



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS  
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA**

**ANNA VITÓRIA ALENCAR DA SILVA**

**A IMPORTÂNCIA DA LOGÍSTICA PARA O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE**

**Araguaína, TO**

**2022**

**Anna Vitória Alencar Da Silva**

**A importância da logística para o crescimento do *E-commerce***

Artigo publicado e apresentado à Universidade Federal do Tocantins (UFT), Campus Universitário de Araguaína, para obtenção do título de Tecnólogo em Logística.

Orientador: Professor Dr. José Francisco Mendanha

**Araguaína, TO**

**2022**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins**

---

S586i Silva, Anna Vitória Alencar da.  
A importância da logística para o crescimento do e-commerce. / Anna  
Vitória Alencar da Silva. – Araguaína, TO, 2022.  
23 f.  
  
Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus  
Universitário de Araguaína - Curso de Logística, 2022.  
Orientador: José Francisco Mendanha  
  
1. Logística. 2. E-commerce. 3. Fluxo logístico. 4. Comércio eletrônico. I.  
Título

**CDD 658.5**

---

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer  
forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte.  
A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184  
do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os  
dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

**Anna Vitória Alencar Da Silva**

**A importância da logística para o crescimento do *E-commerce***

Artigo foi avaliado e apresentado à UFT – Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Araguaína, Curso Superior de Tecnologia em Logística para obtenção do título de Tecnólogo em Logística e aprovado em sua forma final pelo Orientador e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação: 28 / 06 / 2022

Banca Examinadora

---

Prof. Dr. José Francisco Mendanha, Orientador, UFT

---

Prof. Dr. David Gabriel Barros Franco, Examinador, UFT

---

Prof.<sup>a</sup> Ma. Clarete de Itoz, Examinadora, UFT

*“Não fui eu que ordenei a você? Seja forte e corajoso! Não se apavore nem desanime, pois o Senhor, o seu Deus, estará com você por onde você andar”.*

*Josué 1:9*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente, a Deus por ter me dado forças para seguir e ter colocado pessoas especiais ao longo desse caminho.

Agradeço imensamente à Universidade Federal do Tocantins (UFT) por ter me proporcionado tantos ensinamentos e aprendizagem ao longo da graduação.

Agradeço a todos os professores do colegiado do curso superior de tecnologia em Logística que fizeram parte dessa trajetória especialmente, ao meu orientador Professor Dr. José Francisco Mendanha, que me auxiliou em toda a elaboração deste trabalho, sanando as minhas dúvidas com muita paciência e compreensão.

Por último, agradeço a todos os meus familiares que me deram total apoio nessa reta final, na qual é tão difícil e compreenderam a minha ausência enquanto eu me dedicava a realização deste trabalho.

## RESUMO

Este artigo tem como tema, a importância da logística para o crescimento do *e-commerce*, e teve como premissa pesquisar a influência da logística dentro do comércio eletrônico e a relação entre ambos. E apresenta ainda os aspectos que integram o planejamento, armazenagem e transporte. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental, tendo como objetivo geral analisar os processos logísticos que contribuem para o desenvolvimento do comércio eletrônico, bem como, objetivos específicos que são: identificar o papel da logística no *e-commerce* e descrever a eficiência da logística de entrega no ambiente do *e-commerce*. Os resultados foram eficientes para alcançar os objetivos e a questão problema propostos na pesquisa. Ao analisar os dados, pode se perceber a importância da logística no *e-commerce* e seu fluxo de processos para a distribuição bens e serviços a sociedade de consumo. Fazendo com que a logística de transporte assegure que a empresa cumpre com o que foi prometido ao cliente, sobretudo relativo à entrega do produto.

