de modalidade de operação das plataformas: aquelas voltadas ao comércio eletrônico, que serão discutidas na seção seguinte.

### 3. A ASCENSÃO E A CONSOLIDAÇÃO DAS PLATAFORMAS DE COMÉRCIO ELETRÔNICO

O surgimento das (infra)estruturas digitais e a posterior estabilização institucional de suas operações ocorreram em um intervalo relativamente curto, transformando profundamente as condições de produção e gerando impactos socioespaciais significativos. Esse processo ocorreu em paralelo à crescente hegemonia do capital financeiro, com a expansão das atividades comerciais para além daquelas realizadas tipicamente em espaços físicos, cada vez mais mediadas por plataformas digitais e orientadas por lógicas de valorização crescente (Antunes, 2020, 2022a, 2023).

O caso da Amazon é emblemático para compreender a ascensão e consolidação do comércio eletrônico em escala global. A empresa iniciou suas operações como uma livraria *online* em 1995 e, nos anos seguintes, transformou-se em uma gigante digital com um amplo espectro de atividades, incluindo varejo eletrônico, supermercado *online* e, posteriormente, serviços de computação em nuvem por meio da Amazon Web Services (AWS) (Amazon, 2023; Denfanti, 2023).

Além da Amazon, outras grandes corporações tecnológicas dominam o mercado global. Juntas, essas plataformas concentram enorme valor de mercado e expandem suas operações transnacionalmente, sendo elementos-chave para compreender a atual forma de reprodução do capitalismo e seus ditames.

O surgimento e a posterior consolidação dessas plataformas como modelo dominante de organização econômica e socioespacial são aspectos centrais para este estudo. Tais transformações reconfiguram as formas de circulação de mercadorias a partir de lógicas operacionais específicas – como a centralidade dos centros de distribuição, os sistemas logísticos integrados e as infraestruturas de entrega –, com implicações diretas na organização do trabalho, nos fluxos territoriais e nas dinâmicas urbanas. Tudo isso se consolidou em um intervalo historicamente breve: pouco mais de duas décadas de profundas transformações.

Entretanto, a difusão territorial e setorial das operações comerciais *online*, baseada em plataformas digitais e presente em múltiplos domínios da vida social (como serviços, saúde, educação, logística, varejo, agroindústria e até mesmo no setor público), não apenas reconfigura as condições gerais de produção e organização do trabalho, como também aprofunda uma lógica de extração de valor assentada no controle de dados, no uso de

algoritmos e na operação de infraestruturas digitais concentradas nas mãos de poucas corporações globais.

Os dados das dez maiores empresas do mundo, com base na capitalização de mercado em 2025, evidenciam a centralidade das empresas de tecnologia no capitalismo contemporâneo. A Apple Inc. lidera com um valor de mercado de US\$ 3,667 trilhões, seguida pela Nvidia Corporation, com US\$ 3,435 trilhões, impulsionada pela demanda crescente por chips voltados à inteligência artificial. A Microsoft Corporation ocupa a terceira posição, com US\$ 3,206 trilhões. Em seguida, destacam-se a Amazon.com Inc. (US\$ 2,244 trilhões), classificada no setor de consumo cíclico, e a Alphabet Inc. – controladora do Google –, com US\$ 2,106 trilhões. Entre as empresas não tecnológicas, a Saudi Aramco figura com US\$ 1,783 trilhões, no setor de energia. A Meta Platforms aparece com US\$ 1,549 trilhões, enquanto a Tesla Inc. (US\$ 1,128 trilhões) e a Berkshire Hathaway (US\$ 1,014 trilhões) também figuram entre as maiores. A Taiwan Semiconductor Manufacturing Company (TSMC), importante fabricante de semicondutores, completa o grupo com US\$ 839,6 bilhões.

Esse panorama evidencia não apenas a dominância das empresas tecnológicas, mas também uma reconfiguração estrutural das hierarquias corporativas globais. Há 10 ou 20 anos, os *rankings* de capitalização de mercado eram dominados por setores como energia (especialmente petróleo) e indústrias tradicionais (como a automobilística). Atualmente, as poucas que figuram na lista estão associadas às novas tecnologias. A atual determinância das empresas de tecnologia reflete mudanças profundas no modo de produção capitalista, no qual modelos de negócio baseados em inovação digital, *big data* e inteligência artificial passaram a ocupar o topo da economia mundial (Birch, Cochrane & Ward, 2021), conferindo às plataformas um poder sem precedentes.

Vale destacar, no entanto, que essas plataformas digitais operam em segmentos distintos. A Apple gera lucros majoritariamente com dispositivos eletrônicos [*hardware*]; a Microsoft, com *software* e serviços corporativos; o Google, com publicidade e mineração de dados por meio de seu motor de busca; e a Amazon, com comércio eletrônico, serviços em nuvem e intermediação de transações entre consumidores e vendedores.

A despeito dessas diferenças, tais empresas compartilham estruturas comuns que permitem delinear um modelo estilizado de plataforma digital. Como destacam Van Dijck e demais autores (2018), é possível distinguir entre: a) plataformas de infraestrutura, que fornecem serviços tecnológicos fundamentais a diferentes setores (como a AWS da Amazon);

e b) plataformas setoriais, que operam em mercados específicos, conectando usuários e serviços especializados – como é o caso típico das plataformas de comércio eletrônico.

Apesar da segmentação, essas plataformas são muitas vezes interdependentes, compartilhando infraestruturas técnicas, bancos de dados e ecossistemas digitais integrados. Considerando isso, a análise que se segue se concentra em um tipo específico de operação: as plataformas voltadas ao comércio eletrônico, cuja expansão recente tem sido expressiva.

A ascensão, consolidação e expansão territorial e setorial das plataformas de comércio eletrônico nas últimas décadas não é fruto do acaso e sim resultado de um contínuo processo de reestruturação do capitalismo global. Desde os anos finais do século XX, tais ajustes têm sido realizados para recuperar padrões de acumulação baseados na produção em larga escala e no consumo de massa, utilizando-se das tecnologias como instrumentos que o viabiliza.

