

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO

Instituto de Ciências Sociais Aplicadas

Departamento de Ciências Administrativas

Curso Bacharel em Administração

Pedro Henrique Moura de Oliveira

**ANÁLISE DA PRÁTICA LOGÍSTICA DO E-COMMERCE A PARTIR DE UM
ESTUDO BIBLIOMÉTRICO**

Mariana

2018

Pedro Henrique de Moura de Oliveira

**ANÁLISE DA PRÁTICA LOGÍSTICA DO E-COMMERCE A PARTIR DE UM
ESTUDO BIBLIOMÉTRICO**

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito para obtenção do título Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. DSc. Simone Aparecida Simões Rocha

Coorientadora: Esp. Itaiane de Paula

Mariana

2018

O483a

Oliveira, Pedro Henrique Moura.

Análise da prática logística do e-commerce a partir de um estudo bibliométrico [manuscrito] / Pedro Henrique Moura Oliveira. - 2018.

77f.: il.: color; graf; Quadros.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Simone Aparecida Simões Rocha.

Coorientadora: Esp. Itaiane de Paula.

Monografia (Graduação). Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Ciências Econômicas e Gerenciais.

1. Bibliometria. 2. Comércio eletrônico. 3. Logística. I. Rocha, Simone Aparecida Simões. II. Paula, Itaiane de. III. Universidade Federal de Ouro Preto. IV. Título.

CDU: 658.5

Catálogo: ficha.sisbin@ufop.edu.br

FICHA DE APROVAÇÃO

PEDRO HENRIQUE MOURA DE OLIVEIRA

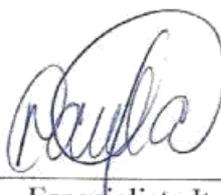
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado junto ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP, como requisito à obtenção do Título de Bacharel.

Orientadora: Professora DSc. Simone Aparecida Simões Rocha

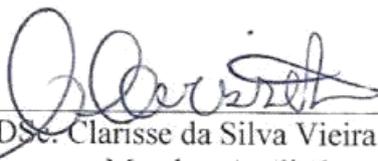
COMISSÃO EXAMINADORA



Professora DSc. Simone Aparecida Simões Rocha
Orientadora e Presidente da Banca



Especialista Itaiane de Paula
Coorientadora e Membro Avaliador



Professora DSc. Clarisse da Silva Vieira Camelo de Souza
Membro Avaliador

Mariana, 18 de dezembro de 2018.

RESUMO

Tendo em vista o crescimento da expansão tecnológica, bem como, suas consequências para uma parte da sociedade, percebe-se um crescimento no e-commerce, mesmo ainda se revelando recente no mercado, porém, em constante crescimento, tornando as empresas mais competitivas atendendo aos clientes com comodidade. Esta pesquisa, tem como objetivo, analisar as práticas logísticas do e-commerce, sob a perspectiva de suas variáveis diante de uma pesquisa bibliométrica, em bases de pesquisas nacionais entre 2013 a 2018. Foram identificadas diversas variáveis do e-commerce em 68 publicações. Utilizou-se a pesquisa bibliográfica, análise de estatística descritiva e a bibliométrica. Os resultados da pesquisa apontaram um crescimento de estudos sobre o e-commerce na academia e seus impactos diante da economia, bem como, variáveis distintas do e-commerce.

Palavras-chave: Bibliometria. E-commerce. Logística.

ABSTRACT

In view of the growth of technological expansion, as well as their consequences for a part of society, there is a growth in e-commerce, even if revealing recent market, however, in constant growth, making businesses more competitive, serving customers with convenience. This research has as objective, to analyze the logistical practices of e-commerce, under the perspective of your variables before a bibliometric research, in databases of national surveys between 2013 to 2018. We identified several variables of e-commerce in 68 publications. We used the bibliographical research, analysis of descriptive statistics and bibliometric. The survey results indicated a growth of studies about e-commerce in the academy and its impacts on the economy, as well as distinct variables of e-commerce.

Keywords: Bibliometrics. E-commerce. Logistic variables.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Ano da publicação	22
Figura 2 - Tipologia x Ano da publicação	24
Figura 3 - Universidades que mais publicaram	26
Figura 4 - Setor x Produto x Serviço	30
Figura 5 - Região das publicações	31

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Etapas do processo logístico do e-commerce.....	17
Quadro 2 - Recursos e seus objetivos para a pesquisa	21
Quadro 3 - Relação Ano x Autor que mais publicou x Instituição x Título X Base	23
Quadro 4 - Relação Ano x Variáveis.....	25
Quadro 5 - Instituição de origem x Base	27
Quadro 6 - Instituição de Origem x Tipologia	28
Quadro 7 - Tipologia x Variáveis	29
Quadro 8 - Ano x Região x Tipologia	31
Quadro 9 - Agrupamentos das variáveis logísticas	32
Quadro 10 - Ano x Região x Instituição de origem.....	39
Quadro 11 – Autores	41
Quadro 12 - Autor x Variável x Setor	42
Quadro 13 - Autor x Título x Tipologia x Variáveis.....	47
Quadro 14 - Ano x Setor x Variáveis	53
Quadro 15 - Banco de dados da pesquisa.....	59

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	REVISÃO DE LITERATURA	14
3	DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA.....	19
4	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	22
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
	REFERÊNCIAS	57
	APÊNDICE A	59

1 INTRODUÇÃO

A economia digital requer novos formatos da logística para realizar suas operações transacionais. Assim a logística tem seu início de atividade no e-commerce, fazendo com que as lojas virtuais tenham capacidade de se tornarem mais competitivas e consigam atender um maior público. Entretanto, é preciso que a empresa que atua nesse ramo tenha uma capacidade de rapidez e precisão na entrega dos produtos aos seus clientes. Fatores que são essenciais para que o cliente consiga ver se a decisão dele de comprar em uma loja virtual foi uma experiência positiva ou negativa (MAZZALI; PADILHA, 2006).

É uma tipologia de mercado em que as formas tradicionais de comercialização não existem. Passa a existir a comercialização à distância, disponibilizando informações sobre produtos e serviços aos clientes, no sentido de que suas vendas revertam em lucratividade para as empresas. Esta forma de relacionamento, entre empresas e clientes, é representada pelo e-commerce, que se tem mostrado em expansão, refletindo assim a confiança dos consumidores em relação a esse tipo de transação (ALVES et al., 2004).

Então, de acordo com Alves et al. (2004), para as empresas, o e-commerce trouxe uma possibilidade de avançar no mercado, bem como benefícios com esse modelo de negociação com seu cliente. Alguns desses benefícios observados são: a capacidade de adquirir produtos de outras empresas de maneira mais acelerada e com um menor valor; uma redução no estoque das empresas a fim de melhorar o gerenciamento da cadeia produtiva; capacidade de entregar melhores produtos ao seu consumidor de forma que ele possa fazer seu pedido a qualquer dia e horário que desejar; e ainda um ponto muito importante, ele poder acessar a empresa de qualquer lugar do mundo.

Para Guimarães et al. (2005), com a prática do e-commerce, as empresas têm uma nova possibilidade de crescimento nas vendas de seus produtos e serviços. E ainda, se tornam mais competitivas, possibilitando satisfazer uma maior parte do seu mercado de atuação, bem como acompanhar e analisar o comportamento de escolha do consumidor. Na visão destes autores, estes percebem que, nesta modalidade de compra, a do e-commerce, o cliente busca junto ao site em que ele está realizando o processo de compra, a facilidade, rapidez, e acima de tudo, melhor preço dos produtos. Isso também é uma das variáveis que faz com que a prática do e-commerce permaneça em constante crescimento.

Assim, analisando a prática de compra, bem como o comportamento do consumidor, pode-se retratar um panorama do e-commerce em um determinado período ou nicho de mercado. Pois o que a empresa oferece, além dos produtos, são os serviços inerentes ao

mesmo e sob a ótica do consumidor, o que ele espera receber são os produtos e os serviços agregados ao mesmo, desde que atendam às suas necessidades e expectativas (FREITAS et al., 2010).

Neste contexto, a prática de se comprar pela internet se dá pelas variáveis de atendimento ao cliente, informação sobre prazo de pagamento e de entrega, rapidez na entrega, preço, volume, variedade, dentre outras. Assim, a pergunta que orienta o desenvolvimento desta pesquisa é: Quais são as práticas da logística do e-commerce que foram identificadas a partir das publicações acadêmicas?

Refletindo sobre este tema, decide-se pelo estudo bibliométrico para responder ao problema de pesquisa, onde será elaborado um banco de dados, a partir das bases teóricas, bem como posteriormente a análise do mesmo. E por fim, será apresentado o resultado a ser obtido a partir deste levantamento.

Para responder ao problema de pesquisa, traça-se o objetivo geral, que consiste em analisar as práticas logísticas do e-commerce, sob a perspectiva de suas variáveis, a partir de um estudo bibliométrico, compreendido entre o período de 2013 a 2018, nas bases de pesquisas brasileiras, constantes nos Repositórios das Universidades Federais e Estaduais do Brasil, Fundação Getúlio Vargas e nas Pontifícias Universidades Católicas no Brasil.

Abaixo, são apresentados os objetivos específicos para desenvolver esta pesquisa:

- a. Identificar as variáveis logísticas do e-commerce, a partir da busca por palavras-chave: prática logística do e-commerce, comércio eletrônico e variáveis do comércio eletrônico;
- b. Realizar um levantamento das publicações, em bases de pesquisas brasileiras, que retratam da prática da logística do e-commerce;
- c. Com base neste levantamento, desenvolver um banco de dados, contendo: ano da publicação, autor(es), instituição de origem do(s) autor(es), título da publicação, base da publicação, tipologia, setor do e-commerce, variáveis logísticas do e-commerce mais utilizadas; e
- d. A partir das informações inseridas no banco de dados, analisar o comportamento das variáveis que determinam as práticas logísticas do e-commerce.

O desenvolvimento desta pesquisa se justifica pela importância de se compreender quais são as práticas logísticas realizadas pelo e-commerce, enquanto modelo de transação comercial. Estas práticas são transacionadas cada vez que um cliente compra um produto em um site, e que podem ser identificadas, posteriormente analisadas, para que possam gerar informações mais orientadas às vantagens competitivas que a empresa pode obter.

Estudar as práticas logísticas do e-commerce é um tema atual e importante para as empresas. Pois, além de identificar quais variáveis tornam estas práticas mais lucrativas, pode-se ater às outras variáveis que, por muitas vezes, não são percebidas pelos clientes, mas que impactam as empresas, a saber: segurança das cargas enquanto trafegam nas rodovias, disponibilidade do produto no prazo estabelecido para o cliente, dentre outras, que serão identificadas quando da realização desta pesquisa. Então, o motivo pelo qual se justifica o desenvolvimento desta pesquisa, é identificar e analisar as práticas logísticas do e-commerce.

O desenvolvimento desta pesquisa está centrado no levantamento bibliográfico para identificar as práticas logísticas do e-commerce, em todos os setores que já tiveram sido estudados e posteriormente, suas pesquisas validadas academicamente e publicadas nas bases supracitadas anteriormente. Desta forma, pode-se identificar e analisar quais são as variáveis destas práticas logísticas e separá-las por setor, para que possa disponibilizar informações mais orientadas aos nichos de mercados, onde o e-commerce abastece com produtos e serviços.

O mercado público alvo desta pesquisa, se encontra disperso pelo mundo, ou podendo estar próximo do pesquisador, bem como em um local distante, em que não se conhece o alcance de um produto/serviço, mas que o cliente está solicitando o mesmo. Então, respectivamente, atende localidades próximas e distantes, pois é um tipo de negócio que teve uma expansão mundial significativa, e sua realização depende da disponibilidade do produto/serviço em um site, por parte das empresas, e por outro lado, de um consumidor para este bem disponível. Por isso, a importância de analisar as práticas logísticas a partir das variáveis que compõem o e-commerce.

O estudo bibliométrico que será desenvolvido nesta pesquisa, utilizará como referência, estudos anteriormente realizados e validados na academia, em bases de pesquisas já identificadas. A busca consistirá por publicações que retratam das práticas logísticas do e-commerce, a partir das palavras-chave: prática logística do e-commerce, comércio eletrônico e variáveis do comércio eletrônico. No entanto, as informações pertinentes ao conteúdo das publicações, para o desenvolvimento desta pesquisa, serão àquelas que tratam de analisar o comportamento da logística do e-commerce, sob a perspectiva de suas práticas, a partir das variáveis que compõem este tipo de transação.

Conforme destaca Araújo (2006), as contribuições para o conhecimento e para a academia, a partir do uso da bibliometria, é que esta permite a realização de uma análise, a partir da “produtividade dos pesquisadores”. O autor ainda destaca que o conteúdo destas publicações, deve estar orientado para o objeto da pesquisa a ser realizada. Diante ao exposto,

espera-se que, ao final do desenvolvimento desta pesquisa, as variáveis identificadas nas práticas logísticas do e-commerce, possam ser identificadas e analisadas, destacando os setores a que pertencem, como forma de demonstrar seu comportamento frente às vantagens competitivas que podem ser alcançadas pelas empresas, a partir destas.

Portanto, as contribuições desta pesquisa, são justificadas pelo conhecimento a ser disseminado para a academia, para as empresas e os operadores logísticos envolvidos nas práticas logísticas do e-commerce e para os clientes deste tipo de mercado. É mais uma forma de obtenção de informações, que agregam às operações transacionais de produtos e serviços, via contato direto empresa/site/cliente.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Com o advento da internet e da possibilidade de se realizar compras online, as empresas começam a repensar na maneira de atuar no mercado, buscando atingir uma maior parcela da população, alavancar suas vendas e conseqüentemente elevar seus lucros. Feita essa observação, as empresas também começaram a analisar o estilo de vida dos seus clientes e conseqüentemente a pensar neles e em suas necessidades. Com isso, segundo Freitas et al. (2010), as organizações buscaram ter uma relação mais próxima com o mercado consumidor, e a partir disso, através da internet, os clientes conseguem encontrar o que precisam a qualquer momento e de qualquer lugar.

Para uma melhor compreensão sobre o assunto, torna-se importante definir logística, que para Ballou (2010), esta compreende todos os processos relacionados ao deslocamento e armazenamentos dos produtos, de maneira que se tenha uma maior fluidez do fluxo, desde a compra do insumo até o final da cadeia produtiva, ou seja, até o consumidor final. Nas definições do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2017), a logística pode ser compreendida como um processo no qual se planeja, executa e controla eficientemente seu meio de execução, transporte, movimentação da mercadoria, e o armazenamento dos produtos dentro e fora das empresas, onde a partir disso vai poder cumprir prazos na entrega aos clientes.

A partir de Ballou (2010), observa-se que a logística compreende desde o transporte de um produto, bem como de todo o processo que está por trás do deslocamento do mesmo, a cadeia produtiva, tudo que envolve desde sua compra até sua entrega final. Assim, parte-se para a perspectiva do quão a logística é importante para uma empresa. Então, pensando nisso, Guimarães et al. (2015) complementa que a logística exerce um papel importante em relação aos seus clientes, ou seja, ela vai ser um fator fundamental no processo de fidelização dos mesmos. Entender o cliente e suas expectativas é crucial para que todo o processo ocorra de forma mais eficiente e eficaz.