**Palavras-chaves:** Logística. E-commerce. Fluxo logístico. Comércio eletrônico.

## **ABSTRACT**

This article has as its theme, the importance of logistics for the growth of e-commerce, and its premise is to research the influence of logistics within e-commerce and the relationship between them. It also presents the aspects that integrate planning, storage and transport. This is a bibliographical and documentary research, with the general objective of analyzing the logistics processes that contribute to the development of electronic commerce, as well as specific objectives that are: to identify the role of logistics in e-commerce and to describe the efficiency of logistics delivery in the e-commerce environment. The results were efficient to reach the objectives and the problem question proposed in the research. By analyzing the data, one can see the importance of logistics in e-commerce and its process flow for the distribution of goods and services to the consumer society. Making the transport logistics ensure that the company fulfills what was promised to the customer, especially regarding the delivery of the product.

**Key-words:** Logistics. E-commerce. Logistic flow. E-commerce.



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>09</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1</b>	<b><i>E-commerce</i>.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2</b>	<b>Logística.....</b>	<b>12</b>
<b>3</b>	<b>ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS .....</b>	<b>14</b>
<b>3.1</b>	<b>Procedimento metodológico.....</b>	<b>14</b>
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS...</b>	<b>15</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>19</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>20</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O Comércio eletrônico (*e-commerce*) é uma área da economia que está em constantes mutações, surgindo a cada ano novas tendências, tecnologias em um ambiente competitivo. Com a pandemia do covid-19 esses processos acelerou, dado ao comportamento do consumidor pela prática cada vez mais voltada para as compras pela internet. Assim o negócio digital tem se tornado uma novidade para o mercado e suas adaptações ao atendimento aos clientes.

As novas tendências de atendimento ao consumo veem se diversificando cada vez mais, com os processos que estão em desenvolvimento e, como consequência traz à tona o movimento de digitalização que tem ocorrido nas últimas décadas e que tem levado diversas transformações no comportamento do consumidor e nas estratégias adotadas pelos negócios para atender as necessidades dos clientes e como consequência o crescimento do e-commerce.

Outro aspecto importante é o desempenho e o crescimento do e-commerce de serviços, da primeira década de século XXI, em especial a partir de 2010 que introduziu mudanças significativas para o comércio eletrônico brasileiro, isso foi alavancado pelos sites de compras coletivas que começaram a ter visibilidade e projeção no Brasil e no mundo. Estes sites de compras trouxeram para o e-commerce, empresas de prestação de serviços, tais como: Casas Bahia, Magazine Luísa, Ponto Frio, Restaurantes, Salões de beleza e Hotéis, entre outras. Independente desse modelo de negócios ter alternância, o fato é que tem provocado a cada dia ganhos em termos de mais adeptos ao comércio eletrônico e suas facilidade provocadas pela inovação e revolução tecnológica nessa área. Assim, segundo dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) o faturamento do e-commerce brasileiro cresceu 26,9% e chegou a R\$ 161 bilhões em 2021.

A pesquisa tem o objetivo principal de estudar e pesquisar sobre a influência da logística dentro do comércio eletrônico, a relação entre ambos e os aspectos necessários para os processos logísticos que contribuem com o e-commerce, a partir de pesquisa bibliográfica e documental. É abordada a criação do e-commerce e a importância da logística para o comércio eletrônico. É feito ainda, a descrição da relação existente entre a logística e o e-commerce. Este trabalho também mostra a importância do fluxo logístico dentro do e-commerce.

Assim, a questão problema se dá por meio do seguinte questionamento, “Qual a transcendência da logística dentro do ambiente do e-commerce?”. Partindo dessa perspectiva a pesquisa se justifica pelo grande crescimento do e-commerce nos últimos anos e a grande utilização dos processos logísticos para o seu desenvolvimento. Para dar conta do objeto da pesquisa foi estabelecido como objetivo geral o de analisar os processos logísticos que

contribuem para o desenvolvimento do e-commerce, e para alcançar a operacionalizar estabeleceu como objetivos específicos: identificar o papel da logística no e-commerce e descrever a eficiência da logística de entrega no ambiente do Comércio eletrônico. Desse modo foi adotado o procedimento metodológico pesquisa bibliográfica e documental, dessa forma o estudo foi realizado em diversas fontes de pesquisa para obter mais informações sobre o assunto proposto e desse modo apresentar os resultados obtidos na pesquisa.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 *E-commerce*