No entanto, ganhou centralidade a partir da grande crise financeiro-imobiliária de 2007-2008. Em um cenário recessivo, caracterizado por baixas taxas de lucros e baixos retornos nos setores produtivo e financeiro, as frações de classes dominantes foram incentivadas a buscar retornos em locais e áreas que fossem possíveis. Dessa forma, a articulação entre as tecnologias emergentes aos serviços financeiros aparece como solução inovadora que transforma o setor produtivo e as condições gerais de produção (Lima, 2023). No contexto da crise e como resposta a ela, iniciou-se um projeto político de restauração do poder dessas frações (Harvey, 2008[2005]), que viram nas tecnologias digitais uma via para enfrentar as crises da acumulação.

A pandemia de COVID-19 intensificou o processo de restauração, tendo um “duplo efeito de incrementar o mercado de *e-commerce* e *web services*” (Delfanti, 2023, p. 28) em todo o globo. Com as lojas físicas fechadas, os consumidores recorreram às compras *online*, impulsionando plataformas como Amazon, Rappi e Mercado Livre e provocando um salto nos investimentos em logística, *fintechs* e serviços digitais.

Tudo isso permitiu que as grandes tecnologias penetrassem em mercados anteriormente dominados por instituições financeiras tradicionais, culminando no crescimento e na influência das principais empresas de tecnologia e informação, que atingiram o topo do poder corporativo global, e remodelando vários setores e comportamentos dos consumidores (Santos, 1997). Quatro das cinco maiores empresas de tecnologia do mundo operam sob esse modelo, evidenciando sua centralidade nos circuitos globais de valorização do capital.

A difusão territorial e setorial das operações de comércio eletrônico dessas empresas em escala global tem favorecido a concentração de poder nas mãos de um grupo extremamente restrito de capitalistas, capazes de influenciar diretamente as políticas estatais e os marcos regulatórios do capital.

Esse fenômeno – um traço central do capitalismo neoliberal – expressa a tendência de reconcentração de capital e poder, descrita por Harvey (2008[2005]) como parte de um movimento de “restauração de classe”. No contexto atual, tal movimento está profundamente enraizado na lógica financeira que sustenta o funcionamento das plataformas digitais.

Diversos autores têm sinalizado que essa ascensão das plataformas digitais tem ampliado sua capacidade de controle e governança em escala global (Srnicek, 2017). Estudos recentes demonstram o papel central das instituições financeiras na viabilização desse modelo, indicando que o crescimento das *Big Techs* não foi espontâneo, mas resultou de decisões políticas e econômicas específicas. Srnicek (2017), por exemplo, destaca o papel de políticas de juros baixos, incentivos fiscais e a flexibilização de marcos regulatórios como elementos que criaram condições excepcionais para a expansão dessas empresas. Além disso, mostra como setores como telecomunicações, *internet* e mídia foram amplamente reestruturados para acomodar os interesses das plataformas.

Blakeley (2021) argumenta que o *boom* dessas empresas ocorreu em um contexto de abundância de crédito barato, especialmente após a crise das *pontocom* e, de forma mais acentuada, após a crise financeira de 2008. Já Wells, Cullen & Attoh (2023) têm demonstrado como as plataformas operam a partir de estratégias orientadas pelos gargalos espaciais do capital, aproveitando desigualdades regionais e ineficiências do Estado para expandir sua atuação.

Assim, longe de ser fruto de trajetórias individuais de empreendedores visionários em garagens do Vale do Silício, como defendem os difusores da ideologia neoliberal, a ascensão, consolidação e expansão territorial e setorial das plataformas digitais foi fortemente impulsionada por um ambiente institucional moldado estrategicamente, em que as falhas e omissões (muitas delas intencionais) das políticas públicas foram exploradas pelas próprias empresas – muitas vezes com financiamento estatal direto ou indireto.

Apesar dos avanços recentes nas investigações acerca do tema, persistem duas lacunas na literatura: (i) há poucas investigações voltadas ao Sul Global e, em consequência, permanece (ii) a ausência de análises aprofundadas sobre plataformas que operam efetivamente nesses contextos nacionais.

É certo que a surpreendente ascensão de mega plataformas digitais – verdadeiros impérios corporativos com controle massivo sobre fluxos de informação, bens e serviços – teve origem majoritariamente em empresas do Norte Global, em especial as estadunidenses. No entanto, empresas como Mercado Livre, Magalu e Workana, entre as maiores plataformas digitais latino-americanas, vêm ganhando destaque no mercado regional, embora ainda recebam pouca atenção acadêmica, apesar do volume expressivo de interações e da centralidade crescente de suas operações.

A evolução dessas empresas – bem como das plataformas transnacionais que atuam intensamente no Sul Global – revela como o processo de plataformização vem reconfigurando o cenário corporativo em países como Brasil, Argentina e Colômbia em um curto intervalo de tempo, evidenciando especificidades institucionais e espaciais frequentemente invisibilizadas pelas análises generalistas.

Diante dessa lacuna, questiono se os padrões de acumulação e reestruturação associados à plataformização observados no Norte Global são plenamente aplicáveis aos contextos do Sul Global?

Com o objetivo de contribuir para essa discussão, proponho-me a analisar o comércio eletrônico como uma via privilegiada para compreender a plataformização no Sul Global, a partir da trajetória concreta de uma empresa com atuação significativa no Brasil. Entre as plataformas mais relevantes, o foco será na empresa Mercado Livre, cuja atuação no país se mostra emblemática por três razões principais: (i) sua ampla presença territorial; (ii) sua estrutura logística intensiva em tecnologias digitais e força de trabalho precarizada; e (iii) seus vínculos diretos com o Estado brasileiro em processos de expansão e reestruturação.

Ao investigar o processo de plataformização por meio do caso desta empresa, buscarei compreender as transformações concretas nas condições gerais de produção e seus impactos socioespaciais. Na seção seguinte, examinarei essas dinâmicas com base na trajetória da empresa.

#### **4. UMA ANÁLISE A PARTIR DA TRAJETÓRIA DE OPERAÇÕES DA EMPRESA MERCADO LIVRE**

Em pouco mais de duas décadas, as formas de comércio e consumo no Brasil passaram por uma transição marcante, com a migração progressiva do comércio físico para o

digital. No início dos anos 2010, o país contava com um número limitado de lojas virtuais, e as compras eram predominantemente realizadas em lojas físicas. Isso mudou significativamente nos últimos anos. De acordo com uma pesquisa realizada em 2024, havia cerca de 1,9 milhão de lojas virtuais ativas no país no ano anterior, representando um crescimento de 17% em relação a 2022. Esse avanço reflete, sobretudo, a expansão de empresas de comércio eletrônico de pequeno porte, cujo faturamento anual não ultrapassou R\$ 5 milhões em 2023 (E-commerce, 2024).