Além disso, observa-se e analisa de forma mais ampla todo esse processo logístico, pois este é importante para que a empresa possa atingir seus objetivos. Nakamura (2011) descreve que as transações entre empresa-consumidor tem foco no sistema de funcionamento logístico, visto que os prazos de entrega são considerados fundamentais quando se trata de compra na internet. Ainda diz que essa estruturação logística, empresa-consumidor, é importante para obter sucesso no negócio. Mediante as contribuições do autor, cabe destacar aqui, as variáveis que podem determinar o êxito ou a falha logística da empresa, a saber:

como vai ocorrer o processo de entrega da mercadoria, como será realizada a movimentação da matéria prima dentro da empresa, como vai funcionar o centro de distribuição (caso a empresa tenha), como será realizada a movimentação dos estoques dentro da empresa e se a entrega no prazo vai ocorrer.

Portanto, deve-se pensar também em outras variáveis que são consideradas como vantajosas para as empresas, e que de acordo com Afonso et al. (2017), podem ser observadas nas variáveis principais do serviço logístico, sendo elas: a rapidez na entrega; disponibilidade dos produtos em estoque; comunicação; a relação que envolve a confiança e o conhecimento da equipe; a disponibilidade dos produtos; entrega do número exato do produto e se ele está correto com o que foi solicitado; a capacidade de flexibilidade da empresa; o suporte depois de efetuada a entrega da compra; capacidade de recuperar os erros, o preço e; além disso, ter a possibilidade de rastrear a mercadoria e a facilidade de execução dos procedimentos. Observando essas variáveis e se bem estruturadas, as mesmas podem conduzir a empresa a se tornar altamente competitiva perante as outras organizações.

Entretanto, é importante pensar em outras variáveis, como a possibilidade de atraso na entrega, desvios de mercadorias e também as entregas com danos nos produtos. Essas questões levam a entender que o serviço logístico ainda é deficitário e tem que melhorar para que os consumidores possam vivenciar uma melhor experiência, ou seja, voltem a comprar novamente e a empresa não perde mercado. Pensando nisso, Tontini e Zanchett (2010) dizem que deve-se saber quais são os atributos que qualificam os serviços ofertados, pois é a partir destes que se mede os níveis de serviços prestados e se os clientes voltariam a fazer negócios ou não com a empresa. Ressaltam que caso não atinjam um desempenho mínimo esperado pelo cliente, a lucratividade da empresa pode ser afetada.

Analisando a questão, o e-commerce se faz a partir de trocas de produtos, informações e serviços através da internet, ou seja, é uma troca de valor, tanto para a empresa quanto para o cliente. Com a finalidade de atingir um número maior de pessoas, conseguir reduzir seus custos e trabalhar de forma eficiente para atender o mercado consumidor. Para isso Andrade (2001) conceitua e-commerce como uma atuação das tecnologias de interlocução e troca de informação entre as organizações. Rob Smith (2001) complementa que são negócios que atuam de forma exclusiva no meio eletrônico, sendo um sistema que fala um com o outro de forma eletrônica e que trabalha com a empresa a fim de melhorar o negócio.

Então, para entender melhor todo o contexto do surgimento do e-commerce, Nakamura (2011) retrata do contexto histórico, colocando que o surgimento do comércio eletrônico se dá quando na guerra fria, o modo de comunicação das bases militares acontecia

a partir de uma rede de informações chamada Advanced Research Projects Agency Network (ArpaNet), rede que nasceu em 1969, e que tinha como função reduzir os riscos de comunicação. Ainda segundo este autor, na década de 1970, algumas universidades que trabalhavam com “coisas” relacionadas à defesa, obtiveram a permissão de começar a usar a rede e em 1975, fica constatada a existência de 100 sites na rede. Com isso, no final da década, a rede já tinha tomado maiores proporções e então começa sua expansão.

Em 1979, Michael Aldrich trouxe o modelo de compras online à tona, e a partir disso o e-commerce começou a ser aplicado de forma mais efetiva, como exemplo, a Airlines, que tem atuação nos Estados Unidos e a Travicom, no Reino Unido. Ainda segundo Nakamura (2011), em 1980 começou uma expansão dos serviços para os computadores de rede doméstica e se comprava produtos através de formulários, com um total de 110 comerciantes realizando esta atividade. Com o passar do tempo, a rede foi tendo melhorias, e em 1995 organizações empresariais como AMAZON SERVIÇOS DE VAREJO DO BRASIL LTDA., conhecida como Amazon.com e EBAY INC., denominada eBay, abriram a trajetória de sucesso do e-commerce. O autor supracitado, destaca o amplo processo de desenvolvimento que esse sistema permitiu aos consumidores, para realizarem suas compras e pagamentos pela internet e receberem seu produto em casa.

Destaca-se algumas vantagens que esse tipo de comércio oferece ao consumidor, visto que é um modelo de negócio que tem chamado à atenção do mesmo e que a cada dia vem crescendo mais e “entrando” nas casas das pessoas. Pensando nisso, Nakamura (2011) destaca algumas vantagens desse modelo de negócio, como: a capacidade que uma loja virtual tem de colocar dentro do seu espaço empresas menores; a flexibilidade que o cliente tem em acessar; a possibilidade de acesso global; a economia que pode gerar ao consumidor e também outros fatores que atraem o consumidor para esse tipo de comportamento de compra; por exemplo, os menores preços dos produtos, uma maior possibilidade de escolha, uma maior capacidade de pesquisa de informação sobre o produto e a praticidade de comprar sem ter que sair de casa.

Entretanto, se observa o outro lado desse tipo de transação que impacta diretamente e de forma negativa esse comércio. Pensando nesse aspecto Alves et al. (2004) sinaliza que nesse tipo de mercado a falta de padrões de qualidade, confiabilidade e segurança são um dos pontos que podem contribuir para o fracasso desse tipo de negócio, outro ponto colocado por ele é a falta de coesão entre os softwares que trabalham nesses sites e a internet. Além disso, deve se levar em consideração a resistência do consumidor em fazer a troca do meio de

compra físico para o meio virtual e não menos importante a sensação que leva o consumidor a sentir que o meio de comércio eletrônico é desprotegido e nesse sentido ele estaria vulnerável.

Ao pensar nesses aspectos citados acima, parte-se para um pensamento de que o meio de compras eletrônico tem muitas vantagens para o consumidor e por isso ele se sente tão atraído e interessado em fazer parte desse relacionamento virtual, que se estabelece entre empresa-consumidor. Entretanto, as empresas têm que buscar cada vez mais melhorar suas formas de segurança e confiabilidade para que o consumidor que não se sente confiante em comprar nesse tipo de mercado, mude seu pensamento, e com isso as organizações consigam atingir uma maior parcela desse público. Ainda é importante destacar que essa falta de padrões de qualidade devem ser repensadas mais rapidamente, visto que o consumidor não tem a possibilidade de sentir o produto de forma física. Em relação a isso, a criação de padrões se torna algo essencial para que ocorra a compra e o cliente tenha uma experiência desejada (ALVES et al., 2004).

Com isso, a logística no e-commerce segundo o SEBRAE (2017), se desdobra em quatro etapas, conforme apresentado no QUADRO 1, sendo elas:

Quadro 1 - Etapas do processo logístico do e-commerce

(continuação)

ETAPAS DO PROCESSO LOGÍSTICO DO E-COMMERCE	
ETAPAS	CONTEXTO DA ETAPA
1.A preparação do pedido: depende exclusivamente do consumidor, é nela que ele vai poder fazer a escolha do seu produto de interesse, com base nas informações fornecidas pelo site e a partir disso escolher sua forma de pagamento e fazer o envio do seu pedido a empresa.	Essa etapa é uma das mais cruciais, é nela que o consumidor tem toda liberdade de fazer sua escolha, pode saber a opinião de quem já efetuou a compra, conhecer um pouco mais do produto, saber suas características e também quais as funções que ele tem que desempenhar e o que o consumidor pode esperar dele.
2.Na segunda parte logística é observado o processamento do pedido, nessa parte do processo é que envolve toda transação financeira. É aí que se tem a atuação de organizações financeiras e empresas que trabalham com anti-fraude. Estas são responsáveis por fazer a análise dos documentos e dados fornecidos pelo consumidor e por fim trabalha com o processamento dos dados e validação do pedido.	Essa etapa também é importante, pois envolve dinheiro, segurança e garantia do que foi solicitado pelo consumidor, será processado pela empresa e posteriormente o pedido será atendido.
3.Na confirmação do pedido, acontece a confirmação da transferência financeira e separação do produto em estoque/confirmação do pedido com quem irá fornecer e separação das embalagens. Além disso, nessa fase se tem a emissão dos documentos fiscais necessários para envio da mercadoria e por fim, entrega à transportadora. Sendo que nesse momento é que de fato começa a contar o prazo de entrega fornecido ao consumidor no momento da compra.	Ponto fundamental para que o pedido chegue sem nenhuma avaria na casa do cliente e conseqüentemente, não cause nele uma quebra de expectativa em relação à entrega e ao produto. É importante que a empresa cuide de embalar de forma adequada para que forneça uma maior segurança ao produto, e que se tenha um manuseio com um devido cuidado a fim de evitar esses problemas.

Quadro 1 - Etapas do processo logístico do e-commerce

(conclusão)

ETAPAS DO PROCESSO LOGÍSTICO DO E-COMMERCE	
ETAPAS	CONTEXTO DA ETAPA
4. Por fim, tem-se a entrega do bem ao consumidor final. Nessa fase as empresas tomam o cuidado de enviar um código ao cliente para que ele consiga acompanhar todo o processo de movimentação da mercadoria até sua casa.	Toda essa interação de acompanhamento do pedido que a empresa tem desde o início do pedido até a entrega para o consumidor final, seja pelo site ou e-mail, faz com que o consumidor tenha a oportunidade de saber como são as etapas até que o pedido chegue à sua casa. E para que todo esse processo aconteça é importante que a logística da empresa esteja trabalhando de forma integrada para que todos os processos consigam funcionar de forma plena e eficiente. Caso contrário, poderá ser observado problemas que de certa forma vão impactar o consumidor, levando-o a ter uma experiência de compra que não era a que ele esperava.

Fonte: Adaptado de Sebrae (2017).

A partir deste desdobramento, tem-se a necessidade de estruturar as variáveis que serão utilizadas para compor uma análise da prática da logística no e-commerce. Assim, como aponta Guimarães et al. (2015) as variáveis, compreendidas do período de 2013 a 2018 são: evolução dos números de consumidores (em milhões) do e-commerce; intenção de devolução do produto; intenção de troca do produto; desistência de compra online, por medo de não conseguir devolver/trocar o produto; dificuldade de devolver ou trocar o produto, me faz comprar menos através da internet; dificuldade de pagamento; atraso na entrega; recebimento de produtos danificados; erro na quantidade do produto recebido; e após a compra, bem sucedida ou não, não conseguiu falar no canal de comunicação do site. A prática do e-commerce acontece em transações de empresas com empresas e de empresas com consumidores.

Assim, a partir do que foi discutido pelos autores citados anteriormente, torna-se possível identificar o conceito de logística, o surgimento do e-commerce, bem como sua história, alguns de seus desdobramentos enquanto meio de transação entre empresa-cliente, sua importância, vantagens, desvantagens, quais são as etapas que existem desde a compra até a entrega ao cliente. Por certo, ao longo do desenvolvimento da pesquisa, novas práticas podem ser apresentadas. Todas são importantes, para que se possa mensurar o melhor nível de serviço a ser prestado ao consumidor.

3 DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA

Esta pesquisa tem como objetivo identificar o volume e o conteúdo de publicações sobre a prática da logística do e-commerce. Para Lakatos e Marconi (2007), esta é uma pesquisa de caráter indutivo, pois ocorre uma observação sistemática e a classificação dos fenômenos observados. A fundamentação desta pesquisa é centrada nas circunstâncias e frequências em que as publicações sobre logística do e-commerce se apresentam nas bases pesquisadas.

Conforme descreve Ribas e Fonseca (2008, p. 6), quanto aos procedimentos técnicos e coleta de dados, esta pesquisa se classifica como bibliográfica, pois será elaborada a partir de material já publicado, como livros, artigos, monografias, dissertações, teses, revistas e periódicos digitais. Estes autores descrevem que “a pesquisa bibliográfica abrange toda teoria já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, jornais, etc., isto é, envolve teorias que já receberam um tratamento científico”. Conforme Gil (2002), esta pesquisa é do tipo bibliográfico, pois foi observado o tipo de pesquisa, amostragem, instrumentos e procedimentos a serem utilizados para a coleta de dados, análise e interpretação destes dados.

A teoria acerca da logística do e-commerce e outros assuntos que são correlatas à mesma, são temáticas recentes na ciência, o que por sua vez justifica a pouca quantidade de material científico discutido em profundidade, ou que trate com exaustão o tema, principalmente sob a ótica do e-commerce. Assim, Lakatos e Marconi (2007) corroboram quando dizem que esta pesquisa é bibliográfica, por considerar que a busca por informações que orientam o mapeamento das abordagens logísticas voltadas para o e-commerce, ocorrem através de publicações de artigos.

O universo desta pesquisa, ou seja, a população é constituída pelas publicações no idioma em português, que abordam a prática da logística do e-commerce, contidos nos Repositórios das Universidades Federais e Estaduais do Brasil, Fundação Getúlio Vargas e nas Pontifícias Universidades Católicas no Brasil. Prodanov e Freitas (2013, p. 98) definem e relacionam o universo da pesquisa e população como a “população (ou universo da pesquisa) é a totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características definidas para um determinado estudo”.

Para Gil (2002), esta pesquisa quanto aos meios é empírica, pois não há interferência do pesquisador, por considerar que os resultados obtidos serão aqueles a partir das observações das produções científicas nas bases a serem pesquisadas. Quanto aos fins, esta

pesquisa se classifica como descritiva, pois tem o objetivo de descrever as ocorrências e frequência dos dados obtidos nas pesquisas realizadas nas bases que serão pesquisadas. O mesmo autor explica que “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2002, p. 42). Ainda corrobora, quando diz que uma das características da pesquisa descritiva “está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados”.

Observa-se que a técnica de estatística descritiva a ser aplicada nesta pesquisa, terá como objetivo, o de demonstrar e analisar os resultados a serem obtidos e registrados no software Microsoft Excel 2013.

Os dados a serem coletados sobre a temática da pesquisa, serão àqueles extraídos das bases pesquisadas, conforme acima identificadas. A escolha destas bases se deu pela acessibilidade e observação do conteúdo nas mesmas. Optou-se pela filtragem de artigos, monografias, dissertações e teses, pelo fato de terem representatividade mais significativa e maior qualidade. O período de realização do levantamento de dados para o desenvolvimento desta pesquisa será de 2013 a 2018.

A coleta e seleção dos dados ocorrerão em quatro etapas a saber:

1. Coleta de dados dos artigos, monografias, dissertações e teses com os termos prática logística do e-commerce, comércio eletrônico e variáveis do comércio eletrônico, existentes nos campos Título e Resumo das bases pesquisadas. Com estas informações acerca das publicações, procederá com a eliminação das publicações repetidas, elaborando assim, o banco de dados para dar suporte a esta pesquisa;
2. Será realizado um refinamento no banco de dados, observando as informações contidas no mesmo;
3. A partir da leitura dos resumos, apresentação e discussão dos resultados obtidos nas publicações constantes da base de dados, será realizada a classificação e qualificação das produções científicas; e,
4. Serão selecionadas as variáveis para compor o banco de dados a ser consolidado no software Microsoft Excel 2013, a saber: ano da publicação, autor(es), instituição de origem do(s) autor(es), título da publicação, base da publicação, tipologia, setor do e-commerce e as variáveis logísticas do e-commerce mais utilizadas.