Conforme Mendonça (2016) o *e-commerce* é um termo abreviado de “*eletronic commerce*” teve origem nos Estado Unidos na década de 1970, em função das transações interbancárias, que consistia em transferência de documentos eletrônicos. O *e-commerce* esta cada vez mais acessível, devido aos avanços e inovações tecnológicos das redes de computadores e da internet em conexão, onde qualquer pessoa conectado por meio de um dispositivo, consegue realizar as operações de compra e venda de bens e serviços em diversos regiões geográficas do planeta, desde que esteja em conformidade com a legislação vigente internamente no país, tudo isso não se faz a necessidade da presença fisicamente no embebecimento físico. Como também, não sendo necessário a existência de uma loja física ou mesmo de formação de estoques em determinados casos, uma vez que a quantidade a ser comercializada pode ser informadas por anuncio da empresa ou da pessoa física vendedora, logo o fornecedor de produtos é possuir o mínimo a quantidade a pronta entrega.

Segundo Turban & King (2004), Salvador (2013), Teixeira (2015) o *e-commerce* ou comércio eletrônico, é toda transação comercial de compra e venda através da internet, onde considera-se o procedimento de compra, venda e troca de produtos, serviços e informações pela internet. Afirmam ainda que o *e-commerce* pode ser conceituado como movimentações comerciais feitas no ambiente virtual, com ajuda de meios eletrônicos. No entanto existem diversos conceitos para *e-commerce*, porém pode-se considerar que seja uma extensão do comércio tradicional, onde é um espaço no ambiente virtual em que todas as compras, vendas e prestações de serviço são feitas com auxílio de equipamentos eletrônicos do começo ao fim da negociação. Ou seja, é um empreendimento que se diferenciam pela sua estrutura funcional (todo relacionado ao digital).

Conforme Dkma (2017), Bertholdo (2022) o shopping online foi criado por Michael Aldrich em 1979. Em que, podemos relata-lo como um inglês inventor, inovador e empreendedor. Ele revolucionou o sistema de compras, na qual, só poderia ser realizado de forma física. Sendo possível através do primeiro sistema de transações online entre consumidores e empresas. Porém, somente em 1990, que o comércio eletrônico começou a funcionar no formato semelhante ao dos dias atuais. O comércio eletrônico virou uma realidade concreta apenas em 1995. Nos últimos anos desenvolveu-se de forma consideravelmente rápida e, em escala global. Possibilitando assim, a fidelização de clientes de forma mais eficaz às

empresas. Ou seja, além de realizar transações pela Internet, também auxilia as empresas a conduzirem seus próprios negócios.

Novaes (2004), Bertaglia (2009) ressaltam que o relacionamento eletrônico proporciona a flexibilidade e a eficiência das organizações e, por consequência, atendem aos clientes com maior rapidez, além de ter uma maior proximidade com seus fornecedores. Ou seja, os consumidores são atraídos pela comodidade e facilidade de acesso. Sendo assim, precisa garantir uma logística com eficiência, e acima de tudo trabalhá-la como algo de suma importância, principalmente no que diz respeito às vendas, ao estoque, e a entrega até o consumidor final, e acima de tudo manter a logística de forma adequada para o *e-commerce*. E ainda segundo Bertaglia (2009), “a logística que dá condições reais de garantir posse do produto por parte do consumidor, no momento desejado”.

Ainda segundo Crowdtask (2016), Maplink (2021) o *e-commerce* tornou-se um especialista em produtos que atendem a grupos poucos explorados pelo mercado e acabam oferecendo produtos ainda escassos para os consumidores. Além disso, identificar a transcendência da logística dentro do ambiente do e-commerce é garantir que os produtos certos estejam no lugar destinado, no menor tempo possível e pelo menor custo possível. Para isso, o e-commerce deve estar sempre em busca de melhorias no seu fluxo logístico, aumentando assim, a eficiência na execução desses processos, refletindo em benefícios como, aumento de produtividade, melhora na atividade das atividades desempenhadas, redução de custos e aumento do nível de satisfação do cliente.