No entanto, apesar da proliferação de pequenas e médias empresas, o mercado permanece altamente concentrado em torno de um grupo restrito de plataformas digitais – tanto as que oferecem infraestrutura para operações *online* quanto aquelas que operam grandes *marketplaces*. Juntas, as dez principais plataformas responderam por 53,9% de todo o volume transacionado no comércio eletrônico nacional (Conversation, 2025). A rápida ascensão do Mercado Livre, que sozinha concentra 12,1% das transações nacionais (Conversation, 2025), oferece uma oportunidade valiosa para examinar os impactos da plataformização sobre o comércio eletrônico na América Latina e, em particular, no Brasil, que abriga o maior volume de operações da empresa na região.

A empresa, com escritório sediado atualmente em Montevideu, no Uruguai, rapidamente expandiu sua operação para dezenas de países, possuindo operação de comércio eletrônico e de *fintech*, operando atualmente em 19 países da América Latina. Além disso, a plataforma *fintech* do Mercado Livre, a Mercado Pago, está presente na Argentina, no México, na Colômbia, no Chile, no Peru, no Uruguai, no Equador e no Brasil (Relatório Anual, 2025), que será objeto desta seção.

A empresa iniciou suas atividades como uma *startup* e expandiu suas operações não somente em termos espaciais, como também no que se refere aos ramos de atividade em que atua. Surgiu na Argentina, em 1999, no bairro de Saavedra, e foi fundada por Marcos Galperín. Sua operação teve início de fato no ano de 2000.

O que começou como uma inovação aparentemente pontual no mercado de arregimentar pequenos comerciantes, facilitando a circulação das mercadorias, tornou-se, ao longo dos anos, uma das mais valiosas e influentes plataformas digitais do capitalismo contemporâneo. Pelo volume de atuação e pelo número de usuários-consumidores e trabalhadores cadastrados atualmente, é uma das mais significativas (Antunes, 2023) entre elas. Foi também uma das pioneiras no processo de plataformização das relações sociais (Palermo & Ventrici, 2023) e de trabalho.

O histórico de operação da empresa tem dois marcos significativos. O primeiro deles se refere ao ano de 2006, quando a empresa começou a diversificar o modelo de negócio, passando a operar como empresa de comércio eletrônico, serviços financeiros, logística e tecnologia. Verónica Gago (2014, p. 215) demonstrou como a empresa explorou os altos fluxos de dinheiro, circulando através de atividades populares realizadas nas *villas*, nos assentamentos e nos bairros periféricos argentinos. A empresa foi capaz de canalizar esses fluxos e colocá-los no circuito de crédito, investimento e dívida, abrindo possibilidade de crédito para setores informais e com baixos recursos.

Com a bancarização, ensejou uma forma de controle do dinheiro que foi investido nos fundos financeiros. Em 2017, foi a empresa argentina de maior valor na bolsa de valores dos Estados Unidos (NASDAQ) e, quatro anos depois, em 2021, alcançou a cotação de 100 bilhões de dólares.

O modelo de negócios que logo se tornou onipresente na Argentina e no Brasil se diversificou ao longo dos anos. Em seu *site* oficial (Mercado Livre, 2024), as atividades discriminadas apresentam o modelo de negócio da empresa junto ao ramo de tecnologia. Tais atividades envolvem, entre outras, os seguintes seguimentos: (i) “Mercado Pago” (Serviços *FinTech*); (ii) “Mercado Envios” (*Logistic Solutions*); (iii) “Mercado Shops” (SaaS Stores & ERP); (iv) “Mercado Ads” (*Advertisement*); (v) “Centro de Vendedores MELI”; (vi) “MELI Dólar” (MUSD).

Esse “ecossistema”, como costuma nomear a empresa, inclui operações de pagamentos, serviços digitais, cartões de crédito e empréstimos pessoais, além dos tradicionais serviços de entrega de mercadorias, tornando sua relevância indiscutível a nível regional e global (Yoshida, 2024). Como tal, oferece “a consumidores e comerciantes um portfólio completo de serviços para viabilizar a compra e venda *online*, bem como o processamento de pagamentos *online* e *offline*, além uma ampla gama de serviços financeiros simples para o dia a dia” (Mercado Livre, 2025, s./p.).

A empresa conta com “211 milhões de usuários registrados na América Latina” e obteve uma receita líquida de “1,4 bilhões de dólares” devido à consolidação do ecossistema nos países onde atua. Conta, ainda, “com 10 milhões de vendedores e 34 milhões de compradores ativos” (Mercado Livre, 2024, s./p.). Desde que expandiu seus negócios, a empresa se tornou o maior e mais completo *marketplace* da porção continental latino-americana, à frente da estadunidense “Amazon” e da brasileira “Magalu”. Operando com

capital aberto e cotizando na NASDAQ, além de ser líder no mercado de *marketplaces* na América Latina, também compete com *players* importantes como “Amazon”, “Dafiti”, “Netchoes” entre outras (Vidal, 2023).

Até agosto de 2024, seu valor de mercado foi calculado em US\$ 90 bilhões, cerca de R\$ 515,1 bilhões – contra US\$ 83,1 bilhões (R\$ 475,6 bilhões) da petroleira Petrobras, a segunda do levantamento de empresas latino-americanas, realizado pela empresa de consultoria “Elos Ayta”. O valor de mercado alcançado pela “Mercado Livre” representa um crescimento de 13%, ou US\$ 10,3 bilhões, em menos de um ano, e no fim de 2023, a companhia valia US\$ 79,4 bilhões” (Miato, 2024; Mercado, 2024b). A empresa lidera a mudança no varejo brasileiro, substituindo a loja física pelo ambiente digital, com efeitos sobre o trabalho, a concorrência e o ordenamento territorial, resultado em um conjunto de transformações.

Desde quando iniciou suas atividades no Brasil, no ano de 2000, o Mercado Livre tem desempenhado papel central na reestruturação das formas de consumo em território nacional. Suas operações tiveram lugar com a implantação de uma filial no estado de São Paulo e, posteriormente, criou estratégias para atuar em escala nacional. Ao longo de mais de duas décadas, consolidou-se como um dos principais agentes do *e-commerce* no país, viabilizando “o comércio por meio de sua plataforma de *marketplace*, que permite aos usuários comprar e vender” (Relatório Anual, 2025, s./p.) produtos.