Os instrumentos de pesquisa a serem utilizados, para a composição da amostragem e coletas de dados, serão, conforme apresentado no Quadro 2, abaixo:

Quadro 2 - Recursos e seus objetivos para a pesquisa

Recurso	Objetivo
Notebook com acesso à Web.	1.Executar os aplicativos e 2. Armazenar as informações obtidas.
Acesso à Internet.	1.Acesso aos canais de comunicação de domínio público. 2. Extrair informações sobre a logística do e-commerce.
Microsoft Excel – 2013.	1.Criar um banco de dados com as informações coletadas; 2. Consolidar as informações e 3. Gerar gráficos, tabelas e quadros com os dados coletados, e posteriormente realizar a análise dos resultados obtidos.

Fonte: Elaborado pelo pesquisador, 2018.

Conforme sugerido por Araújo (2007), será utilizado o método bibliográfico para a obtenção dos dados, que consiste em uma técnica de distribuição que informa o número de publicações, autores, universidades, dentre outras variáveis. Vanti (2002) afirma que os dados coletados quantitativamente, tratam da identificação do conhecimento acerca da temática, a frequência com que esse conhecimento ocorre nas bases pesquisadas e suas análises, relacionando-os na pesquisa às categorias: data da publicação, autor(es), instituição de origem do(s) autor(es), título da publicação, base da publicação, variáveis logísticas do e-commerce, análise e discussão dos resultados apresentados na publicação.

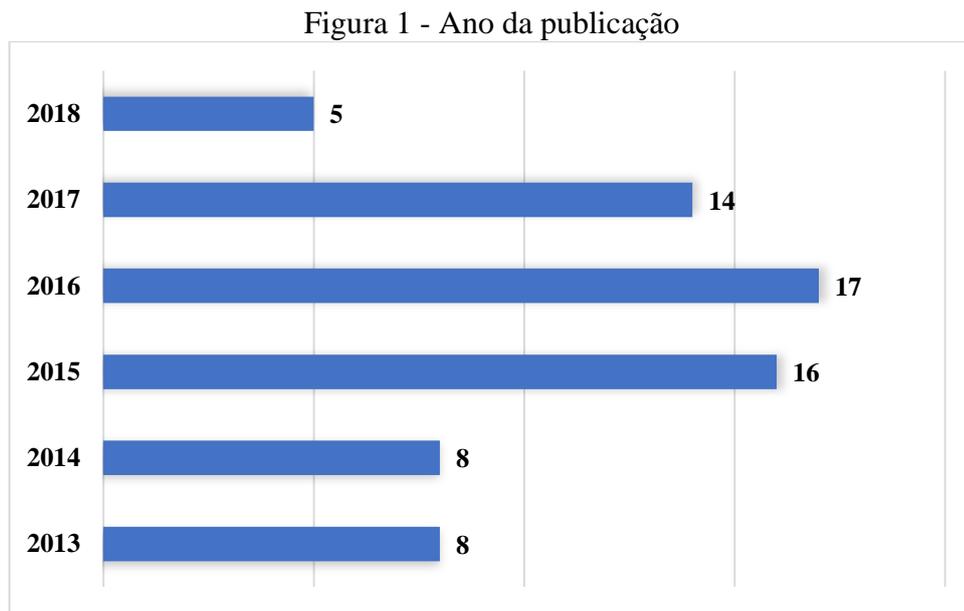
A partir da identificação das publicações relacionadas ao tema da pesquisa, presentes nas bases a serem pesquisadas, serão constatadas a ocorrência de publicações no período de 2013 a 2018. Em seguida e com o banco de dados consolidado, as seguintes etapas serão realizadas, para a elaboração da análise do mesmo.

- Etapa 1: identificação das universidades/instituições, autores, ano da publicação, local da publicação nas publicações;
- Etapa 2: análise de conteúdo das publicações, a partir da análise e discussão dos resultados apresentados nas publicações; e,
- Etapa 3: analisar o comportamento da prática logística do e-commerce, a partir do banco de dados elaborado.

A análise dos dados se dará através da utilização da estatística descritiva, a partir dos gráficos, quadros e tabelas gerados pela planilha, onde serão evidenciadas as práticas logísticas do e-commerce (VANTI, 2002).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao que diz respeito ao banco de dados, as consultas foram realizadas em bases de pesquisas dos Repositórios das Universidades Federais e Estaduais do Brasil, Fundação Getúlio Vargas e nas Pontifícias Universidades Católicas no Brasil. A busca contou com 68 publicações entre artigos, dissertações, monografias (graduação e especialização) e teses.



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Com um total de 68 publicações durante os anos 2013 a 2018 é perceptível que a maior parte delas se concentra no ano de 2016, 17 títulos, representando 25% do total dos dados. Seguido dos anos de 2015 e 2017, tendo 16 e 14 publicações respectivamente. Pode-se constatar ainda, que nos anos de 2013 e 2014 os dados permaneceram estáveis, com oito (08) publicações cada um dos anos (FIG. 1).

Um dado expressivo chama a atenção, de 2013/2014 para o ano de 2015 teve um aumento de 100% de publicações na área de pesquisa, o que pode levar a crer que o e-commerce estava tomando uma proporção cada vez maior e que isso levou os pesquisadores a buscarem entender o que estava a cerca desse tipo de negócio. Entretanto, se observa uma queda crescente de 240% em relação aos anos 2016/2018, mas deve-se atentar ainda que no ano de 2018 o número de dados pode sofrer alterações pelo fato de não ter sido possível fazer a análise de todo o ano.

Além disso, se comparado o ano de 2013/2018, os dois extremos, se observa uma redução de 38% das publicações no campo de pesquisa relacionado ao e-commerce.

Quadro 3 - Relação Ano x Autor que mais publicou x Instituição x Título X Base

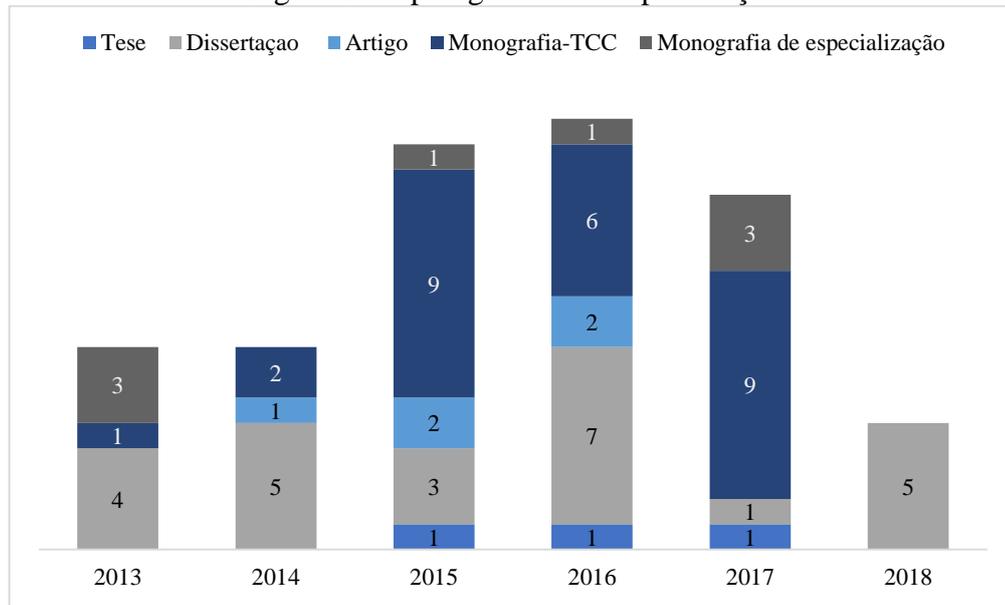
Ano	Autor que mais publicou	Instituição	Título	Base
2014	CERIBELI, Harrison Bachion	Universidade Federal de Ouro Preto	Uma proposta de segmentação dos consumidores no comércio eletrônico	Repositório Institucional da Universidade Federal de Ouro Preto
2015			Um Estudo dos Determinantes da Decisão dos E-consumidores de Comprarem no Comércio Eletrônico	
2016			Análise do comportamento caronista no comércio eletrônico	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

No levantamento de dados (QUADRO 3) um fato chama a atenção. Somente o autor CERIBELI, Harrison Bachion publicou mais de uma vez. Ele publicou na base de dados da instituição onde ele trabalha um total de três (03) artigos, o que representa 4,41% do total de publicações. Além disso, suas publicações são feitas em anos sequenciais, o que pode levar a considerar que ele é um autor que pesquisa/ pesquisou o assunto por um período de tempo maior a fim de entender o que levava os consumidores a comprar no comércio eletrônico e seu comportamento.

Deve-se considerar ainda que todas suas publicações foram feitas com ele sendo professor de uma Universidade Federal situada em Minas Gerais, o que mostra a necessidade de os docentes ainda estarem atentos ao movimento do mercado a fim de entender e analisar como isso pode impactar dentro do meio acadêmico, visto que, um aluno pode buscá-lo a fim de entender como daria esse modelo de negócio em uma determinada área de atuação do autor.

Figura 2 - Tipologia x Ano da publicação



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A partir das informações que a FIG. 2 nos traz, pode-se concluir que do total de 68 publicações que tiveram nos anos 2013 a 2018, o ano que teve mais publicações foi o ano de 2016, com 17 ao todo. Um dado importante a ser destacado também é que em todos os 5 anos tiveram publicações de dissertação, que representa 37% do total de dados analisados. Entretanto, apesar de ser a única tipologia que tem publicações todos os anos, não é a que tem maior quantidade em termos de publicações. A tipologia que atinge um maior volume de dados pesquisados é a “Monografia-TCC” tendo 27 publicações, o que representa 40% dos dados analisados e mostra um interesse maior dos estudantes para esse tipo de assunto e esse modelo de compra.

Além disso, somente os anos 2015/2016 tiveram publicações em todas as tipologias, somando um total de 33 publicações, representando 49% de todos os dados coletados. Ainda, a tipologia “Tese” foi a que teve menos publicações, três (03) ao todo, sendo que cada uma em um ano diferente, o que mostra um constante em relação a sua tipologia.

Outro dado que chama a atenção é em relação ao ano de 2018, o qual somente teve publicação de “Dissertações”, entretanto deve ser considerado que a data fim da pesquisa dos dados não representa o final do ano corrente, 31 de dezembro de 2018. Ainda é possível perceber que as tipologias que tiveram uma maior representatividade no banco de dados é “Dissertação e Monografia-TCC” com um total de 52 publicações, sendo representadas por 76% dos dados totais.

Quadro 4 - Relação Ano x Variáveis

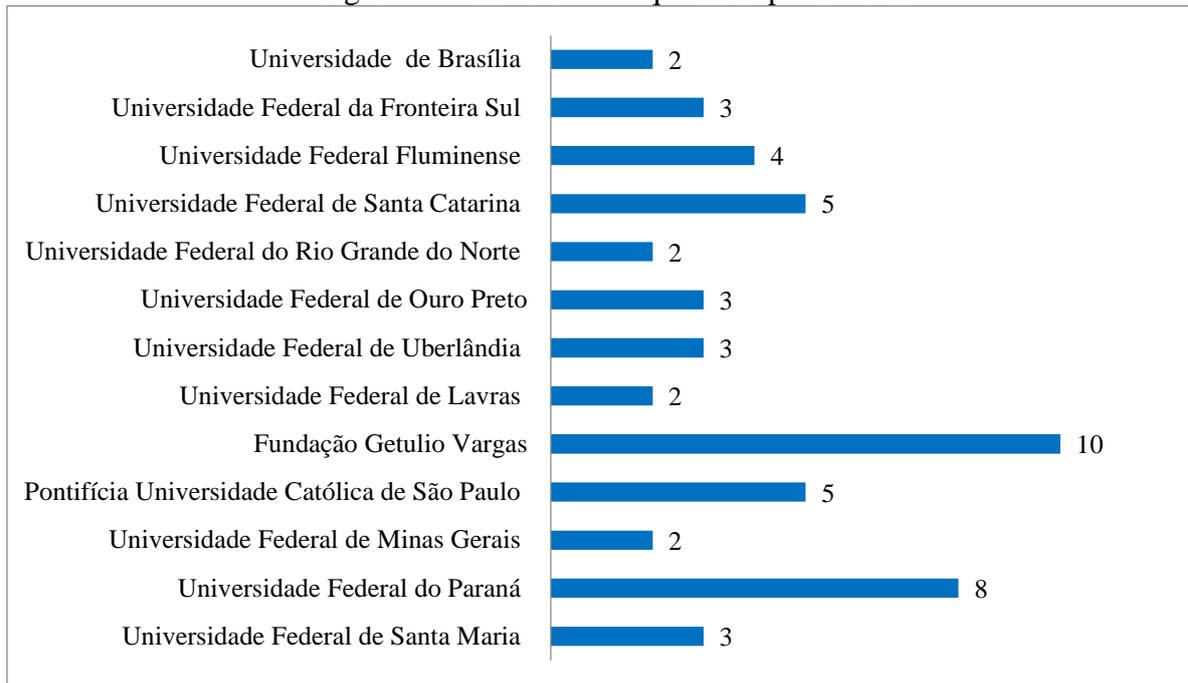
Ano	Variáveis
2013	Níveis de serviço/Segurança/ Comunicação/ Pagamento/ Produtos/ Adequação logística
2014	Segurança/ Produtos/ Níveis de serviço/ Adequação logística/ Comunicação
2015	Segurança/ Pagamento/ Níveis de serviços/ Comunicação/ Adequação logística/ Distribuição
2016	Variáveis não identificadas/ Distribuição/ Níveis de serviços/ Transporte/ Adequação logística/ Segurança/ Transporte/ Segurança/ Pagamento
2017	Segurança/ Distribuição/ Níveis de serviço/ Transporte/ Comunicação/ Adequação logística/ Produto
2018	Distribuição/ Níveis de serviços/ Adequação logística/ Comunicação/ Pagamento

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

No QUADRO 4 é possível comparar os anos pesquisados com o agrupamento das variáveis que estavam presentes na base de dados. Se observa que o agrupamento “Níveis de serviço e Adequação logística” estão presentes em todos os anos pesquisados, o que se pode chegar à conclusão de que esses dois agrupamentos de variáveis são de extrema importância para o consumidor, visto que elas estão presentes em todos os anos pesquisados. Um segundo fato interessante, é que o agrupamento “Segurança e Comunicação” são variáveis que o cliente considera importante na realização de uma compra. Então para as empresas é interessante que essas variáveis sempre sejam levadas em consideração, para que não ocorra uma perda de mercado perante seus concorrentes.

Além disso, o agrupamento “Distribuição e Pagamento” são as terceiras variáveis que o consumidor mais leva em consideração, visto que elas estavam presentes em quatro (04) dos seis (06) anos analisados. Vindo seguidos pelos agrupamentos “Produto, que aparece em 50% dos anos analisados; Transporte, que fica evidente em 33% dos anos analisados; e Variáveis não identificadas, que aparece em apenas um (01) ano, representando 17% dos anos pesquisados.

Figura 3 - Universidades que mais publicaram



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Quando se busca analisar as universidades que mais publicaram no período de 2013/2018 se observa na FIG. 3 que as instituições que tiveram um maior volume de publicações se localizam no Sul e Sudeste, o que pode estar relacionado por essas regiões serem as mais desenvolvidas do Brasil. A partir disso, se observa que a Fundação Getúlio Vargas é a que mais publicou, 10 publicações, o que em números percentuais, representa 14,71%.