## **2.2 Logística**

Conforme Daganzo (1996), Novaes (2001), Ballou (2001) apontam que a logística abrange todas as atividades consideráveis para a disponibilização de bens e serviços aos clientes onde e quando quiserem, estas atividades integram planejamento, armazenagem, transporte. Assim a logística diz respeito à um conjunto de etapas operacionais que assegura que a empresa cumpra com o que é prometido aos clientes, sobretudo relativo à entrega. Ou seja, ela trata de todas as etapas que são exigidas para levar a cabo um serviço ou a oferta de um produto. A Logística é o conjunto de atividades, sendo elas, processo de planejar, implementar e controlar de maneira cabal o fluxo e a armazenagem de produtos, assim como os serviços e informações associados, cobrindo desde o ponto de ascendência até a consumação, com o propósito de atender todas as condições propostas pelo cliente, considerando também o tempo e a capacidade.

Santos (2019), Valle (2020) define a importância da logística no e-commerce como, uma parte da gestão que é responsável pelo fluxo de produtos, planejamento, controle e informações relacionadas aos produtos. Assim, a logística é uma parte de extrema importância para o sucesso do e-commerce, principalmente, no prazo e a entrega do produto, que são essenciais para a satisfação do cliente. Destacam ainda que a empresa obtém um diferencial competitivo quando possui uma boa logística, auxiliando assim, no processo de fidelização dos clientes em sua plataforma digital. Ainda descrevem que, o prazo referente à entrega e o valor cobrado pelo frete influenciam significativamente na compra virtual, conseqüentemente, deve-se considerar a logística dentro do comércio eletrônico como um diferencial que pode aumentar a taxa de conversão da loja.

Segundo Eugênio (2019), Souza (2019) a logística garante eficiência para o negócio, por isso, tem um papel essencial para o e-commerce. Isso significa que um bom planejamento de logística, aproveitando o máximo do seu potencial, a um baixo custo permite que todos os recursos são utilizados de forma que economizem tempo e dinheiro. Assim, a logística assegura o crescimento, a capacitação e, principalmente a fidelização de clientes. Podendo assim, ser considerado um dos objetivos cruciais dos empreendedores atualmente, em que reduzir custos é a necessidade maior. A Logística gerencia desde a saída da mercadoria até a entrega no destino final, sendo realizado pelo rastreamento dos pedidos, em que, o próprio cliente, pode fiscalizar o trajeto do seu produto.

### **3 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS**

#### **3.1 Procedimento Metodológico**

Este trabalho teve como objetivo analisar os processos logísticos que contribuem para o desenvolvimento do E-commerce. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental, segundo Fonseca (2002, p. 32), “a pesquisa documental é um tipo de pesquisa que utiliza fontes primárias, isto é, dados e informações que ainda não foram tratados científica ou analiticamente”, e que tem o objetivo de analisar os processos logísticos que contribuem para o desenvolvimento do e-commerce e relacionando os conceitos de diferentes autores a respeito do tema abordado.

E segundo Gil (2010, p.29) a pesquisa bibliográfica “é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos”.

Dessa forma, está pesquisa se predominou de forma qualitativa, onde traz um estudo teórico sobre a importância da logística para o crescimento do E-commerce. Uma vez que nos estudos de pesquisa qualitativa, para Lüdke e André (2012), Oliveira (2007) e Alves-Mazotti (1998), são considerados documentos quaisquer materiais escritos que possam ser usados como fonte de informação, sendo elas: leis e regulamentos, normas, pareceres, cartas, memorandos, diários pessoais, autobiografias, jornais, revistas, discursos, roteiros de programas de rádio e televisão até livros, estatísticas e arquivos escolares.

#### 4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

O presente capítulo é dedicado à apresentação das informações obtidas com a análise dos dados gerados pela pesquisa documental e bibliográfica. Referente ao estudo que serão apresentados os atributos que respondem aos objetivos deste trabalho e à problemática.