Diante das restrições impostas pela pandemia de COVID-19, em 2020, o Mercado Livre intensificou sua atuação, tornando-se uma solução logística e comercial para comerciantes com lojas físicas fechadas. Segundo argumentou Yunes, quando a pandemia começou, a estrutura “de logística foi montada para atender não somente à demanda de hoje, mas a do futuro. Quando a pandemia começou e houve uma explosão das compras *online*, estávamos prontos para absorver o aumento da demanda. Assim, a empresa não enfrentou o problema de ter lojas fechadas – pelo contrário, tornou-se uma solução para aqueles comerciantes que estavam com seus estabelecimentos fechados” (Yoshida, 2024, s./p.).

Entre 2019 e 2024, o número de produtos disponíveis na plataforma dobrou, saltando de 224 milhões, em 2019, para 448 milhões em 2024: “A empresa afirma que oferece em sua plataforma praticamente tudo o que é permitido por lei, de roupas e produtos de beleza até eletrônicos e automóveis” (Yoshida, 2024, s./p.). Segundo o relatório anual, as receitas oriundas do comércio cresceram US\$ 3.958 milhões (48,3%) entre dezembro de 2023 e dezembro de 2024, sendo que o Brasil respondeu por 54,9% das receitas líquidas

consolidadas da empresa no período. Isso demonstra a centralidade adquirida pelo país nas operações internacionais da companhia, que opera hoje em 19 países da América Latina.

As perguntas que se colocam diante desse volume de atividades são: como uma empresa como o Mercado Livre, que não produz mercadorias, tornou-se, em um curto período de tempo, uma das mais valorizadas no Brasil e no continente? Quais condições permitiram tal expansão acelerada? E, sobretudo, qual foi o agente que viabilizou a consolidação e a expansão de suas operações em território brasileiro?

Alguns elementos que serão destacados a seguir permitem dialogar com tais questões. Mas antes de adentrar a eles, faz sentido apresentar um panorama com a localização das instalações da empresa no território nacional (próprios, alugados ou terceirizados) para evidenciar suas formas de operação. Até 2025, o maior galpão da empresa na América Latina – com cerca de 150 mil m<sup>2</sup> - está localizado em Cajamar, São Paulo. Situado em uma posição intermediária entre a capital e os municípios de Jundiaí, Campinas e Sorocaba, Cajamar se encontra em posição estratégica para o processo de metropolização regional em território paulista (Lencioni, 2015). Conectado a eixos viários de intensa e fácil circulação – como as rodovias Anhanguera, Bandeirantes e o Rodoanel Mário Covas –, o município se consolidou como polo logístico, abrigando mais de 100 galpões (Econodata, 2025) em seu território. O dinamismo econômico é reforçado por sua inserção nas redes aeroportuárias e de informação, cujos contornos estão atualmente ganhando intensidade e complexidade a partir das operações de empresas de plataformas digitais.

Para o ano de referência, a empresa opera com 12 centros de distribuição *fulfillment* e 119 estruturas menores de concentração e dispersão de mercadorias. Além disso, mantém um total de 2.455.070 instalações alugadas ou terceirizadas no território. Esse modelo territorializado de operações exige a articulação de diversas políticas públicas, contratos e regulações – um campo de atuação em que a presença do Estado é incontornável.

Assim sendo, faz-se necessário analisar as estratégias da empresa em seu período de atuação, a fim de demonstrar como ela toma esse volume em tempos recentes.

A operação do Mercado Livre articula três esferas complementares de valorização: a instalação de infraestruturas e a logística; a financeira; e a do trabalho. Elas evidenciam as estratégias pelas quais a empresa se tornou, em pouco mais de duas décadas, uma das mais significativas empresas de comércio eletrônico da porção continental latino-americana.

A instalação de suas infraestruturas se dá de forma estratégica, sempre presumida no sentido de se relacionar aos centros financeiros onde já possuem escritórios e na utilização de uma rede de rodovias e centros urbanos-metropolitanos, facilitando o escoamento de mercadorias em um curto espaço-tempo.

Seu escritório sede no Brasil está localizado na cidade de Osasco, que também integra a região Metropolitana de São Paulo. Este e os outros escritórios, a exemplo do que foi montado em Florianópolis em 2022, “são ocupados por meio de contratos de locação” (Relatório Anual, 2025, s./p.). Além disso, para cumprir sua proposta de oferecer preços baixos e entregas rápidas (algumas vezes gratuita), o Mercado Livre utiliza uma extensa rede de infraestrutura física aliada a contratos de terceirização e parcerias operacionais.

Dessa forma, beneficiando-se dos aparatos e da infraestrutura adquirida, a empresa criou um método de logística que viabilizou, em apenas quatro anos, sua expansão no varejo eletrônico brasileiro: saltou de 20% no primeiro trimestre de 2020 (ano da pandemia) para cerca de 40% em 2024. Embora a empresa “Mercado Livre” não tenha lojas físicas, estabeleceu parcerias com diversos estabelecimentos, como lavanderias, papelarias e lojas de bairro que funcionam como locais de coleta e devolução de produtos, viabilizando seu negócio de entregas por método o que a empresa nomeia como logística “azeitada” (Mercado Livre, 2024, s./p.). A empresa declara ainda ter mais de “15.480 vendedores com faturamento que permite sustentar 98.648 postos de trabalho. Esses números representam uma fatia de 0,12% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro.

A expansão para novos espaços – tanto físicos quanto digitais – é uma maneira de descarregar o capital acumulado e criar novas oportunidades para retornos maiores e mais rápidos. Isso é o que geógrafos radicais poderiam chamar de “solução espacial digital” (Greene & Joseph, 2015).

A frota própria da empresa inclui nove aviões e 28.600 conduções pequenas e médias para entrega de produtos (vans e veículos pequenos de transporte, dos quais 1.300 são elétricos). Como exemplo, tem-se a compra da empresa de logística Kangu, em 2021, que já operava no Brasil, Colômbia e México e a incorporação de seus veículos (Mercado, 2024a).

Completando essa configuração estratégica na instalação de suas infraestruturas, a empresa se vale, ainda, do rebaixamento de custos a partir de forte presença de contratos terceirizados e negociações com trabalhadores autônomos. Segundo o Relatório Anual de 2024, entre dezembro de 2023 e dezembro de 2024, os custos com transporte da empresa caíram de US\$ 2.462 milhões para US\$ 1.021 milhões (Relatório Anual, 2025), evidenciando

a eficácia de suas estratégias operacionais. Diante disso, as questões que se impõem são: quais são os termos que estruturam os contratos de locação de infraestruturas, terra e veículos? E, sobretudo, quem os financia?