Em seguida vem a Universidade Federal do Paraná com um total de oito (08), a Universidade Federal de Santa Catarina e a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, cada uma com cinco (05) publicações. Se observa ainda, que as Universidades particulares constantes no banco de dados, somam um total de 18 publicações, que em relação ao todo, representa 26,47%. Já as Universidades Federais, representam 73,53% das publicações, entretanto é interessante analisar que são apenas cinco (05) Faculdades particulares (levando em consideração seus campi) e 23 Universidades Federais.

Se observado a porcentagem do número de publicações versus a quantidade de instituições/campi, se percebe que as universidades particulares publicaram mais do que as universidades federais, visto que se pegar o número total de publicações dividido pela quantidade de universidades/ faculdade/ campi teremos que as universidades federais publicaram 2,17 publicações por instituição e as particulares 3,6 publicações por instituição/campi.

Quadro 5 - Instituição de origem x Base

Instituição de Origem	Base
Fundação Getúlio Vargas	Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas EESP- SP/ Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas DIREITO SP
Pontifícia Universidade Católica de Goiás	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Universidade de Brasília	Repositório Institucional da Universidade de Brasília
Universidade Federal da Bahia	Repositório Institucional da universidade Federal da Bahia
Universidade Federal da Fronteira Sul	Repositório Institucional da Universidade Federal da Fronteira Sul
Universidade Federal da Grande Dourados	Repositório Institucional da Universidade Federal do Grande Dourados
Universidade Federal da Paraíba	Repositório Institucional da Universidade Federal da Paraíba
Universidade Federal de Goiás	Repositório Institucional da Universidade Federal de Goiás
Universidade Federal de Lavras	Repositório Institucional da Universidade Federal de Lavras
Universidade Federal de Minas Gerais	Repositório Institucional da Universidade Federal de Minas Gerais
Universidade federal de Ouro Preto	Repositório Institucional da universidade Federal de Ouro Preto
Universidade Federal de Rondônia	Repositório Institucional da Universidade Federal de Rondônia
Universidade Federal de Santa Catarina	Repositório Institucional da Universidade Federal de Santa Catarina
Universidade Federal de Santa Maria	Repositório Institucional da Universidade Federal de Santa Maria
Universidade Federal de Sergipe	Repositório Institucional da Universidade Federal de Sergipe
Universidade Federal de Uberlândia	Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia
Universidade Federal do Amazonas	Repositório Institucional da Universidade Federal do Amazonas
Universidade Federal do Ceará	Repositório Institucional da universidade Federal do Ceará
Universidade Federal do Espírito Santo	Repositório Institucional da Universidade Federal do Espírito Santo
Universidade Federal do Pampa	Repositório Institucional da Universidade Federal do Pampa
Universidade Federal do Paraná	Repositório Institucional da Universidade Federal do Paraná
Universidade Federal do Rio de Janeiro	Repositório Institucional da universidade Federal do Rio de Janeiro
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Repositório Institucional da universidade Federal do Rio Grande do Norte
Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Repositório Institucional da Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Universidade Federal Fluminense	Repositório Institucional da Universidade Federal Fluminense

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

O QUADRO 5 vem trazer as instituições que os autores pertencem e as bases de publicações que esses autores publicaram, é importante observar que todos os autores publicaram suas teses, dissertações, artigos, monografias, seja ela de TCC ou de

especialização, nas bases do repositório institucional onde trabalham, estudam ou estudaram. Com isso, outro ponto observado e que chama atenção é que todas essas instituições constantes na lista tem um repositório próprio, o que mostra um movimento de avanço das instituições a fim de criar uma base de pesquisa da sua autoria, o que para o meio acadêmico e público em geral, pode facilitar a pesquisa.

Então, a partir dessa análise foi constatado que 100% dos dados publicados foram na base da instituição de origem a qual o autor pertence, criando assim também uma valorização e uma disseminação da pesquisa e trabalho da academia daquela instituição.

Quadro 6 - Instituição de Origem x Tipologia

Instituição de Origem	Tipologia
Fundação Getúlio Vargas	Dissertação
Pontifícia Universidade Católica de Goiás	Dissertação
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais	Dissertação
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Tese/ Dissertação
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul	Dissertação
Universidade de Brasília	Tese/ Dissertação
Universidade Federal da Bahia	Monografia-TCC
Universidade Federal da Fronteira Sul	Monografia-TCC
Universidade Federal da Grande Dourados	Monografia-TCC
Universidade Federal da Paraíba	Monografia-TCC
Universidade Federal de Goiás	Monografia-TCC
Universidade Federal de Lavras	Tese/ Dissertação
Universidade Federal de Minas Gerais	Dissertação/ Monografia de especialização
Universidade federal de Ouro Preto	Artigo
Universidade Federal de Rondônia	Monografia-TCC/
Universidade Federal de Santa Catarina	Monografia-TCC/
Universidade Federal de Santa Maria	Monografia-TCC/ Monografia de especialização
Universidade Federal de Sergipe	Dissertação
Universidade Federal de Uberlândia	Artigo/ Monografia-TCC/ Dissertação
Universidade Federal do Amazonas	Dissertação
Universidade Federal do Ceará	Monografia-TCC
Universidade Federal do Espírito Santo	Dissertação
Universidade Federal do Pampa	Monografia-TCC
Universidade Federal do Paraná	Dissertação/ Monografia de especialização/ Monografia-TCC
Universidade Federal do Rio de Janeiro	Monografia-TCC
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Monografia-TCC
Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Monografia de especialização/ Dissertação
Universidade Federal Fluminense	Monografia-TCC

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A partir da análise das instituições de origem versus a tipologia publicada (QUADRO 6), se observa que 50% das 28 instituições presentes na lista publicaram dissertação; 10,71% publicaram tese; 53,57% publicaram monografia-TCC; 14,29% publicaram monografia de especialização e 7,14% publicaram artigo.

Com isso, apesar de as tipologias “artigo” e “monografia de especialização” apresentarem números percentuais menores, se observa que o interesse por essa área de pesquisa é maior tanto nas monografias de TCC quanto na tipologia de dissertação, o que pode levar a pensar também que os pesquisadores veem como promissora essa área de pesquisa.

Quadro 7 - Tipologia x Variáveis

Tipologia	Variáveis
Artigo	Segurança/ Níveis de serviço/ Comunicação
Dissertação	Segurança/ Produtos/ Níveis de serviço/ Comunicação/ Distribuição/ Adequação Logística
Monografia/TCC	Segurança/ Pagamento/ Níveis de serviço/ Comunicação/ Adequação logística
Monografia de Especialização	Segurança/ Distribuição/ Pagamento/ Níveis de serviço/ Produtos/ Adequação logística
Tese	Adequação logística/ Produtos/ Níveis de serviços/ Comunicação

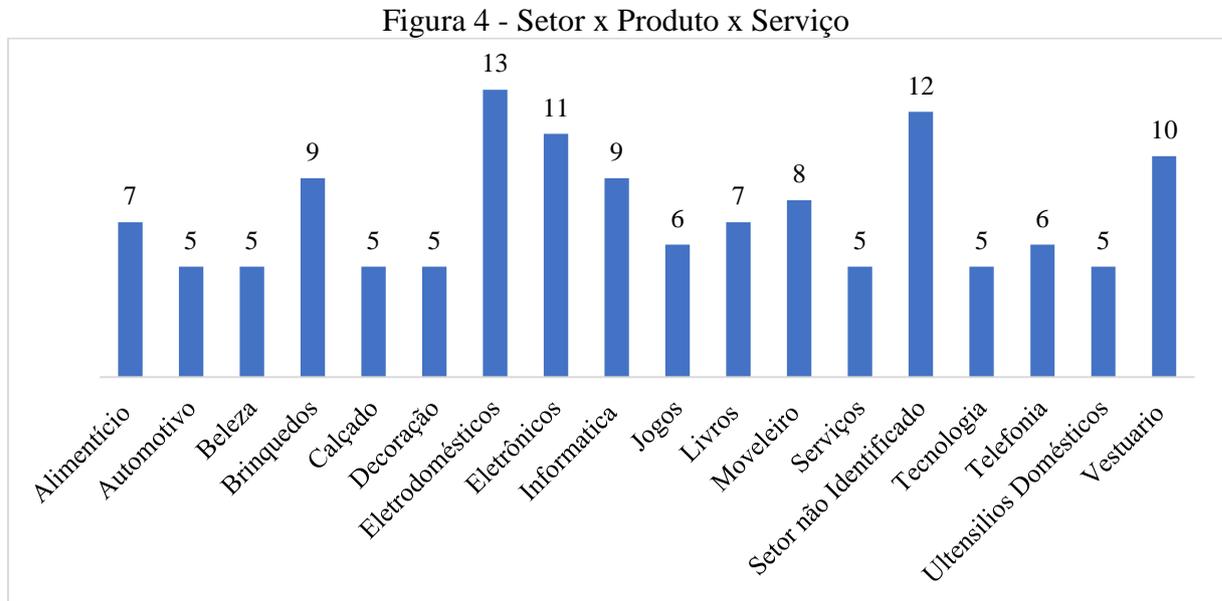
Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Além das análises já feitas, é importante se atentar a tipologia da publicação e quais variáveis estão em volta dela (QUADRO 7). Com isso, pode-se perceber que em 100% das tipologias a variável “Níveis de serviço” aparece como sendo muito importante para os autores das publicações, é interessante perceber que dentro dessa variável está fatores como: Lealdade; Melhor preço; Personalização; Praticidade, dentre outros. Então, é interessante que as empresas se atentem a esses fatores para que ela consiga satisfazer a necessidade do seu cliente.

Além disso, em 80% das tipologias analisadas, a variável “segurança”, “comunicação” e “Adequação logística” aparecem como um fator que os pesquisadores constataram ser importante na análise por ele feita. Sendo que, dentro dessas variáveis aparecem os fatores como: Segurança digital, medo de fraudes e Layout do site e comunicação rápida e efetiva, desempenho e adaptabilidade, respectivamente.

Já a variável “Distribuição” aparece em 40% das variáveis analisadas, o que apesar de não ser tão representativo quanto “Níveis de serviço”, é considerada importante quando o consumidor vai utilizar esse tipo de negócio. Dentro dessa variável temos fatores como, agilidade na entrega e distribuição por todo Brasil.

Deve-se atentar também que a variável transporte não foi citada em nenhum momento nessa análise de dados, ou seja fatores que a compõe, como frete grátis e frete, não apresenta ser tão relevante quando analisado em um contexto macro.



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

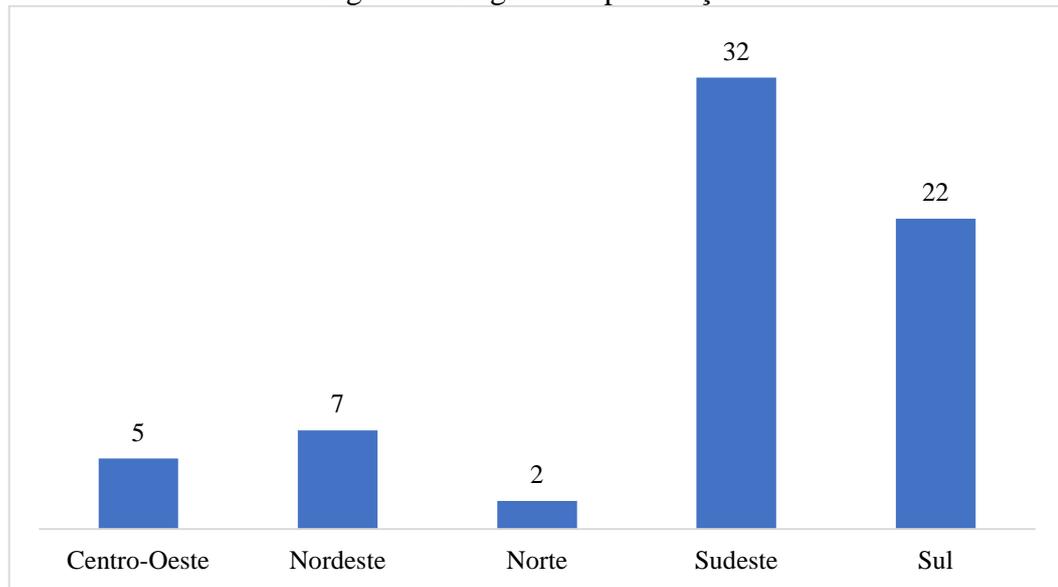
Ao observar a FIG. 4, é possível perceber que se tem alguns setores/ produtos/ serviços que se destacam nos anos 2013/2018 como os que possuem maior saída nesse modelo negócio. Com um total de 111 itens no banco de dados, 18 itens foram escolhidos de acordo com a maior quantidade de vezes que ele aparecia.

Então, diante disso, o item quem mais foi colocado foi os eletrodomésticos, que representa 11,71% do total. Em seguida vem os setores que não foram possíveis de serem identificados, representando 10,81% dos dados. Os eletrônicos, com 9,91% dos dados; O setor de vestuário, com 9,01% do total geral; Brinquedos e Informática, com 8,11% cada.

Além desses, é possível perceber que o setor moveleiro estava presente em 7,21% dos setores que tem maiores saídas; o setor alimentício e de livros vieram com 6,31% cada. Ainda, jogos e telefonia estavam presentes em 5,41% cada um deles. Por fim, os demais setores presentes no gráfico, tinham 4,50% de presença nas publicações.

Quando comparado a o que aparecia mais vezes com o que aparecia menos vezes no gráfico, como no caso o setor de eletrodomésticos e de decoração, respectivamente. Se percebe uma diferença entre eles de 1,6%, o que mostra que as pessoas têm buscado mais eletrodomésticos do que decoração nesse modelo de negócio.

Figura 5 - Região das publicações



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Ao observar o nível de publicação de cada região (FIG. 5), é possível perceber que de 68 publicações que existem no banco de dados, 32 delas foram feitas na região sudeste o que mostra que quase a metade do banco de dados é fornecida por essa região, representando 47,06%. Em contrapartida, a região que menos publicou foi a região norte, com apenas 2 publicações, ela representa 2,94% do banco de dados.

Ainda, é possível perceber que a região que tem um volume expressivo de publicações é a região sul, com um total de 22 publicações, ela representava 32,35% do total. Além disso, tem a região nordeste e centro-oeste com 7 e 5 publicações e 10,29% e 7,35% dos dados, respectivamente.

Quadro 8 - Ano x Região x Tipologia

Ano	Região	Tipologia
2013	Centro-Oeste/ Sul/ Sudeste	Monografia-TCC/ Monografia de especialização/ Dissertação
2014	Sudeste/ Nordeste	Dissertação/ Artigo/ Monografia-TCC
2015	Sudeste/ Sul/ Centro-Oeste/ Nordeste	Artigo/ Monografia-TCC/ Tese/ Dissertação/ Monografia de especialização/
2016	Sudeste/ Centro-Oeste/ Nordeste/ Sul/ Norte	Artigo/ Dissertação/ Monografia-TCC/ Monografia de especialização
2017	Sul/ Nordeste/ Sudeste	Monografia de especialização/ Monografia- TCC/ Dissertação/ Tese
2018	Sudeste	Dissertação

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Ao analisar o QUADRO 8 que aborda o ano, região e tipologia, é possível concluir que todas as regiões só publicaram no ano de 2016 e que em 2018 somente a região sudeste havia feito publicação. É possível perceber que com o passar dos anos o número de regiões que publicaram aumentaram, chegando seu ápice em 2016 e tendo uma queda em 2018.