Diante do cenários pandêmico, grande parte dos consumidores e empreendedores tiveram que se adaptar, criando e aumentando sua participação significativamente no comércio eletrônico, com uma alta nos índices de consumo do e-commerce em comparação a décadas anteriores. Essa perspectiva de compras e venda via internet, mudou o comportamento das pessoas, e a realidade dos consumidores que buscaram por praticidade e variedade no seu cotidiano, quanto as empresas que tem como meta a redução de seus custos fixos entre outros. Levando ainda em consideração que o trabalho home office dos funcionários tendem a redução dos custos fixos para as organizações.

Dadas essas perspectivas o mercado do e-commerce trabalham com a confiabilidade das boas práticas dos processos logísticos. Assim, a logística desempenha um papel extremamente relevante para a movimentação nesse tipo de mercado, seja para controlar o processo de armazenamento, expedição, redução dos custos operacionais e na eficiência na entrega de produtos para o consumidor. Contudo, é extremamente essencial que todos os processos estejam em consonância para transmitir confiabilidade e satisfação ao cliente.

O comércio eletrônico, tem se mostrado cada vez mais confiável e a logística o deixa ainda mais eficiente e prático para aquisição de produtos e serviços pela internet, causando conforto e flexibilidade para o consumidor. Já a logística urbana vem com soluções para o e-commerce e, também, para o delivery, com seus aplicativos de entregas em vários segmentos, sendo coadjuvante no atendimento nesse período de aumento de demandas por bens e serviços na sociedade contemporânea.

Conforme Reis (2018), os processos logísticos contribuem para o desenvolvimento e estruturação do e-commerce no que tange a seleção de fornecedores, recebimento e conferência dos materiais, armazenagem; controle de estoque, gestão de compras e preparação de pedidos e gerenciamento de entregas. Dessa forma, podemos perceber que a logística não só cuida de todo planejamento e fluxo de produtos, mas acima de tudo atende desde a encomenda da matéria-prima até a entrega das mercadorias para o cliente final.

De acordo com Ballou (2010), Maplink (2022), a logística trata todas as tarefas de movimentação e armazenagem, facilitando o fluxo de produtos do ponto de aquisição da matéria-prima ao ponto de consumação. Podemos perceber também, que o e-commerce tendo