Outro aspecto-chave da atuação do Mercado Livre que precisa ser destacado refere-se ao seu movimento rumo à financeirização, a partir do uso de estratégias de atuação em serviços bancários e da inclusão digital em meio a este cenário.

Tal estratégia foi conseguida por meio de sua penetração no setor financeiro, por meio da *fintech* Mercado Pago. Ao longo do período de operação, a empresa desafiou o “*status quo* em serviços financeiros, oferecendo uma ampla gama de serviços fáceis de usar para pessoas físicas e comerciantes em grandes mercados mal atendidos por empresas tradicionais” (Relatório Anual, 2025, s./p.). Ou seja, passou a oferecer abertura de contas, concessão de crédito e emissão de cartões digitais para trabalhadores, realizando atividades nos moldes da informalidade, atingindo, com isso, um público que não tinha acesso ao crédito pelos bancos tradicionais. Tal estratégia disruptiva respondeu por quase 40% do total de cartões de crédito emitidos no país.

Essa inserção no setor financeiro, viabilizada pela inclusão bancária de uma parcela da população, é frequentemente apresentada como instrumento de “inclusão empreendedora” e “empoderamento digital”; a própria empresa afirma promover “empreendedorismo e inclusão financeira” entre seus usuários (Relatório Anual, 2025).

A logística também é uma das estratégias de operação e expansão da empresa Mercado Livre. É por meio da tecnologia que a empresa controla um sistema operacional amplo, sofisticado e em constante mutação, capaz de sustentar a promessa da “entrega mais rápida do Brasil”. Para cumprir essa meta, a movimentação de mercadorias é orientada por inteligência artificial, robótica e algoritmos de gestão preditiva, contudo, acompanhada, sempre, por trabalhadores.

Como mostram as modalidades de entrega “Envios Turbo”, “Envios Full” e “Envios Flex”, a empresa se baseia em prazos agressivos que só são viáveis com a intensificação do trabalho humano (Mercado Livre, 2025). Trata-se de uma plataforma que, ao mesmo tempo em que mobiliza recursos materiais e logísticos em escala nacional, apoia-se em sistemas digitais para coordenar cada etapa da sua cadeia operacional, o que se realiza, segundo relatos de trabalhadores em entrevistas recentes conduzidas coletivamente pelos autores

citados na nota 01, nas quais constatamos que a empresa vem implementando metas agressivas, estimulando a competitividade e exercendo pressão constante.

Esse regime de controle algorítmico e disciplinamento simbólico representa uma nova forma de gestão do trabalho, adaptada à lógica das plataformas digitais (Pontoni & Filipetto, 2023). Isso a posiciona como uma megaplataforma que, além de viabilizar trocas comerciais, redefine o mundo do trabalho. Desse modo, deve-se destacar que o Mercado Livre também foi uma empresa pioneira na criação de novas frentes de valorização do valor, originadas na exploração da força de trabalho de um exército de trabalhadores, o *novo proletariado de serviços* na era digital (Antunes, 2022a).

Em meio a esse período de transformações, emergiram as empresas de tecnologia que, utilizando-se das plataformas digitais criadas pelas inovações tecnológicas, vão conjugando e submetendo as novas tecnologias [e os novos maquinários] ao domínio dos preceitos dos capitais. Assim, ao invés de a maquinaria aliviar “a carga de trabalho”, ela o torna ainda mais submetido aos seus imperativos, mesmo que sob novas manifestações, produzindo a elevação “[d]a extração de lucro do trabalho (Marx, 2013[1867], p. 445). Nesse sentido, Graeber (2016) argumentou que o capitalismo neoliberal, em seu atual estágio, proporcionou tecnologias que promoveram (e continuam promovendo) o controle social e disciplinam o trabalho, ao invés de torná-lo mais livre. Além disso, nas brechas abertas em meio à crise e ao cenário pandêmico, as empresas encontraram as condições favoráveis de rever as formas de organização dos marcos regulatórios, ou mesmo se aproveitaram de sua ausência em setores nos quais operam, pagando a baixo custo a força de trabalho.

A infraestrutura construída pelo Mercado Livre no Brasil não está dissociada de um sofisticado aparato tecnológico voltado à gestão, ao controle e à intensificação do trabalho. Assim, deve-se questionar a relação com a exploração da força de trabalho, verificando o papel da extração de valor a partir da força de trabalho precarizada que possui o interior da empresa e, ainda, o papel dos marcos regulatórios e dos acordos implementados pelo Estado nesse processo

Essas estratégias operacionalizadas pelo Mercado Livre, infraestrutura e logísticas, financeiras e relacionadas aos custos com a força de trabalho, servirão de referência para a ascensão e a expansão da empresa, que se tornou uma das mais significativas tanto pelo volume de empregos e valor de mercado, quanto pela quantidade de infraestruturas e pela adesão massiva dos consumidores aos seus serviços de comércio, crédito e investimentos.

Deste modo, passo a apresentar na seção final do artigo alguns elementos analíticos que dialogam com as questões levantadas, considerando em que medida os padrões de acumulação e reestruturação associados à plataformização, observados no Norte Global, são aplicáveis – parcial ou integralmente – aos contextos do Sul Global.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da investigação realizada, foi possível considerar que, de modo geral, a atuação das plataformas no Brasil apresenta diversas semelhanças com os modelos de negócios predominantes nos países centrais, especialmente no que se refere à dependência de dados, às externalidades de rede, às estratégias agressivas de crescimento baseadas na rápida captura de mercado, gargalos institucionais e práticas financeiras de alto risco. Além disso, a diversificação para áreas de negócios adjacentes emerge como uma característica comum entre plataformas de capital nacional e estrangeiro operando no país, como é o caso da empresa analisada neste estudo.

No entanto, algumas descobertas revelam diferenças estruturais e complementariedades que evidenciam as particularidades das operações no contexto brasileiro. A análise da trajetória do Mercado Livre no Brasil ilustra esse ponto e dialoga com pesquisas conduzidas na Argentina (Pontoni & Filipetto, 2023; Palermo & Ventrici, 2023) sobre suas operações regionais.