Além disso, pode-se perceber que a tipologia “Dissertação” está presente em todos os anos analisados, 2013/2018. Por outro lado, o tipo “Tese” foi publicado somente no ano de 2015, representando 16,67%. Já a tipologia “Monografia-TCC” esteve presente nos anos 2013/2017, o que representa 83,33%. Ainda é possível perceber que a tipologia “Monografia de especialização” e “Artigo” aparecem somente nos anos 2013/ 2015/ 2016/ 2017 e 2015/2016, respectivamente.

Outro ponto a ser observado, é que a região sudeste fornece algum tipo de publicação em todos os anos, seguida da região sul que fornece publicações nos anos de 2013/ 2015/ 2016 e 2017, região nordeste que publica nos anos de 2014/2015/2016/2017. Por fim as regiões centro-oeste e norte publicam nos anos 2015/2016 e 2016, respectivamente.

Quadro 9 - Agrupamentos das variáveis logísticas

(continuação)

Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Adaptabilidade	64	Adequação logística
Adaptação da logística, preço e imagem da loja		
Apenas por ser vendido		
Atitude		
Concorrência entre stakeholders		
Conflito funcional		
Contrato eletrônico		
Conveniência		
Cooperação		
Crise		
Desempenho		
Determinantes Funcionais (compradores acreditam que otimizam os resultados obtidos)		
Determinantes Hedonistas (Propicia Diversão e Prazer)		
Diminuição da cadeia distributiva		
Direito de arrependimento da compra		
Diversidade		

Quadro 9 - Agrupamentos das variáveis logísticas

(continuação)

Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Economia de tempo		Adequação logística
Efeito viral		
Efetivação da compra		
Elevação da taxa de desemprego		
Estratégias		
Estratégias diferenciais de crescimento		
Expectativas irreais		
Incerteza		
Interação nativa		
Livros de interesse		
Lojas		
Maior atratividade para o mercado		
Marca		
Menor tempo de compra		
Não vê coerência nos livros sugeridos		
Novidade		
Obter mais lucro		
Oferta		
Oportunismo		
Painel administrativo		
Permanência		
Planejamento estratégico		
Qualidade		
Qualidade do sistema		
Qualidade logística		
Quantidade de alternativas		
Quantidade de atributos		
Tecnologia ultrapassada		
Transparência		
Variiedade de recursos e funcionalidades		
Velocidade na transação comercial		
Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Fraudes	25	Segurança
Fraudes com cartão de crédito		
Insegurança		
Insegurança em fornecer os dados		
Medo de Fraude		

Quadro 9 - Agrupamentos das variáveis logísticas

(continuação)

Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Privacidade assegurada	25	Segurança
Privacidade de compra		
Privacidade dos dados		
Reputação do site		
Risco		
Roubo de dados		
Segurança		
Segurança da informação		
Segurança digital		
Segurança dos dados		
Segurança nas contratações eletrônicas		
Segurança no site		
Seguranças nas transações		
Testes de segurança		
Vulnerabilidade (segurança)		
Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Agilidade na entrega	11	Distribuição
Agilizar o tempo de faturamento e entrega		
Crescimento por transferência de canal de vendas		
Distribuição		
Distribuição por todo Brasil		
Entrega		
Velocidade de distribuição		
Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Frete	3	Transporte
Frete Grátis		
Qualidade no transporte		
Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Benefício do produto	27	Produtos
Características do produto		
Classificação dos produtos		
Comparação de preços e produtos em diversos sites		

Quadro 9 - Agrupamentos das variáveis logísticas

(continuação)

Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Comparação de produtos semelhantes	27	Produtos
Descrição do Produto		
Portfólio de produtos		
Produto		
Qualidade no produto e atendimento		
Tipo de produto		
Usabilidade		
Utilidade		
Variedade		
Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Variáveis não identificadas	1	Variáveis não identificadas
Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Flexibilidade de pagamento	6	Pagamento
Forma de pagamento		
Pagamento		
Pagamento facilitado		
Várias formas de pagamento		
Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Adequação dos produtos e serviços	149	Níveis de Serviços
Aprimoramento do processo		
As recomendações são boas e acaba levando mais um		
Atendimento de excelência		
Atendimento personalizado		
Atendimento pré, durante e pós venda		
Atendimento virtual		
Atraso na entrega		
Avaliação do produto		
Aumento de volume de vendas		
Categorias de estrelas		
Chargebacks		
Código de defesa do consumidor		
Comodidade		
Competitividade		

Quadro 9 - Agrupamentos das variáveis logísticas

(continuação)

Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Comportamento	149	Níveis de Serviços
Compra qualquer hora		
Comprometimento		
Comprometimento dos parceiros		
Confiança		
Confiança na decisão sobre a loja		
Confiança na decisão sobre o produto		
Confiança na empresa		
Conformidade		
Conforto		
Customização		
Demora na entrega		
Desempenho no atendimento		
Determinante confiabilidade (É seguro e não se expõe a risco)		
Disponibilidade		
Eficácia do processo		
Eficiência		
Expansão		
Expansão dos limites de venda		
Expansão ilimitada da oferta		
Fácil acesso aos produtos		
Facilidade de compra		
Facilidade de compra e divulgação		
Falhas no serviço logístico		
Falta de confiança		
Fidelização		
Formulação dos produtos		
Garantia por tempo determinado		
Gerenciamento de estoque		
Gestão operacional		
Inovação		
Insatisfação com produto		
Lealdade		
Lealdade nas compras		
Logística de entrega inadequada		
Logística integrada		
Maior competitividade entre os fornecedores		
Maior detalhamento dos produtos		

Quadro 9 - Agrupamentos das variáveis logísticas

(continuação)

Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Maior quantidade de fornecedores	149	Níveis de Serviços
Maior volume de operações		
Melhor comunicação com os clientes		
Melhor forma de pagamento		
Melhor preço		
Melhorar a qualidade de produtos e serviços		
Melhorar qualidade do produto		
Melhores condições de compra		
Melhores ofertas		
Menor risco		
Negociação		
Opiniões de outros hóspedes		
Otimização dos processos		
Pacote de viagem personalizado		
Papéis dos rótulos como fonte de informação		
Personalização		
Personalização da embalagem de entrega		
Personalização de bens e serviços		
Poder de comparação		
Possibilidade de acesso 24 horas		
Possibilidade de fazer comparação de produtos		
Praticidade		
Prazo		
Prazo de entrega		
Prazo de satisfação do cliente		
Prazo na prestação do serviço		
Prazos muito longos para entrega		
Qualidade das ofertas das empresas		
Qualidade dos serviços		
Qualidade no atendimento		
Receio de não ser entregue		
Recomendação de outros leitores		
Relacionamento		
Reputação da loja		
Reputação do fabricante		
Satisfação		
Segmentação		
Serviço		

Quadro 9 - Agrupamentos das variáveis logísticas

(conclusão)

Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Serviço ágil	149	Níveis de Serviços
Tempo		
Tempo de resposta da empresa		
Tendência a sair		
Tradução de rótulos		
Urgência pelo produto		
Utilidade		
Valor percebido		
Variáveis logísticas dos artigos	Quantidade de vezes que aparece no banco de dados	Agrupamentos das variáveis logísticas
Adoro ver as recomendações da loja, mas nem sempre compro	30	Comunicação
Advertências		
Atingir maior número de clientes		
Capas e resenhas		
Comunicação		
Comunicação rápida e efetiva		
Conhecimento prévio sobre o produto		
Conhecimento sobre a loja		
Design da página		
Facilidade de saber preços		
Faixa etária		
Favorecer lançamentos		
Favorecer promoções		
Favorecimento de divulgação de produtos		
Fotos		
Informação através de experiências de outros usuários		
Informação sobre os produtos		
Intenção de compra		
Interação da página		
Interface amigável		
Layout do Site		
Maior exposição		
Maior quantidade de informação		
Propaganda		
Publicidade enganosa		
Site com fácil navegação		
Sites com boa reputação		

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

O QUADRO 9 apresenta um total de 222 variáveis que foram divididas em nove (09) grupos de acordo com sua especificidade, sendo esses grupos: Adequação logística; Comunicação; Níveis de serviços; Pagamentos; Variáveis não identificadas; Produtos; Transporte; Distribuição e Segurança.

Diante disso, o agrupamento que apresenta a maior quantidade de variáveis é o grupo de níveis de serviço, com 99, seguido de adequação logística com 47, comunicação com 27, segurança com 20, produtos com 13, distribuição com sete (07), pagamento com cinco (05), transporte com três (03) e por fim, variáveis não identificadas com uma (01) variável.

Além disso, quando somado a quantidade de vezes que as variáveis se repetem, é possível chegar a um número de 316, sendo que desse total 9,49% é relacionado com o agrupamento comunicação, 47,15% com o agrupamento níveis de serviços, 1,90% relacionado ao agrupamento pagamentos, 8,54% relacionado a produtos, 0,32% com variáveis não identificadas, 0,95% com transporte, 7,91% com segurança, 3,48 distribuição e por fim, adequação logística com 20,25%.

Quadro 10 - Ano x Região x Instituição de origem

(continuação)

Ano	Região	Instituição de origem
2013	Centro-Oeste	Universidade Federal de Goiás; Pontifícia Universidade Católica de Goiás
	Sudeste	Universidade Federal de Minas Gerais; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Fundação Getúlio Vargas
	Sul	Universidade Federal de Santa Maria; Universidade Federal do Paraná
2014	Nordeste	Universidade Federal da Bahia; Universidade Federal do Rio Grande do Norte
	Sudeste	Universidade Federal de Lavras; Universidade Federal de Uberlândia; Universidade Federal de Ouro Preto/ Universidade de São Paulo/ Faculdade de Ortolândia (UNIESP); Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Fundação Getúlio Vargas
2015	Centro-Oeste	Universidade Federal da Grande Dourados
	Nordeste	Universidade Federal do Ceará; Universidade Federal de Sergipe; Universidade Federal do Rio Grande do Norte
	Sudeste	Universidade Federal de Ouro Preto; Universidade Federal de Lavras; Universidade Federal de Lavras; Universidade Federal de Minas Gerais; Universidade Federal do Rio de Janeiro; Fundação Getúlio Vargas
	Sul	Universidade Federal de Santa Catarina; Universidade Federal de Santa Maria/ Centro de Educação Superior Norte do RS; Universidade Federal da Fronteira Sul; Universidade Federal do Paraná
2016	Centro-Oeste	Universidade de Brasília

Quadro 10 - Ano x Região x Instituição de origem

(conclusão)

Ano	Região	Instituição de origem
2016	Nordeste	Universidade Federal do Ceara
	Norte	Universidade Federal do Amazonas; Universidade Federal de Rondônia
	Sudeste	Universidade Federal de Ouro Preto; Universidade Federal de Uberlândia; Universidade Federal do Espírito Santo; Universidade Federal de Uberlândia; Universidade Fundação Mineira de Educação e Cultura; Universidade Federal Fluminense; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Fundação Getúlio Vargas
	Sul	Universidade Estadual de Londrina; Universidade Federal de Santa Maria; Universidade Federal do Paraná; Universidade Federal do Pampa; Universidade Federal da Fronteira Sul; Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
2017	Nordeste	Universidade Federal da Paraíba; Universidade Federal do Ceará
	Sudeste	Universidade Federal Fluminense; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
	Sul	Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Universidade Federal de Santa Catarina; Universidade Federal do Paraná; Universidade Federal da Fronteira Sul
2018	Sudeste	Fundação Getúlio Vargas

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

No QUADRO 10 é possível perceber que no ano de 2013 somente as regiões sudeste, sul e centro-oeste fizeram publicações. Sendo que as universidades que publicaram foram: Universidade Federal de Goiás; Pontifícia Universidade Católica de Goiás; Universidade Federal de Minas Gerais; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Fundação Getúlio Vargas; Universidade Federal de Santa Maria e a Universidade Federal do Paraná. É possível perceber ainda, que nesse ano a maioria das publicações vieram das universidades federais e a região sudeste foi a que teve um maior número de instituições publicando.

Se observa que durante os anos de 2013 a 2018, o ano de 2014 é um dos que possuem menos regiões publicando sobre o assunto. Somente a região sudeste e nordeste publicaram, sendo que o maior volume de instituições está na região sudeste, e que dentro dessas regiões estão publicações da Universidade Federal de Ouro Preto e Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Já no ano de 2015 é possível concluir que somente uma das cinco regiões brasileiras não publicou, sendo ela a região norte. Chama a atenção ainda, que nesse ano na região centro-oeste somente a Universidade Federal da Grande Dourados publicou. Em contrapartida, a região sudeste mais uma vez teve o maior número de instituições que publicaram, seguida da região sul e nordeste.

Além disso, no ano de 2016 é possível analisar que a região norte, que até então não tinha aparecido em nenhum momento, traz duas universidades federais. A Universidade federal de Rondônia e a Universidade Federal do Amazonas e ainda mostra uma queda em termos de instituições que fizeram publicações na região nordeste.

Por fim, se percebe uma queda significativa de instituições que estão publicando nos anos de 2017/2018, sendo que em 2018 somente a Fundação Getúlio Vargas publicou uma determinada tipologia em seu repositório.

Quadro 11 – Autores

(continuação)

Autores	Quantidade
SANTOS, Tamara Lyra	1
SANTOS, Cláudio Roberto dos	1
PELANDA, Ane Caroline	1
FRANCO, Allyson Ribeiro	1
LESZCZYNSKI, Marta Luiza Salib	1
FERRARA, Gustavo Hildebrand	1
FREITAS, Marcos Aurélio de	1
GRANDES, Luisa Ancona	1
OLIVEIRA, Claudiane Maria	1
ALVES, Leandro de Carvalho	1
CERIBELI, Harrison Bachion	3
CHEQUER, Karen Miranda	1
ESPÍRITO SANTO, Laiane Jesus do	1
ARAÚJO, Laryssa Ayalla Dantas	1
MARASSI, Alessandra de castro Barros	1
COSTA, Paulo Henrique Silva e	1
SANT'ANA, Vanessa Araújo de	1
AGUIAR, Marco Antonio Esteves de	1
CARDOSO, Rafael Almeida Cardoso	1
FREITAS, Keiliana Maranhão Guedes de Freitas	1
CARVALHO, Clesiane de Oliveira	1
SILVA, Pablo da Cruz Novo	1
MOERSCHBACHER, Júlio Wilhelm	1
ALVES JÚNIOR, Carlos Castro	1
PEREIRA, João Paulo Ames	1
SANTOS, Willian de Almeida	1
KNOPKI, Mario Roberto Gurgel	1
AZEVEDO, Bruno Cocentino	1
AROEIRA, Tiago	1
PEREIRA, Evelyn Eliane Dias da Cruz	1
ROCHA, Viviane Moura	1
QUINARELLI, Polyane Crhistie Nunes	1
BARROS, Fausto Karlaire de	1
BORGES, Raquel Barroso de Oliveira	1
JIANYA, Zheng	1
MORIGUCHI, Stella Naomi	1
COELHO, Sérgio Thuler	1
PIZZOL, João Augusto Dal	1
KRIGINSKI, Priscila de Lara	1
MACIEL, Vinicius Gomes	1
CHAGAS, Fernanda Bard	1

Quadro 11 – Autores

(conclusão)

Autor	Quantidade
ALMEIDA, Urique Hoffmann de Souza	1
SILVA, Élvio Ribamar Ferreira	1
BAZZANELLA, Eduardo Muxfeldt	1
MOREIRA, Tatiana Artioli	1
GIORGI, Fernando Di	1
SANTAROSA, Rosana	1
STELTER, Debora Nunes	1
SANTOS, Cladna Ramos dos	1
SILVA, João Antônio Farias da	1
WARMLING, Arthur	1
SCHNEIDER, Victor Matheus	1
MARQUES, Leonardo Torres	1
CHAGAS, Rafael Barbosa das	1
TINOCO, Filipe Lannes	1
RIBEIRO, Joelton Diego	1
NETO, Conrado Bianchi	1
WEBLER, Patrícia	1
CALBENTE, Diego Rodrigo	1
PAULA, Mariana Bevilaqua dos Santos	1
COSTA, Albert Florêncio da	1
OLIVEIRA, Adelmário Rodrigues de	1
VITORINO, Carolina Bonesso	1
PEDRO, Wagner Osti	1
MAKDISSI JUNIOR, Jean Mikhael	1
RAZUK FILHO, Horácio	1

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Com um total de 66 autores na listagem dos dados, o QUADRO 11 nos mostra que somente um autor, CERIBELI, Harrison Bachion, publicou mais de uma vez. A partir da análise dos dados anteriores é provável que os demais autores só publicaram uma única vez pelo fato de suas publicações se referirem a trabalhos de conclusão de um determinado curso.