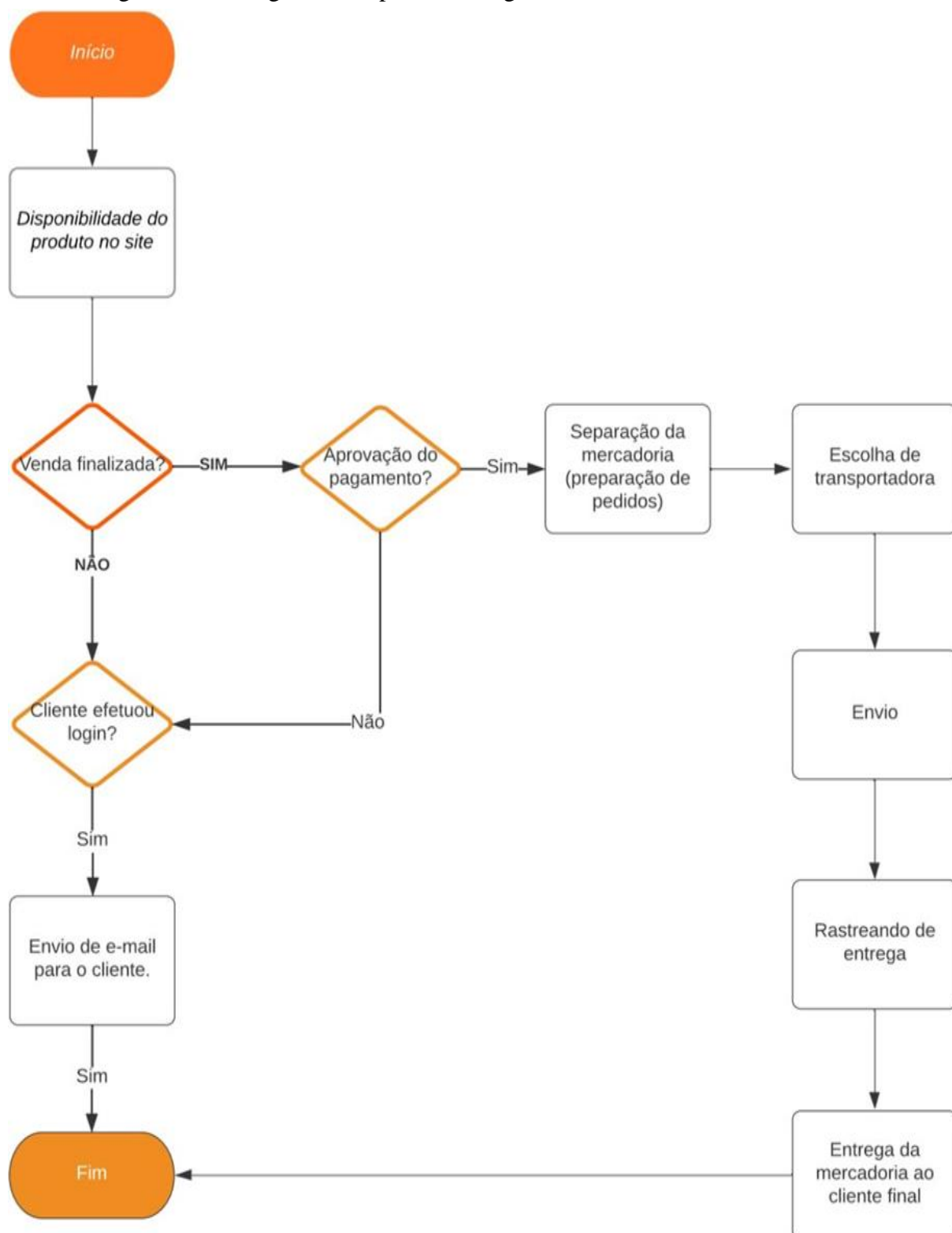


produtos interessantes não é o suficiente para progredir bem, mas essencialmente deve ter uma logística bem planejada para obter bons resultados.

Segundo Novaes (2007), o papel da logística é muito importante no processo de disseminação da informação, em que pode influenciar positivamente, caso seja bem equacionada ou prejudicar quando mal formulada. Isso pois, para as empresas, a logística é o setor que dá circunstâncias práticas de realização das metas definidas por outros setores. Quanto ao e-commerce, o canal de distribuição explorado nesta pesquisa, refere-se ao pedido realizado diretamente pelo próprio consumidor no comércio eletrônico, geralmente, por transportadoras especializadas, e a distribuição física de produtos, os processos operacionais e de controle permitem transferir os produtos desde o ponto de fabricação até a entrega ao consumidor final.

A figura a seguir foi desenvolvida com base em experiências de compras em comércios eletrônicos diversos, em que apresenta todo o fluxo dos processos logísticos dentro do ambiente do e-commerce.

Figura 01- Fluxograma dos processos logísticos no ambiente do e-commerce



Fonte: Desenvolvida pela autora.

O fluxograma da Figura 01 apresenta o fluxo dos processos logísticos dentro ambiente do e-commerce. O processo da início do pedido até a entrega ao cliente final. O produto deve estar disponível no site do e-commerce, em seguida é recebido pedido feito pelo cliente, logo após, caso a venda tenha sido finalizada é feita a aprovação do pagamento, em seguida é feito a preparação do pedido (separação da mercadoria), em seguida é designada a transportadora na qual irá ser feito o envio do pedido e o rastreamento do mesmo e, por fim a entrega da mercadoria ao cliente final.

Assim, todo o processo de compra e venda no e-commerce é online, o que difere é o processo de entrega do produto que se dá de forma física no endereço do consumidor. O consumidor se conecta por meio de um computador, smartphone ou tablet, esses equipamentos tem que estar conectado à internet. A partir de entrar na loja online o consumidor faz a seleção dos produtos de sua escolha.

Para tanto, o consumidor que ainda não esteja cadastrado na loja, é preciso fazer o cadastro com suas informações pessoais, além de seu e-mail e endereço para entrega. No entanto, para receber a encomenda em casa, em muito dos casos lhe é cobrado uma taxa de frete, que vai depender da modalidade de entrega e a localidade escolhida. Dessa forma logística tem uma função de relevância do e-commerce, ficando mais fácil o acesso de clientes à produtos que no seu local de moradia seja escasso, e em outra cidade, estado ou até mesmo país tornar-se acessível a esse cliente através da compra realizada no comércio eletrônico.