Em primeiro lugar, destaca-se uma dimensão ainda pouco explorada nos estudos, relacionada às estratégias de extração massiva de dados e seus desdobramentos regulatórios em países periféricos, onde os marcos são historicamente frágeis e as repercussões tendem a ser mais dramáticas. Ainda é incipiente a compreensão sobre como essa extração favorece essas empresas e quais limitações os marcos institucionais estatais deveriam impor a tais práticas. Os órgãos reguladores, em geral, não estão preparados para lidar com os mecanismos opacos das “caixas-pretas” algorítmicas que sustentam essas plataformas (Törnberg, 2024), tanto na escala nacional quanto internacional. Dada a escala de atuação e o poder acumulado por essas empresas, Jin (2017) denominou essa dinâmica de imperialismo de plataforma, para enfatizar a insuficiência dos Estados em conter os impactos da plataformização global. Essa constatação sugere a necessidade urgente da

formulação de marcos regulatórios capazes de delimitar suas operações, articulando escalas global, regional e nacional, inclusive entre diferentes entes federativos.

Em segundo lugar, observa-se a rápida expansão das operações do Mercado Livre para áreas de infraestrutura econômica e logística, com efeitos profundos sobre a produção, o comércio e as relações de trabalho. A dificuldade central reside em rastrear essas transformações e compreender seus impactos na organização socioespacial das atividades e na alteração das forças produtivas. O comércio eletrônico está cada vez mais articulado a setores diversos – do *marketing* à logística – permitindo operação contínua e alcance global. Contudo, é necessário compreender a articulação entre comércio eletrônico e reconfigurações dos sistemas produtivos tradicionais, que se tornaram progressivamente fragmentados, terceirizados e marcados pela crescente centralidade do setor de serviços (Antunes, 2020; Lima, 2023).

Assim, apesar do conjunto de mudanças impulsionadas pela tecnologia, a atividade produtiva se reorganiza de maneira cada vez mais descentralizada no território, com destaque para o papel estratégico do setor de serviços (Antunes, 2020; Lima, 2023).

Essas transformações contribuem para a crescente invisibilização do trabalho, embora este seja fundamental para a expansão das plataformas. O caso dos produtores-vendedores que atuam no Mercado Livre pode servir como elemento de análise, assim como aqueles que operam na plataforma Shein. Onde e como são produzidas as mercadorias vendidas nessas plataformas? De que forma os ditames operacionais – especialmente os prazos de entrega prometidos – alteram as relações de trabalho? As formas de interação desses trabalhadores com as plataformas impactam diretamente suas condições laborais e revelam o papel central da exploração da força de trabalho para a ascensão, consolidação e expansão das empresas de plataforma — um aspecto amplamente enfatizado pela literatura brasileira e latino-americana citada neste artigo.

Por fim, destaca-se a relação entre a financeirização das plataformas e a atuação ativa do Estado na sua consolidação. O modelo de negócios do Mercado Livre depende da valorização de seus ativos intangíveis – especialmente dados e tecnologia – e da mobilização de capital de risco, o que se expressa em altos níveis de alavancagem financeira, conforme evidenciado nos relatórios anuais da empresa. Em 2023, por exemplo, a companhia captou cerca de US\$ 1,5 bilhão em ofertas subsequentes de ações [*follow-on*] e títulos de dívida, utilizados para expandir suas operações financeiras via Mercado Pago e de crédito via Mercado Crédito.

Investigações realizadas a partir do norte global (Wagner, 2021) têm demonstrado que muitas empresas capitalizaram ativos, levando a uma concentração de atividades inovadoras entre as já estabelecidas no mercado como estratégia. Essa transição foi marcada por mudanças nas operações e internacionalização de produtos, permitindo que as empresas se aproveitassem de um contexto ausente de regulamentação – muitas vezes implementado após o início de suas atividades – e prosperassem em um cenário em constante mudança. Essa redefinição culminou na centralização de políticas de Estado que beneficiaram os setores tecnológicos e financeiros. Há, no entanto, outros elementos que carecem ser destacadas. Essa expansão não se dá sem a mobilização de um conjunto de incentivos, a mobilização de instituições, infraestruturas, marcos regulatórios e fundos públicos que são estimuladores e facilitadores do ambiente de inovação sob o qual operam estas empresas (Tunes, 2015; 2020; Wagner, 2021).

Alguns exemplos são ilustrativos. Na Argentina, o Mercado Livre foi beneficiado por políticas de isenções de impostos (IVA, Lucros e Lucro Bruto) via AFIP (2015), de alteração da regulação, como a Lei da Economia do Conhecimento (LEC) – que resultou em incentivos repassados no valor de US\$ 142 milhões entre 2022 e 2023, e de isenções fiscais de cerca de US\$ 103 milhões somente em seu país de origem (Corta, 2024).

No Brasil, a empresa tem desempenhado estratégias no mesmo sentido. Desde 2016, a prefeitura de Cajamar (SP) concedeu isenção de IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano) para os galpões da empresa (Nexo Jornal, 2022). Em 2022, o Estado de Minas Gerais, que concedeu créditos de ICMS, contabilizados como benefícios fiscais nos valores de US\$ 103 milhões (2024), US\$ 69 milhões (2023) e US\$ 36 milhões (2022), segundo relatório corporativo (Relatório Anual, 2025, p. 86). A subsidiária Meli Developers Brasil Ltda. foi beneficiada pelo Regime da Contribuição Social sobre a Receita Bruta (CPRB), que reduz a alíquota previdenciária de 20% sobre a folha para 4,5% sobre a receita. O impacto dessa renúncia foi de US\$ 24 milhões em 2024, repetindo-se o mesmo valor em 2023 e US\$ 9 milhões em 2022 (Relatório Anual, 2025).

Todos esses dados reforçam a hipótese de que a suposta “dinamicidade” das plataformas no Sul Global está profundamente enraizada em políticas públicas que reconfiguram formações socioespaciais em nome da inovação e da lucratividade (Rodrigues, 2016; García Linera, 2021).

Dessa forma, este estudo sustenta que a expansão do Mercado Livre no Brasil não pode ser compreendida sem considerar o papel ativo do Estado brasileiro na criação das condições materiais, legais e institucionais que possibilitaram sua consolidação.