Já o autor que publicou três (03) vezes, como mostra o gráfico, publicou na tipologia “artigo”, ou seja, sua publicação não está relacionada a um trabalho de conclusão de algum tipo de curso como os outros 98,48% dos autores.

Quadro 12 - Autor x Variável x Setor

(continuação)

Autor	Variável	Setor
SANTOS, Tamara Lyra	Adequação logística/ Segurança/ Produtos/ Níveis de serviços	Automotivo
SANTOS, Cláudio Roberto dos	Adequação logística/ Segurança/ Produtos/ Níveis de serviços	Eletroeletrônicos/ Confeção/ Calçado/ Editoração/ Gráfica/ Turismo/ Farmacêutico/ Alimentício/ Flores
PELANDA, Ane Caroline	Níveis de serviços/ Comunicação/ Segurança	Vestuário feminino

Quadro 12 - Autor x Variável x Setor

(continuação)

Autor	Variável	Setor
FRANCO, Allyson Ribeiro	Adequação logística/ Níveis de serviços/ Produtos	Varejo
LESZCZYNSKI, Marta Luiza Salib	Adequação logística/ Segurança/ Comunicação	Setor não identificado
FERRARA, Gustavo Hildebrand	Comunicação/ Níveis de serviços/ Produtos	Livros, DVDs, CDs, software, vestuário, venda de anúncios publicitários, produtos verdes, neném, animais de estimação, brinquedos, perecíveis, não perecíveis, produtos eletrônicos de consumo, produtos de beleza, comida gourmet, mercearias, itens de saúde e de cuidados pessoais, suprimentos industriais e científicos, artigos de cozinha, joias e relógios, itens de jardim, instrumentos musicais, artigos esportivos, ferramentas, itens de automóveis, brinquedos, jogos.
FREITAS, Marcos Aurélio de	Segurança	Setor não identificado
GRANDES, Luisa Ancona	Adequação logística/ Níveis de serviços	Móveis, drogarias, autosserviço, imobiliária, eletrodomésticos, posto, supermercados, hipermercados, eletrônicos, vestuário e acessórios, livros, artigos para o lar, alimentos.
OLIVEIRA, Claudiane Maria	Produtos	Setor não identificado
ALVES, Leandro de Carvalho	Adequação logística/ Segurança	Setor não identificado
CERIBELI, Harrison Bachion	Adequação logística/ Segurança/ Níveis de serviços/ Comunicação	Setor não identificado/ Varejo eletrônico
CHEQUER, Karen Miranda	Níveis de serviços	Setor não identificado
ESPÍRITO SANTO, Laiane Jesus do	Adequação logística/ Segurança/ Níveis de serviços	Saúde e beleza/ Gastronomia/ produtos/ Diversão e entretenimento/ Serviços/ Bares e casas noturnas/ Hotéis e viagens/ Cursos e aulas/ esportes
ARAÚJO, Laryssa Ayalla Dantas	Adequação logística/ Produtos/ Níveis de serviços	Cosméticos/ Telefonía/ Bazar/ Cama, mesa, banho/ Artigos para o lar/ Artigos para bebês/ brinquedos/ utensílios domésticos
MARASSI, Alessandra de castro Barros	Adequação logística/ Distribuição/ Níveis de serviços/ Comunicação	Livros
COSTA, Paulo Henrique Silva e	Adequação logística/ Níveis de serviços/ Comunicação	Setor não identificado
SANT'ANA, Vanessa Araújo de	Segurança/ Pagamento/ Níveis de serviço/ Comunicação	Setor não identificado
AGUIAR, Marco Antônio Esteves de	Adequação logística/ Níveis de serviços/ Comunicação	Varejo
CARDOSO, Rafael Almeida Cardoso	Adequação logística/ Segurança/ Produto/ Níveis de serviços/ Comunicação	Bebidas/ CD's/ Remédios/ Alimentícios/ Saúde/ DVD/ Móveis/ Decoração/ Brinquedos/ Pacotes de Viagem/ Estética e Beleza/ Esportivos/ Acessórios/ Passagens Aéreas/ Eletrodomésticos/ Livros/ Vestuário/ Calçado/ Eletrônicos/ Celulares
FREITAS, Keiliana Maranhão Guedes de Freitas	Produto/ Pagamento/ Níveis de serviços/ Comunicação	Vestuário e Artesanato

Quadro 12 - Autor x Variável x Setor

(continuação)

Autor	Variável	Setor
CARVALHO, Clesiane de Oliveira	Adequação logística/ Produtos/ Comunicação	Agricultura
SILVA, Pablo da Cruz Novo	Níveis de serviço	Logístico (empresa importadora)
MOERSCHBACHER, Júlio Wilhelm	Adequação logística	Alimentício (supermercado)
ALVES JÚNIOR, Carlos Castro	Adequação logística/ Distribuição/ Produtos/ Níveis de serviço/ Comunicação	Turismo
PEREIRA, João Paulo Ames	Segurança/ Produto/ Pagamento/ Níveis de serviço	Eletrônicos/ Livros/ vestuário/ Calçado
SANTOS, Willian de Almeida	Adequação logística/ Distribuição/ Pagamento/ Níveis de serviço/ Comunicação	Varejo (Submarino/ Extra/ Americanas/ Magazine Luiza)
KNOPKI, Mario Roberto Gurgel	Transporte/ Níveis de serviço/ Produto	Moda/ Acessórios/ saúde/ Beleza/ Eletrodomésticos/ Livros/ telefonia/ Informática/
AZEVEDO, Bruno Cocentino	Níveis de serviço	Panaderil
AROEIRA, Tiago	Níveis de serviço	Games/ tecnologia/ Eletrodomésticos/ eletrônicos/ Vestuário/ Beleza/ Perfumaria/ Moveleiro/ decoração/ Filmes/ Brinquedos/ Informática/ Serviços/ Automotivo/ Utilidades domésticas
PEREIRA, Evelyn Eliane Dias da Cruz	Níveis de serviço	Moda e acessórios/ eletrodomésticos/ Cosméticos e perfumaria/ Informática/ livros/ Manufatura
ROCHA, Viviane Moura	Níveis de serviço	Vestuário/ Eletroeletrônicos/ eletrodomésticos/ Calçados/ Automotivo/ Alimentício/ Moveleiro/ Brinquedos/ Turismo/ Informática/ Celulares
QUINARELLI, Polyane Crhistie Nunes	Segurança	Telefonia/ Informática/ Games/ Eletrônicos/ Eletrodomésticos/ Eletroportáteis/ Utilidades domésticas/ Moveleiro/ Alimentício
BARROS, Fausto Karlair de	Adequação logística/ Níveis de serviço/ Comunicação	Moveleiro/ Eletrodomésticos/ Eletrônicos/ Informática e equipamentos portáteis
BORGES, Raquel Barroso de Oliveira	Adequação logística/ Segurança/ Produtos/ Níveis de serviço/ Comunicação	Cosméticos Infantis
JIANYA, Zheng	Adequação logística	Comércio
MORIGUCHI, Stella Naomi	Transporte/ Níveis de serviço/ Adequação logística	Comercial
COELHO, Sérgio Thuler	Adequação logística/ Distribuição/ Níveis de serviço	Vestuário (moda íntima)
PIZZOL, João Augusto Dal	Produtos/ Níveis de serviço/ Adequação logística	Artesanato
KRIGINSKI, Priscila de Lara	Distribuição/ Pagamento/ Níveis de serviço/ Adequação logística	Jóias

Quadro 12 - Autor x Variável x Setor

(continuação)

Autor	Variável	Setor
MACIEL, Vinicius Gomes	Produtos/ Níveis de serviço	Educação
CHAGAS, Fernanda Bard	Níveis de serviço/ Comunicação	Games/ tecnologia/ Eletrodomésticos/ eletrônicos/ Vestuário/ Beleza/ Perfumaria/Moveleiro/ decoração/ Filmes/ Brinquedos/ Informática/ Serviços/ Automotivo/ Alimentação/Utilidades domésticas/ Enxoval/ Calçados
ALMEIDA, Urique Hoffmann de Souza	Níveis de serviço	Tecnologia da informação (busca da informação)
SILVA, Élvio Ribamar Ferreira	Adequação logística/ Segurança/ Níveis de serviço	Aéreo
BAZZANELLA, Eduardo Muxfeldt	Variáveis não identificadas	Setor não identificado
MOREIRA, Tatiana Artioli	Adequação logística/ Segurança/ Produtos/ Níveis de serviço	Moda e acessórios/ Cosméticos e perfumaria/ Cuidados pessoais e saúde/ Eletrodomésticos/ Telefonia/ Livros e assinaturas em revistas
GIORGI, Fernando Di	Adequação logística/ Distribuição/ Níveis de serviço	Games/ tecnologia/ Eletrodomésticos/ eletrônicos/ Vestuário/ Beleza/ Perfumaria/Moveleiro/ decoração/ Filmes/ Brinquedos/ Informática/ Serviços/ Automotivo/ Utilidades domésticas
SANTAROSA, Rosana	Adequação logística/ Produtos/ Níveis de serviço	Vestuário e acessórios/ Informática/ Artigos esportivos
STELTER, Debora Nunes	Adequação logística/ Segurança/ Níveis de serviço	Setor não identificado
SANTOS, Cladna Ramos dos	Adequação logística/ Produtos/ Níveis de serviço	Setor não identificado
SILVA, João Antônio Farias da	Níveis de serviço/ Adequação logística	Obras e reformas em geral
WARMLING, Arthur	Produtos	Games/ tecnologia/ Eletrodomésticos/ eletrônicos/ Vestuário/ Beleza/ Perfumaria/Moveleiro/ decoração/ Filmes/ Brinquedos/ Informática/ Serviços/ Automotivo/ Utilidades domésticas
SCHNEIDER, Victor Matheus	Distribuição/ Níveis de serviço/ Transporte	Transporte
MARQUES, Leonardo Torres	Produtos/ Níveis de serviço	Tecnologia da informação
CHAGAS, Rafael Barbosa das	Níveis de serviço/ Segurança/ Transporte	Varejo
TINOCO, Filipe Lannes	Adequação logística/ Distribuição/ Produtos/ Níveis de serviço	Produtos eletrônicos
RIBEIRO, Joelton Diego	Segurança/ Comunicação/ Distribuição	Industria de Tecnologia e energia
NETO, Conrado Bianchi	Adequação logística/ Níveis de serviço	Vestuário/ Manufatura e Serviços

Quadro 12 - Autor x Variável x Setor

(conclusão)

Autor	Variável	Setor
WEBLER, Patrícia	Adequação logística/ Segurança/ Distribuição/ Produtos/ Níveis de serviço	Moda e acessórios/ Eletrodomésticos/ Telefonia/
CALBENTE, Diego Rodrigo	Segurança/ Níveis de serviço	Educação/ Governo/ Finanças/ Saúde/ Construção/ Transportes/ Seguros/ Manufatura/ Atacado e Varejo
PAULA, Mariana Bevilaqua dos Santos	Adequação logística/ Produtos/ Pagamento/ Comunicação/ Níveis de serviço	Doces e chocolates
COSTA, Albert Florêncio da	Comunicação/ Níveis de serviço	Seguros
OLIVEIRA, Adelmário Rodrigues de	Produtos/ Níveis de serviços	Imagem/ Telefonia/ Eletro pesado/ Tecnologia/ moveleiro/
VITORINO, Carolina Bonesso	Níveis de serviço	Moda íntima feminina
PEDRO, Wagner Osti	Níveis de serviço/ Comunicação	Turismo
MAKDISSI JUNIOR, Jean Mikhael	Níveis de serviço/ Adequação logística	Vestuário/ Moda
RAZUK FILHO, Horácio	Distribuição/ Níveis de serviço	Cama, mesa e banho (loja zelo)

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Ao analisar o QUADRO 12, se observa os autores versus variáveis versus setor que os autores procuraram pesquisar. Com isso, é possível concluir que as variáveis “Níveis de serviço”, “Adequação logística” e “Segurança” são as que mais aparecem, sendo que dentro desse agrupamento está “Melhor preço”, “Maior atratividade para o mercado” e “Reputação do site”, respectivamente.

Ainda, é possível afirmar que o setor de “Informática”, “Vestuário”, “Eletrônicos”, “Telefonia” e outros que se repetem constantemente são os que mais aparecem, ou seja, são um dos mais procurados pelo consumidor quando vai realizar uma compra. Em contrapartida, se observa que o setor “Aéreo” e de “Doces e chocolates” não são muito pesquisados. O que se aproveitado por um pesquisador pode ver nesse setor uma possível mudança no comportamento tradicional do consumidor.