Segundo Bergoli (2022), a logística tem sua grande importância para o e-commerce, no que refere-se a preocupação com a organização e com o crescimento do negócio, e investindo em uma logística de entrega avançada, pode-se obter como vantagem o controle do valor do frete, o controle do estoque, previsibilidade no prazo de entrega e garantia de bom atendimento ao cliente.

De acordo com Rodrigues (2021), com as restrições impostas à mobilidade e a implantação do trabalho no esquema home office, gerados pela covid-19, foi dado um impulso para que o e-commerce atingisse níveis que só atingiria em médio e longo prazos, sendo o setor logístico o maior pilar de sustentação dessa evolução, e ainda se beneficiando. Dessa forma fazendo com a logística tivesse um rápido avanço graças ao chamado “Novo normal”. Percebendo assim que a logística é o braço de sustentação do e-commerce, em que, sem ela, as vendas à distância seriam impossíveis.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da pesquisa foi possível perceber importância da logística no crescimento e desenvolvimento do e-commerce. Sendo ela a responsável pelo fluxo de produtos, planejamento, controle de informações relacionadas a cadeia produtiva do produto, desde o ponto de origem até o destino final, bem como seu fluxo reverso. Fazendo com que a logística seja uma parte extremamente essencial ao sucesso do e-commerce, principalmente, no que diz respeito ao prazo e a entrega do produto para a satisfação do consumidor final.

Assim, a logística é uma das atividades para disponibilizar bens e serviços, que integram planejamento, armazenagem e transporte. Fazendo com que a logística de transporte assegure que a empresa cumpra com o que foi prometido ao cliente, sobretudo relativo à entrega do produto. Dessa forma, o e-commerce obtém um diferencial competitivo quando se possui uma logística bem planejada, fazendo com que aumente a fidelização de clientes ao comércio eletrônico.

Para o término final desta pesquisa foram enfrentados problemas a cerca de matérias que fossem contribuintes para com a mesma, pois haviam poucos autores na qual se encaixassem no mesmo assunto ou até mesmo relacionado a algum contexto para maior esclarecimento do tema, então sugere-se que sejam feitas mais pesquisas sobre a relação entre o e-commerce e a logística, mostrando também o grande crescimento futuro que há de ter o comércio eletrônico com o auxílio e desenvolvimento da logística como um todo.

## REFERÊNCIAS

- ABCOMM, Associação Brasileira de Comércio Eletrônico. **Números do e-commerce**, 2021. Disponível em:<<https://abcomm.org/noticias/category/numeros-do-e-commerce/>>. Acesso em: 22 de jun de 2022.
- ALVES-MAZZOTI, A. 1998. **O Método nas Ciências Sociais**. In: ALVES-MAZZOTI, A. J.; GEWANDSZNAJDER, F. **O Método nas Ciências Naturais e Sociais: Pesquisa Quantitativa e Qualitativa** (pp.99-197) 2. São Paulo: Pioneira.
- BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookmann, 2001.
- BALLOU, Ronald H. **Logística Empresarial: Transportes, Administração de Materiais e Distribuição Física**. 1 ed. São Paulo: Atlas S.A., 2010.
- BERGOLI, Artur. **Logística para e-commerce: o que você precisa saber.Bling.**, 24 de fev de 2022. Disponível em:<<https://blog.bling.com.br/logistica-para-e-commerce/#:~:text=A%20import%C3%A2ncia%20da%20log%C3%ADstica%20para,capacidade%20de%20fideliza%C3%A7%C3%A3o%20do%20p%C3%ABlico>>. Acesso em: 23 de jun de 2022.
- BERTAGLIA, Paulo Roberto. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. 2ª ed: rev. e atual. - São Paulo: Saraiva, 2009.
- BERTHOLDO. **O que é E-commerce? Como funciona e os melhores de 2022**. 04 de Jan de 2022, Belo Horizonte. Disponível em:<<https://www.bertholdo.com.br/blog/o-que-e-e-commerce/>>. Acesso em: 01 jun. 2022.
- CROWDTASK. **Entenda o que é o e-commerce de nicho**, 25 de fev de 2016. Disponível em: < <https://crowdtask.me/e-commerce/entenda-o-que-e-o-e-commerce-de-nicho-2/>>. Acesso em: 21 de jun de 2022.
- DAGANZO, Carlos F. **Análise de sistemas logísticos**. 2ª Edição, Editora Springer, 1996
- DKMA Tecnologia e Marketing. **A história do e-commerce: como tudo começou?**. 26 de maio de 2017, São Paulo. Disponível em:<<https://dkmatecnologia.com.br/historia-e-commerce-como-tudo-comecou/>>. Acesso em: 01 jun. 2022.
- EUGÊNIO, Marcio. **Logística no e-commerce: passo a passo prático para estruturar.dlojavirtual.com**, 2019. Disponível em: < <https://www.google.com/amp/s/www.dlojavirtual.com/e-commerce/logistica-de-e-commerce-e-saiba-como-estruturar-este-setor-na-sua-loja-virtual/>>. Acesso em: 15 de jun de 2022.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2010. P.29.