Considerando todos os elementos destacados ao longo deste artigo, é possível afirmar que, apesar das similaridades com as operações das plataformas no Norte Global, a experiência brasileira revela um hibridismo peculiar: a combinação entre tecnologias digitais de ponta e trabalho manual intensamente explorado – tanto dentro quanto fora dos espaços convencionais de concentração de mercadorias – evidenciam a forma de operação das empresas, cuja trajetória da Mercado Livre analisada neste artigo é exemplar. Esse arranjo híbrido expressa aquilo que Francisco de Oliveira (2003) chamou de charme discreto do capitalismo ornitorrínquico brasileiro, no qual desigualdades socioespaciais estruturais não apenas são reproduzidas, mas também amplificadas pelas operações das plataformas digitais. Essa constatação contribui para ampliar o escopo geográfico e teórico da análise, enriquecendo a literatura sobre platformização a partir das perspectivas do Sul Global.

## REFERÊNCIAS

- Amazon Mechanical Turk.** *Pricing*, 2023. Disponível em: <https://www.mturk.com/pricing>. Acesso em: 03 de maio de 2023.
- Antunes, Ricardo (Org.). **Icebergs à deriva**: o trabalho nas plataformas digitais. São Paulo: Editora Boitempo, 2023.
- Antunes, Ricardo. **Capitalismo pandêmico**. São Paulo: Editora Boitempo, 2022a.
- Antunes, Ricardo. Entrevista: “Uberização” do trabalho: caminhamos para a servidão, e isso ainda será um privilégio. **Revista IHU** on-line. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/591102-uberizacao-nos-leva-para-aservidao-diz-pesquisador>. Acesso em 03 de julho de 2022b.
- Antunes, Ricardo. **Trabalho e (des)valor no capitalismo de plataforma**: três teses sobre a nova era de desantropomorfização do trabalho. In: Antunes, Ricardo (Org.). *Icebergs à deriva*: o trabalho nas plataformas digitais. São Paulo: Editora Boitempo, 2023. p. 13-40.
- Antunes, Ricardo. Trabalho intermitente e uberização do trabalho no limiar da indústria 4.0. In: Antunes, Ricardo (Org.). **Uberização, trabalho digital e indústria 4.0**. São Paulo: Editora Boitempo, 2020. pp. 11-22.
- Arrais, Tadeu. **Somos os mortos vivos**: de como The walking dead explica a natureza da cidade e o sentido do neoliberalismo. Rio de Janeiro: Editora Letra Capital, 2022.
- Birch, Kean; Cochrane, Dt; Ward, Callum. Data as asset? The measurement, governance, and valuation of digital personal data by Big Tech. **Big Data & Society**, v. 8, v. 1. 2021. <https://doi.org/10.1177/20539517211017308>.
- Blakeley G (2021) The big tech monopolies and the state. **Socialist Register** 57: 100–111.

Carvalho, Laura. **Valsa brasileira**: do boom ao caos econômico. Editora Todavia, 2018.

Centro Brasileiro de Análise e Planejamento – CEBRAP. **Mobilidade urbana e logística de entregas**: um panorama sobre o trabalho de motoristas e entregadores com aplicativos, 2023. São Paulo: Editora do CEBRAP, 2023.

CETIC. Notícias. 2025. Disponível em: <https://cetic.br/pt/noticia/em-duas-decadas-proporcao-de-lares-urbanos-brasileiros-com-internet-passou-de-13-para-85-aponta-tic-domicilios-2024/>. Acesso em 27 de abril de 2025.

Delfanti, Alessandro. **Amazon**: trabalhadores e robôs. Campinas: Editora da unicamp, 2023.

**E-commerce Brasil**. Notícias. 2024. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/brasileiros-deixam-compras-de-natal-para-ultima-hora-aponta-estudo>. Acesso em 27 de abril de 2025.

**E-commerceBrasil**. E-commerce fatura R\$ 204,3 bilhões no Brasil em 2024. 2024. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/e-commerce-resultados-2024-brasil-abcomm>. Acesso em 27 de abril de 2025.

Econodata. **Maiores Galpões**. 2024. Disponível em: <https://www.econodata.com.br/maiores-empresas/sp-cajamar/logistica-e-transporte>. Acesso em 27 de abril de 2025.

Festi, Ricardo. **O controle algorítmico e a corrosão do trabalho**: o caso dos entregadores por aplicativos no Distrito Federal. In: Antunes, Ricardo (Org.). *Icebergs à deriva*: o trabalho nas plataformas digitais. São Paulo: Editora Boitempo, 2023, p. 73-88.

Gago, Verónica. *La razón neoliberal*: economías barrocas y pragmática popular. Buenos Aires: Editora Tinta Limón, 2014

García Linera, Álvaro. **¿Qué es una revolución?**: y otros ensayos reunidos. Buenos Aires: Editora da Clacso, 2021.

Graeber, David. **The Utopia of Rules**: On Technology, Stupidity, and the Secret Joys of Bureaucracy. Londres: Melville House), 2016.

Grohmann, Rafael. **Plataformização do trabalho**: entre a datificação, a financeirização e a racionalidade neoliberal. Revista Eptic., v.22, n.1, p.106-22, 2020.

Harvey, David. **A loucura da razão econômica**: Marx e o capital no século XXI. São Paulo: Editora Boitempo, 2018.

Harvey, David. **Neoliberalismo**: histórias e implicações. São Paulo: Editora Loyola, 2008[2005].

**Investing**. Empresas mais valiosas do mundo em 2025. Disponível em: <https://br.investing.com/academy/stocks/empresas-mais-valiosas-do-mundo/>. Acesso em 27 de abril de 2025.

Jin, Dal Yong. Rise of platform imperialism in the networked Korean society: a critical analysis of the corporate sphere. **Revista Asiascape**, v. 4, n. 3, p.209–232, 2017.

Kenney, Martin; Zysman, John. The rise of the platform economy. **Revista Issues in Science and Technology**, n. 32, v. 3, 2016, p. 61–69.

Lencioni, Sandra. Urbanização difusa e a constituição de megarregiões: o caso de São Paulo-Rio de Janeiro. **Revista E-metropolis**, v. 6, n. 22, p. 6-15, 2015.

Lima, Flávio. **Sobre o processo de industrialização na formação socioespacial brasileira**: uma interpretação crítica com ênfase na indústria têxtil, de 1930 aos dias atuais. 2023. 1 recurso online (178 p.) Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de

Geociências, Campinas, SP. Disponível em: 20.500.12733/12665. Acesso em 27 de abril de 2025.