Quadro 13 - Autor x Título x Tipologia x Variáveis

(continuação)

Autor	Título	Tipologia	Variáveis
SANTOS, Tamara Lyra	Impacto da Implantação do Comércio Eletrônico como Estratégia de Negócio em uma Pequena Empresa	Monografia/TCC	Adequação logística/ Segurança/ Produtos/ Níveis de serviços
SANTOS, Cláudio Roberto dos	Perfil do e-commerce no Brasil e em municípios integrantes das associações AMZOP e AMUCELEIRO	Monografia de especialização	Adequação logística/ Segurança/ Produtos/ Níveis de serviços
PELANDA, Ane Caroline	Planejamento de estratégias de Marketing Digital para uma empresa de comércio eletrônico	Monografia de especialização	Níveis de serviços/ Comunicação/ Segurança
FRANCO, Allyson Ribeiro	Comércio eletrônico: comportamento do consumidor no e-commerce	Monografia de especialização	Adequação logística/ Níveis de serviços/ Produtos
LESZCZYNSKI, Marta Luiza Salib	A tutela do consumidor brasileiro no mercado eletrônico internacional	Dissertação	Adequação logística/ Segurança/ Comunicação
FERRARA, Gustavo Hildebrand	Uma análise da contribuição das redes sociais na internet para o comércio eletrônico: social-commerce	Dissertação	Comunicação/ Níveis de serviços/ Produtos
FREITAS, Marcos Aurélio de	Falsidade ideológica em compras com cartão não presente e comparação entre modelos de prevenção	Dissertação	Segurança
GRANDES, Luisa Ancona	Relacionamentos no varejo eletrônico: Um estudo de caso sobre o marketplace e seus parceiros	Dissertação	Adequação logística/ Níveis de serviços
OLIVEIRA, Claudiane Maria	Um método baseado em regras de associação para classificação de ofertas de produtos de lojas de comércio eletrônico	Dissertação	Produtos
ALVES, Leandro de Carvalho	Transparência, desempenho e risco: uma comparação entre empresas de comércio eletrônico do Brasil e dos EUA	Dissertação	Adequação logística/ Segurança
CERIBELI, Harrison Bachion	Uma proposta de segmentação dos consumidores no comércio eletrônico	Artigo	Adequação logística/ Segurança/ Níveis de serviços/ Comunicação
CHEQUER, Karen Miranda	A manifestação do consumidor insatisfeito nas comunidades virtuais: uma abordagem nenográfica	Dissertação	Níveis de serviços
ESPÍRITO SANTO, Laiane Jesus do	Uma abordagem mercadológica do e-commerce: estudo de caso do site Peixe Urbano na Região de Salvador	Monografia/ TCC	Adequação logística/ Segurança/ Níveis de serviços

Quadro 13 - Autor x Título x Tipologia x Variáveis

(continuação)

Autor	Título	Tipologia	Variáveis
ARAÚJO, Laryssa Ayalla Dantas	Análise do modelo de negócios do e-commerce do Sacolão	Monografia/ TCC	Adequação logística/ Produtos/ Níveis de serviços
MARASSI, Alessandra de castro Barros	Comunicação e consumo do livro no ciberespaço: um estudo sobre as interações dos leitores nas redes sociais e as mobilizações do comércio eletrônico	Dissertação	Adequação logística/ Distribuição/ Níveis de serviços/ Comunicação
COSTA, Paulo Henrique Silva e	O efeito de mecanismos de sistema de apoio a decisão pela web (SAD-WEB) nas decisões de compra online	Dissertação	Adequação logística/ Níveis de serviços/ Comunicação
CERIBELI, Harrison Bachion	Um Estudo dos Determinantes da Decisão dos E-consumidores de Comprarem no Comércio Eletrônico	Artigo	Níveis de serviços/adequação logística
SANT'ANA, Vanessa Araújo de	E-COMMERCE: Fatores que influenciam a Satisfação em compras on-line na percepção dos graduandos de administração da UFSC	Monografia/ TCC	Segurança/ Pagamento/ Níveis de serviço/ Comunicação
AGUIAR, Marco Antonio Esteves de	Crossdocking e dropshipping aplicado ao e-commerce: um estudo de caso	Monografia/ TCC	Adequação logística/ Níveis de serviços/ Comunicação
CARDOSO, Rafael Almeida Cardoso	A percepção do e-commerce: um levantamento entre consumidores da cidade de Dourados/MS acerca da propaganda	Monografia/ TCC	Adequação logística/ Segurança/ Produto/ Níveis de serviços/ Comunicação
FREITAS, Keiliana Maranhão Guedes de Freitas	E-commerce como meio de empreendedorismo: comercialização de moda alternativa	Monografia/ TCC	Produto/ Pagamento/ Níveis de serviços/ Comunicação
CARVALHO, Clesiane de Oliveira	O e-commerce como instrumento de comercialização para os produtos da agricultura brasileira: o caso do Programa Rede Brasil Rural	tese	Adequação logística/ Produtos/ Comunicação
SILVA, Pablo da Cruz Novo	Gerenciamento de estoques em uma empresa de e-commerce	Monografia/ TCC	Níveis de serviço
MOERSCHBACHER, Júlio Wilhelm	Criação de Lojas Virtuais por meio de Frameworks: Um Estudo de Caso	Monografia/ TCC	Adequação logística
ALVES JÚNIOR, Carlos Castro	Comércio eletrônico e a influência no comportamento do consumidor no turismo	Dissertação	Adequação logística/ Distribuição/ Produtos/ Níveis de serviço/ Comunicação

Quadro 13 - Autor x Título x Tipologia x Variáveis

(continuação)

Autor	Título	Tipologia	Variáveis
PEREIRA, João Paulo Ames	Comércio eletrônico: uma análise do perfil do consumidor virtual na Universidade Federal da Fronteira Sul Campus Cerro Largo	Monografia/ TCC	Segurança/ Produto/ Pagamento/ Níveis de serviço
SANTOS, Willian de Almeida	A relação da qualidade em serviços com o comportamento do consumidor no comércio eletrônico (e-commerce)	Monografia de especialização	Adequação logística/ Distribuição/ Pagamento/ Níveis de serviço/ Comunicação
KNOPKI, Mario Roberto Gurgel	A tendência do consumo e das importâncias via comércio eletrônico no Brasil	Monografia/ TCC	Transporte/ Níveis de serviço/ Produto
AZEVEDO, Bruno Cocentino	E-commerce: um estudo de caso no setor panaderil na cidade de Parnamirim - RN	Monografia/ TCC	Níveis de serviço
AROEIRA, Tiago	Estudo sobre os antecedentes da satisfação, lealdade e desempenho no mercado brasileiro de e-commerce	Dissertação	Níveis de serviço
PEREIRA, Evelyn Eliane Dias da Cruz	Economias de custos de transação na implantação de e-commerce	Monografia/ TCC	Níveis de serviço
ROCHA, Viviane Moura	Construindo lealdade no varejo online: a renda do consumidor faz diferença?	Dissertação	Níveis de serviço
CERIBELLI, Harrison Bachion	Análise do comportamento caronista no comércio eletrônico	Artigo	Adequação logística/ Níveis de serviço/ Comunicação
QUINARELLI, Polyane Crhistie Nunes	Análise discriminante aplicada na aprovação de pedidos realizados com cartão de crédito em um e-commerce	Monografia/ TCC	Segurança
BARROS, Fausto Karlaire de	A qualidade em serviços logísticos como um fator relevante para a lealdade do cliente de comércio eletrônico	Dissertação	Adequação logística/ Níveis de serviço/ Comunicação
BORGES, Raquel Barroso de Oliveira	A tradução de rótulos virtuais no e-commerce: um olhar sobre cosméticos infantis	Dissertação	Adequação logística/ Segurança/ Produtos/ Níveis de serviço/ Comunicação
JIANYA, Zheng	Uma Investigação de Relacionamentos Baseados na Competição entre Stakeholders no Comércio Eletrônico Utilizando Teoria dos Jogos	Tese	Adequação logística
MORIGUCHI, Stella Naomi	Relacionamento de qualidade no comércio eletrônico	Artigo	Transporte/ Níveis de serviço/ Adequação logística

Quadro 13 - Autor x Título x Tipologia x Variáveis

(continuação)

Autor	Título	Tipologia	Variáveis
COELHO, Sérgio Thuler	Auxílio multicritério à decisão para hierarquização de fornecedores de uma empresa de comércio eletrônico de artigos de moda íntima	Monografia/ TCC	Adequação logística/ Distribuição/ Níveis de serviço
PIZZOL, João Augusto Dal	Metodologia startup enxuta aplicada no desenvolvimento de um modelo de negócio de comércio eletrônico de produtos artesanais para bebês: uma pesquisa-ação	Monografia/ TCC	Produtos/ Níveis de serviço/ Adequação logística
KRIGINSKI, Priscila de Lara	Plano de negócios: abertura de um e-commerce de semijóias	Monografia de especialização	Distribuição/ Pagamento/ Níveis de serviço/ Adequação logística
MACIEL, Vinicius Gomes	Comportamento de compra on-line de adolescentes das escolas públicas e privadas de Sant'Ana do Livramento/RS	Monografia/ TCC	Produtos/ Níveis de serviço
CHAGAS, Fernanda Bard	O Comércio eletrônico brasileiro nas redes sociais virtuais	Monografia/ TCC	Níveis de serviço/ Comunicação
ALMEIDA, Urique Hoffmann de Souza	Learning to Recommend Similar Alternative Products in e-Commerce Catalogs	Dissertação	Níveis de serviço
SILVA, Élvio Ribamar Ferreira	(In) Efetividade do CDC no direito de arrependimento das relações de consumo via comércio eletrônico	Monografia/ TCC	Adequação logística/ Segurança/ Níveis de serviço
BAZZANELLA, Eduardo Muxfeldt	Tributação sobre os vídeos sob demanda: a influência da globalização sobre as normas tributárias	Dissertação	Variáveis não identificadas
MOREIRA, Tatiana Artioli	O comércio eletrônico e a proteção do consumidor no direito brasileiro	Dissertação	Adequação logística/ Segurança/ Produtos/ Níveis de serviço
GIORGI, Fernando Di	Comércio eletrônico: modificações econômicas e funcionais na esfera da circulação	Dissertação	Adequação logística/ Distribuição/ Níveis de serviço
SANTAROSA, Rosana	A inatividade das lojas virtuais: Uma Análise do Comércio Eletrônico à Luz da Inovação	Dissertação	Adequação logística/ Produtos/ Níveis de serviço
STELTER, Debora Nunes	Comércio eletrônico e a proteção de dados do consumidor	Monografia de especialização	Adequação logística/ Segurança/ Níveis de serviço

Quadro 13 - Autor x Título x Tipologia x Variáveis

(continuação)

Autor	Título	Tipologia	Variáveis
SANTOS, Cladna Ramos dos	Análise do comportamento dos consumidores via e-commerce: estudo com universitários do curso de Administração do primeiro e último período da Universidade Federal da Paraíba	Monografia/ TCC	Adequação logística/ Produtos/ Níveis de serviço
SILVA, João Antônio Farias da / PADILHA, Rafaela Oliveira	E-commerce e marketing digital no desenvolvimento de um site recomendações - O caso iObras	Monografia/ TCC	Níveis de serviço/ Adequação logística
WARMLING, Arthur/ ZANATTA, Rodrigo Darabas	Avaliação de usabilidade em e-commerce: análise sob a ótica de um usuário convencional	Monografia/ TCC	Produtos
SCHNEIDER, Victor Matheus	Uma análise das operações logísticas no comércio eletrônico brasileiro com foco nos serviços de transporte	Monografia/ TCC	Distribuição/ Níveis de serviço/ Transporte
MARQUES, Leonardo Torres	Identificação do perfil do consumidor de comércio eletrônico de Quixadá-CE: visando a abertura de negócios eletrônicos para a Região	Monografia/ TCC	Produtos/ Níveis de serviço
CHAGAS, Rafael Barbosa das	O aumento da participação do e-commerce no Brasil: uma mudança na preferência na forma de consumo	Monografia/ TCC	Níveis de serviço/ Segurança/ Transporte
TINOCO, Filipe Lannes	Ferramenta de avaliação e produtos utilizando análise multicritério: um estudo de caso no e-commerce	Monografia/ TCC	Adequação logística/ Distribuição/ Produtos/ Níveis de serviço
RIBEIRO, Joelton Diego	Análise do comércio eletrônico para grandes indústrias: impacto inovativo do Portal e-commerce	Monografia/ TCC	Segurança/ Comunicação/ Distribuição
NETO, Conrado Bianchi	Comércio eletrônico (e-commerce) e sua influência no processo de internacionalização das empresas	Monografia de especialização	Adequação logística/ Níveis de serviço
WEBLER, Patrícia	Comércio eletrônico: a satisfação do consumidor na compra online	Monografia/ TCC	Adequação logística/ Segurança/ Distribuição/ Produtos/ Níveis de serviço
CALBENTE, Diego Rodrigo	Valor estratégico percebido da tecnologia e adoção de comércio eletrônico em micro e pequenas empresas	Dissertação	Segurança/ Níveis de serviço
PAULA, Mariana Bevilaqua dos Santos	A implantação do comércio eletrônico no varejo e seus impactos: um estudo de caso da Liga do Doce Distribuidora - Pinhais/PR	Monografia de especialização	Adequação logística/ Produtos/ Pagamento/ Comunicação/ Níveis de serviço

Quadro 13 - Autor x Título x Tipologia x Variáveis

(conclusão)

Autor	Título	Tipologia	Variáveis
COSTA, Albert Florêncio da	Interfaces amigáveis para consultores comerciais realizarem negócios digitais: Estudo de caso com Corretores de Seguros.	Tese	Comunicação/ Níveis de serviço
OLIVEIRA, Adelmário Rodrigues de	Os efeitos da transformação de uma loja convencional em uma loja virtual	Dissertação	Produtos/ Níveis de serviços
VITORINO, Carolina Bonesso	Avaliação da eficiência de anúncios no Instagram: um experimento no depósito da lingerie	Dissertação	Níveis de serviço
PEDRO, Wagner Osti	A responsabilidade civil das agências de turismo online nos contratos de hospedagem	Dissertação	Níveis de serviço/ Comunicação
MAKDISSI JUNIOR, Jean Mikhael	Marketplace on-line para um cluster comercial: desafios para implantação no Brás	Dissertação	Níveis de serviço/ Adequação logística
RAZUK FILHO, Horácio	Relação entre Área de Loja e Desempenho de Venda em Contexto de Multicanalidade	Dissertação	Distribuição/ Níveis de serviço

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Observando o QUADRO 12, ele nos traz os autores versus título publicado versus tipologia e as variáveis que compõem essa determinada publicação. Visto isso, de acordo com a análise do gráfico “Tipologia versus Ano da Publicação” se percebe que há um maior número de publicações do tipo “Monografia- TCC”, sendo que dentro dessa tipologia há autores como: WEBLER, Patrícia; MARQUES, Leonardo Torres e também KNOPKI, Mario Roberto Gurgel. Sendo que, dentro das publicações desses autores se encontra variáveis como: Produtos, Níveis de serviço, Adequação logística, Segurança, Distribuição e transporte.

Além disso, é possível chegar à conclusão que o número de “Dissertações” é bem elevado, assim como o de “Monografia-TCC”, sendo que a primeira com 25 publicações e a segunda 27 publicações. Ainda, se conclui que títulos como: “Interfaces amigáveis para consultores comerciais realizarem negócios digitais: Estudo de caso com Corretores de Seguros.” do autor COSTA, Albert Florêncio da representam a tipologia “Tese” que de acordo com o levantamento feito e contabilizado no banco de dados, reflete o menor número de publicação, um total de apenas 03 em todo banco de dados.

Entretanto é interessante ver que de acordo com o levantamento, a pesquisa do autor que mais publicou tinha suas variáveis na área de: Adequação logística; Segurança; Níveis de serviços e Comunicação. Sendo que, se observado mais a fundo, o pesquisador publicou em

uma tipologia que de acordo com os dados não era a mais volumosa, tendo apenas 05 publicações.