LÜDKE, M.; André, M. . 1986. **A pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU.

MAPLINK. **Entenda como funciona a logística para e-commerce**. 17 de fev de 2022. Disponível em: <<https://maplink.global/blog/logistica-para-e-commerce/>>. Acesso em: 19 de jun de 2022.

MAPLINK. **Qual a importância da logística? O que é? Qual sua função?**, 14 de jul de 2021. Disponível em:<<https://maplink.global/blog/importancia-logistica/>>. Acesso em: 21 de jun de 2022.

MENDONÇA, G. M. E-Commerce. IPTEC – Revista inovação, projetos e tecnologias, v. 4, n. 2, p. 240-251, 2016.

NOVAES, Antônio Galvão. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição: Estratégia, Operação e Avaliação**. 8 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

NOVAES, Antônio Galvão. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

NOVAES, Antônio Galvão. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição: Estratégia, Operação e Avaliação**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004

OLIVEIRA, M. 2007. **Como fazer Pesquisa Qualitativa**. Petrópolis, RJ: Vozes.

REIS, Guilherme. **Guia completo de logística para e-commerce. Loja virtual.com**, 2018. Disponível em: <<https://www.google.com/amp/s/www.lojavirtual.com.br/blog/guia-completo-de-logistica-para-e-commerce/>>. Acesso em: 18 de jun de 2022.

RIDRIGES, Marcos. **A sustentação logística do e-commerce necessita de avanço tecnológico**. 2021. Disponível em: <<https://www.google.com/amp/s/www.jornalcontabil.com.br/a-sustentacao-logistica-do-e-commerce-necessita-de-avanco-tecnologico/%3famp>>. Acesso em: 23 de jun de 2022.

SALVADOR, Mauricio. **Gerente de E-commerce**. 1º edição – Abril de 2013. São Paulo. Editora: Ecommerce School, 2013.

SANTOS, Ana. **A importância da logística no e-commerce. Administradores.com**, 17 de abril de 2019. Disponível em:<<https://administradores.com.br/artigos/a-importancia-da-logistica-no-e-commerce>>. Acesso em: 14 de jun de 2022.

SOUZA, Ivan de. **O que é logística?. Rockcontent**, 18 de maio de 2019. Disponível em:<<https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-logistica/>>. Acesso em: 15 de jun de 2022.

TEIXEIRA, T. **Comércio Eletrônico - conforme o marco civil da internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

TURBAN, E.; KING, D. **Comércio eletrônico: estratégia e gestão**. São Paulo: Pearson, 2004.

VALLE, Alberto. **Logística no e-commerce. Guia de e-commerce**, 2022. Disponível em: <<https://www.guiadeecommerce.com.br/logistica-no-ecommerce/#>> . Acesso em: 14 de jun de 2022.