Mercado Livre **A cripto do Mercado Livre**, 2024b. Disponível em: <https://acesse.one/ICH9L>. Acesso em 27 de abril de 2025.

Mercado Livre. **Oportunidade** em MELI, 2024c. Disponível em <https://mercadolibre.eightfold.ai/careers?la=pt>. Acesso em 27 de abril de 2025.

**Mercado Livre**. Relatório Anual: Form 10-K (NASDAQ:MELI). 2025. Disponível em: <https://stocklight.com/stocks/us/nasdaq-meli/mercadolibre/annual-reports/nasdaq-meli-2025-10K-25651758.pdf>. Acesso em 27 de abril de 2025.

Mercado Livre. **Tudo o que você precisa saber sobre o Mercado Livre**. Mercado Livre, 2024. Disponível em: <https://www.mercadolivre.com.br/institucional/nos-comunicamos/noticia/tudo-sobre-o-mercado-livre/>. Acesso em 27 de abril de 2025.

Miato, Bruna. Mercado Livre ultrapassa Petrobras e se torna empresa mais valiosa da América Latina. **G1**, 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2024/08/02/mercado-livre-ultrapassa-petrobras-e-se-torna-empresa-mais-valiosa-da-america-latina.ghtml>. Acesso em 27 de abril de 2025.

**Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MIDC)**. E-commerce no Brasil cresce 4% e alcança R\$ 196 bi em 2023. 2024. Disponível em: [https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2024/setembro/e-commerce-no-brasil-cresce-4-e-alcanca-r-196-bi-em-2023#:~:text=O%20com%C3%A9rcio%20eletr%C3%B4nico%20no%20Brasil,R\\$%20187%2C89%20bilh%C3%B5es](https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2024/setembro/e-commerce-no-brasil-cresce-4-e-alcanca-r-196-bi-em-2023#:~:text=O%20com%C3%A9rcio%20eletr%C3%B4nico%20no%20Brasil,R$%20187%2C89%20bilh%C3%B5es). Acesso em 27 de abril de 2025.

**Nexo**. Como a invasão de galpões de ecommerce mudou Cajamar. 2022. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/reportagem/2022/06/08/Como-a-invas%C3%A3o-de-galp%C3%B5es-de-ecommerce-mudou-Cajamar>. Acesso em 27 de abril de 2025.

Oliveira, Francisco de. O Estado e a exceção ou o Estado de exceção. **Revista Estudos Urbanos e Regionais**, v. 5, n. 1, 2003, pp. 9-14.

Palermo, Hernán; Ventrici, Patricia. **EI ADN empreendedor**: Mercado Libre y el devenir tecnoneoliberal. Editorial Biblos, 2023.

Peck, Jamie. Geography and public policy: constructions of neoliberalism. **Revista Progress in Human Geography**, v. 3, n. 28, 2004, p. 392-405.

Poell, Thomas, Nieborg, David and Van Dijck, José. Platformisation. **Revista Internet Policy Review**, v. 8, n. 4, 2019. DOI: 10.14763/2019.4.1425. <https://policyreview.info/concepts/platformisation>.

Pontoni, Gabriela; Filipetto, Sonia. Relaciones laborales en la encrucijada: desafíos de regulación en los servicios logísticos de Amazon y MercadoLibre. **Cuadernos de Relaciones Laborales**, 42(1), 175 – 193, (2023). <https://doi.org/10.5209/crla.84620>.

Praun, Luci. Sujeitos ao acaso: trabalho flexível e vida fortuita sob o capitalismo contemporâneo. In: Antunes, Ricardo (Org.). **Icebergs à deriva**: o trabalho nas plataformas digitais. São Paulo: Editora Boitempo, 2023, p. 249-264.

Rodrigues, Arlete Moysés. O direito à cidade e à moradia nas cidades brasileira. **Revista Espaço e Economia**, n. 24, 2022, p. 1-24. Rodrigues, Arlete Moysés. Políticas públicas para o espaço. *Revista Cidades*, v. 13, n. 22, 2016, pp. 41-69.

Santos, Milton. Da política dos estados à política das empresas. **Cadernos da Escola do Legislativo**, v.3, n. 6, p.9-23, jul./dez. 1997.

Srnicek, Nick. **Platform capitalism**. Nova York: Editora John Wiley & Sons, 2017.

Törnberg, Petter. Platforms as States: The Rise of Governance through Data Power. Em: Söderström, Ola (Org.). **Data Power in Action: Urban Data Politics in Times of Crisis**. Bristol: Bristol University Press, 2024, pp. 42–58. *JSTOR*, <https://doi.org/10.2307/jj.9827045.8>.

Tunes, Regina. **Geografia da inovação: território e inovação no Brasil no século XXI**. 2015. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. DOI: <http://doi.org/10.11606/T.8.2016.tde-16032016-135145>. Acesso em 27 de abril de 2025.

Tunes, Regina. **Geografia da inovação: território e inovação no Brasil no século XXI**. Rio de Janeiro: Letra Capital, Observatório das Metrópoles, 2020.

**Valor Econômico**. 2024. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2024/04/16/em-reuniao-com-lula-mercado-livre-anuncia-investimentos-e-pede-fim-de-isencao-para-importacoes.ghtml>. Acesso em 27 de abril de 2025.

Van Dijck, José; Poell, Thomas; Waal, M. (2018). **The Platform Society: Public Values in an Online World**. Oxford University Press.

Vidal, Ignacio. **Año 23 d.ML (después de Mercado Libre): posicionamiento de mercado y análisis de Mercado Libre en 2022**. Trabajo Final de Carrera (Licenciatura em Comercialización), Universidad de Belgrano, Facultad de Ciencias Económicas, Buenos Aires, 2023.

Wagner, Júlia. Circulating value: convergences of datafication, financialization, and urbanization. **Revista Urban Transform**, v. 3, n. 4, 2021, p. 2-9.

Wells, Katie; Cullen, Declan; Attoh, Kafui. **Disrupting DC: The rise of Uber and the fall of the city**. 2023.

Yoshida, E. **Por dentro do fenômeno Mercado Livre, a empresa mais valiosa da América Latina**. VEJA, 2024. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/por-dentro-do-fenomeno-mercado-livre-a-empresa-mais-valiosa-da-america-latina/>. Acesso em 27 de abril de 2025.

**Enviado em 14/12/2024**

**Aprovado em 13/06/2025**