Quadro 14 - Ano x Setor x Variáveis

(continuação)

Ano	Setor	Variáveis
2013	Automotivo/ Eletroeletrônicos/ Confecção/ Calçado/ Editoração/ Gráfica/ Turismo/ Farmacêutico/ Alimentício/ Flores/ Vestuário Feminino/ Varejo/ Setor não Identificado/ Livros/ DVDs/ CD's/ software/ Vestuário/ Venda de Anúncios Publicitários/ Produtos verdes/ neném/ Animais de Estimação/ Brinquedos/ Perecíveis/ Não perecíveis/ Produtos Eletrônicos de Consumo/ Produtos de Beleza/ Comida Gourmet/ Mercearias/ Itens de Saúde e de Cuidados Pessoais/ Suprimentos Industriais e Científicos/ Artigos de Cozinha/ Joias e Relógios/ Itens de Jardim/ Instrumentos Musicais/ Artigos Esportivos/ Ferramentas/ Itens de Automóveis/ Móveis/ Drogarias/ Autosserviço/ Imobiliário/ Eletrodomésticos/ Posto/ Supermercados/ Hipermercados/, vestuário e acessórios/ Livros/ Artigos para o lar/ Alimentício.	Adequação logística/ Segurança/ Produtos/ Níveis de serviços/ Comunicação/
2014	Setor não identificado/ Saúde e beleza/ Gastronomia/ Produtos/ Diversão e Entretenimento/ Serviços/ Bares e Casas Noturnas/ Hotéis e Viagens/ Cursos e Aulas/ Esportes/ Livros	Produtos/ Adequação logística/ Segurança/ Níveis de serviços/ Comunicação/ Distribuição
2015	Setor não Identificado/ Varejo/ Bebidas/ CD's/ Remédios/ Alimentícios/ Saúde/ DVD/ Decoração/ Brinquedos/ Pacotes de Viagem/ Estética e Beleza/ Esportivos/ Acessórios/ Passagens Aéreas/ Eletrodomésticos/ Livros/ Vestuário/ Calçado/ Eletrônicos/ Celulares/ Vestuário e Artesanato/ Agricultura/ Logístico/ Alimentício/ Turismo/ Moda/ Saúde/ Telefonia/ Informática/ Panaderil/ Games/ Tecnologia/ Eletrônicos/ Perfumaria/ Moveleiro/ Filmes/ Serviços/ Automotivo/ Utilidades domésticas/ Cosméticos e perfumaria/ Manufatura/Alimentício.	Segurança/ Pagamento/ Níveis de serviço/ Comunicação/ Adequação logística/ Produto/ Transporte
2016	Varejo Eletrônico/ Telefonia/ Informática/ Games/ Eletrônicos/ Eletrodomésticos/ Eletroportáteis/ Utilidades domésticas/ Moveleiro/ Alimentício/ Informática e Equipamentos portáteis/ Cosméticos Infantis/ Comercial/ Vestuário(Moda Íntima)/ Artesanato/ Joias/ Educação/ Tecnologia/ Vestuário/ Beleza/ Perfumaria/ Moveleiro/ Decoração/ Filmes/ Brinquedos/ Serviços/ Automotivo/ Alimentício/ Utilidades domésticas/ Enxoval/ Calçados/ Tecnologia da Informação/ Aéreo/ Setor não Identificado/ Moda e acessórios/ Cosméticos e perfumaria/ Cuidados pessoais e Saúde/ Telefonia/ Livros e Assinaturas em Revistas/ Artigos Esportivos	Adequação logística/ Segurança/ Produtos/ Níveis de serviço/ Comunicação/ Transporte/ Pagamento/ Variáveis não identificadas

Quadro 14 - Ano x Setor x Variáveis

(conclusão)

Ano	Setor	Variáveis
2017	Setor não Identificado/ Obras e Reformas em geral/ Games/ Tecnologia/ Eletrodomésticos/ Eletrônicos/ Vestuário/ Beleza/ Perfumaria/ Moveleiro/ Decoração/ Filmes/ Brinquedos/ Informática/ Serviços/ Automotivo/ Utilidades domésticas/ Transporte/ Tecnologia da Informação/ Varejo/ Industrial de Tecnologia e Energia/ Manufatura/ Moda e Acessórios/ Telefonia/ Educação/ Governo/ Finanças/ Saúde/ Construção/ Seguros/ Atacado e Varejo/ Doces e Chocolates	Adequação logística/ Distribuição/ Produtos/ Níveis de serviço/ Segurança/ Transporte/ Pagamento/ Comunicação
2018	Imagem/ Telefonia/ Eletro pesado/ Tecnologia/ Moveleiro/ Moda Íntima Feminina/ Turismo/ Vestuário/ Moda/ Cama, Mesa e Banho	Níveis de serviço/ Adequação logística/ Distribuição/ Produtos

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Quando observado O QUADRO 14, pode-se concluir que diversos setores estavam presentes nos 6 anos pesquisado e que inclusive alguns como: “Informática”; “Setor não identificado” “Eletrônicos” dentre outros, se repetiam algumas vezes no decorrer da pesquisa. Ainda, é possível chegar à conclusão que a variável “Adequação logística estava presente em 100% dos anos pesquisados, sendo que nos anos 2015/2016/2017 são os anos que apresentam um maior número de variáveis abordadas.

Em contrapartida os anos de 2015/2016/2017, o ano de 2018 é o que apresenta um menor número de variáveis abordadas nas publicações, apenas 04 variáveis. Sendo elas, “Níveis de serviço”, “Adequação logística”, “Distribuição” e “Produtos”.

Além disso, pode-se chegar à conclusão de que o ano de 2018 é o que apresenta um menor número de setores pesquisados, mas é importante salientar que o ano de 2018 não teve sua pesquisa em todo o ano corrente, ou seja, de 01 de janeiro até 31 de dezembro, devendo prestar atenção que ele considera o ano de 2018 até a data fim da coleta dos dados, setembro do mesmo ano supracitado acima.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do estudo realizado é possível tomar conhecimento do quanto o e-commerce vem sendo estudado e como tem sido o seu impacto nos diversos setores da economia, economia essa que desde a entrada desse meio de negócio tem se tornado mais dinâmica quando se fala em relação de negócios. Fica claro ainda que a pesquisa apresenta uma gama de informações para o meio acadêmico e para o mercado como um todo, visto que é possível perceber o que leva o cliente a utilizar esse modelo de negócio e quais os fatores ele considera importante ao realizar uma compra pela internet. Deve-se destacar ainda que para a academia o estudo mostra o que tem sido estudado e qual o caminho que os autores estão buscando enquanto pesquisadores do tema.

Com isso, a partir da análise dos dados se percebe que houve um aumento de publicações nos anos de 2015 e 2016 e logo depois uma queda no número de publicações. Ainda, os dados nos mostram qual autor mais publicou no período de tempo estudado, 2013/2018, e como se deu as tipologias pesquisadas em relação aos anos. A partir disso, conseguimos observar as os grupos de variáveis que mais aparecem no banco de dados e quais os setores mais buscados pelo público desse modelo de compra. Um ponto importante a ser destacado é de qual instituição de origem pertence ao autor, em que base ele publica e de que região ele é, o que pode mostrar como se dá essas publicações em âmbito nacional. Ainda, fica claro em qual tipologia as instituições/ campi costumam publicar e quais variáveis se consegue ver dentro desses tipos de publicações. Ainda, um comportamento que se vê é como as regiões tem fornecido publicações ao longo do tempo e como está o comportamento de compra dos clientes em relação ao setor produtivo.

A partir disso, o estudo conseguiu atender todos os objetivos propostos no início do trabalho, sejam eles, específicos ou geral. Atendeu também a pergunta de pesquisa, que consistia em saber quais eram as práticas logísticas identificadas a partir do estudo bibliométrico. Com isso, o trabalho cumpre sua função e apresenta os dados coletados a fim de que a comunidade acadêmica e todo público possa tomar conhecimento do que tem sido pesquisado e coletado.

Além disso, a partir da análise bibliométrica, que é um estudo que visa analisar os dados publicados, foi possível coletar as informações necessárias para que a partir disso criasse um banco de dados que pouco mais a frente geraria gráficos que me dariam informações que me leva a responder minha pergunta de pesquisa e atender meus objetivos propostos.

Levando em consideração toda pesquisa e estudo realizado, proponho que estenda a busca para as demais instituições particulares e os demais institutos federais a fim de que se tenha um maior volume de dados e conseqüentemente, dados com maiores quantidades de detalhamento. Outra proposta é buscar publicações de outros países a fim de que se entenda a visão nacional, como a que foi estudada e a visão internacional, para que a partir disso, se consiga comparar e analisar para ver se a visão em torno do tema é o mesmo, se diverge ou se complementa. Além disso, se faz interessante ampliar a busca para publicações em revistas, congressos e os diversos meios de publicações que se tem conhecimento nos dias de hoje. Por fim, recomendo que o pesquisador busque informações de como se dá o pós-compra nos setores abordados nessa pesquisa, pois a partir disso, podemos analisar o comportamento do setor perante seu cliente.

REFERÊNCIAS

- AFONSO, Bruno Pellizzaro Dias et al. **Modelando os estágios de inovação na logística do e-commerce: A pirâmide dos componentes logísticos revelada**. 2017. Disponível em: <<https://singep.org.br/6singep/resultado/493.pdf>>. Acesso em: 06 mai. 2018.
- ALVES, Carla Santin et al. **A importância da logística para o e-commerce: o exemplo da AMAZON.COM**. 2004. Disponível em: <<http://tecspace.com.br/paginas/aula/faccamp/TI/Texto07.pdf>>. Acesso em: 08 abr. 2018.
- ANDRADE, Rogério de. **Guia Prático de E-Commerce**. 1. ed. São Paulo: Angra, 2001
- ARAÚJO, C. A. A. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**, 12(1), 2006. Disponível em: file:///C:/Users/User/Downloads/16-49-2-PB.pdf. Acesso: 19 de abr. 2018.
- BALLOU, Ronald H. **Logística Empresarial: Transportes, Administração de Materiais e Distribuição Física**. 1ed. São Paulo: Atlas S.A., 2010.
- FREITAS, E. C.; WEBER, C.; BARTH, M. Marketing de relacionamento e logística no comércio eletrônico. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 4, n. 3, p. 44-61, 2010. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441742840005>>. Acesso em: 10 mai. 2017.
- GUIMARÃES, Letícia Silva et al. A importância da logística para o desenvolvimento do e-commerce: uma análise documental. **SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2015. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/9122227.pdf>>. Acesso em: 08 abr. 2018.
- MAZZALI, Leonel, PADILHA, Roberto, O comércio eletrônico e a competência logística: estudos de casos em pequenas empresas varejistas. **Gestão & Regionalidade**. 2006, 22 Janeiro-Abril. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133417373006>>. Acesso em: 08 abr. 2018.
- NAKAMURA, André Massami. **Comércio eletrônico riscos nas compras pela internet**. 2011. Disponível em: <<http://www.fatecsp.br/dti/tcc/tcc0027.pdf>>. Acesso em: 06 mai. 2018.
- SEBRAE NACIONAL. **Logística é um dos pontos-chave no comércio eletrônico**. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/logistica-e-um-dos-pontos-chave-no-comercio-eletronico,b30e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 05 mai. 2018.
- SEBRAE NACIONAL. **Logística no e-commerce: entregar o produto no prazo é fundamental**. 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/logistica-no-e-commerce-entregar-o-produto-no-prazo-e-fundamental,685f55a4873c4410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 05 mai. 2018.

SMITH, Rob; SPEAKER, Mark; THOMPSON, Mark. **O Mais Completo Guia Sobre E-Commerce**. 1. ed. São Paulo: Futura, 2000.

TONTINI, Gérson; ZANCHETT, Ricardo. Atributos de satisfação e lealdade em serviços logísticos. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 17, n. 4, p. 801-816, Dec. 2010. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2010000400013&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 11 mai. 2018.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO. Sistema de Bibliotecas e Informação. **Guia para normalização bibliográfica de trabalhos acadêmicos**. Ouro Preto, 2017. Disponível em: <http://www.repositorio.sisbin.ufop.br>. Acesso em: 11 abr. 2018.

APÊNDICE A – BANCO DE DADOS DA PESQUISA

Quadro 15 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2013								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
1	2013	SANTOS, Tamara Lyra	Universidade Federal de Goiás	Impacto da Implantação do Comércio Eletrônico como Estratégia de Negócio em uma Pequena Empresa	Repositório Institucional da Universidade Federal de Goiás	Monografia/TCC	Automotivo	Comodidade/ Baixo Preço/ Planejamento estratégico/ Variadas formas de pagamento/ segurança no site
2	2013	SANTOS, Cláudio Roberto dos	Universidade Federal de Santa Maria	Perfil do e-commerce no Brasil e em municípios integrantes das associações AMZOP e AMUCELEIRO	Repositório Institucional da Universidade Federal de Santa Maria	Monografia de especialização	Eletrônicos/ Confecção/ Calçado/ Editoração/ Gráfica/ Turismo/ Farmacêutico/ Alimentício/ Flores	Preço/ Qualidade das ofertas das empresas/ Praticidade/ comodidade/ Velocidade na transação comercial/ Comparação de preços e produtos em diversos sites/ Segurança da informação
3	2013	PELANDA, Ane Caroline	Universidade Federal do Paraná	Planejamento de estratégias de Marketing Digital para uma empresa de comércio eletrônico	Repositório Institucional da Universidade Federal do Paraná	Monografia de especialização	Vestuário feminino	Comodidade/ Segurança/ Atendimento personalizado/ Preço justo/ Promoção
4	2013	FRANCO, Allyson Ribeiro	Universidade Federal de Minas Gerais	Comércio eletrônico: comportamento do consumidor no e-commerce	Repositório Institucional da Universidade Federal de Minas Gerais	Monografia de especialização	Varejo	Benefício do Produto/ Preço/ Utilidade/ Marca/ Qualidade/ Promoção

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2013								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
5	2013	LESZCZYNSKI, Marta Luiza Salib	Pontifícia Universidade Católica de Goiás	A tutela do consumidor brasileiro no mercado eletrônico internacional	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica de Goiás	Dissertação	Setor não identificado	Contrato eletrônico/ Segurança nas contratações eletrônicas/ privacidade de compra/ Publicidade enganosa
6	2013	FERRARA, Gustavo Hildebrand	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Uma análise da contribuição das redes sociais na internet para o comércio eletrônico: social-commerce	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Dissertação	Livros, DVDs, CDs, software, vestuário, venda de anúncios publicitários, produtos verdes, neném, animais de estimação, brinquedos, perecíveis, não perecíveis, produtos eletrônicos de consumo, produtos de beleza, comida gourmet, mercearias, itens de saúde e de cuidados pessoais, suprimentos industriais e científicos, artigos de cozinha, joias e relógios, itens de jardim, instrumentos musicais, artigos esportivos, ferramentas, itens de automóveis, brinquedos, jogos.	Comparação de produtos semelhantes/Preços/ Características do produto/ Informação através de experiências de outros usuários/ Favorecimento de divulgação de produtos/ Favorecer promoções/ Favorecer lançamentos

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2013								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
7	2013	FREITAS, Marcos Aurélio de	Fundação Getúlio Vargas	Falsidade ideológica em compras com cartão não presente e comparação entre modelos de prevenção	Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas EESP- SP	Dissertação	Setor não identificado	Fraude/ Fraudes com cartão de crédito
8	2013	GRANDES, Luisa Ancona	Fundação Getúlio Vargas	Relacionamentos no varejo eletrônico: Um estudo de caso sobre o marketplace e seus parceiros	Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas EAESP- SP	Dissertação	Móveis, drogarias, autosserviço, imobiliária, eletrodomésticos, posto, supermercados, hipermercados, eletrônicos, vestuário e acessórios, livros, artigos para o lar, alimentos.	Confiança/ Comprometimento dos parceiros/ Oportunismo/ Conformidade/ Cooperação/ Conflito funcional/ incerteza/ Tendência a sair
Ano 2014								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
9	2014	OLIVEIRA, Claudiane Maria	Universidade Federal de Lavras	Um método baseado em regras de associação para classificação de ofertas de produtos de lojas de comércio eletrônico	Repositório Institucional da Universidade Federal de Lavras	Dissertação	Setor não identificado	Descrição do Produto/ Classificação dos produtos/

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2014								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
10	2014	ALVES, Leandro de Carvalho	Universidade Federal de Uberlândia	Transparência, desempenho e risco: uma comparação entre empresas de comércio eletrônico do Brasil e dos EUA	Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia	Dissertação	Setor não identificado	Desempenho/ Risco/ Transparência/ Crise
11	2014	CERIBELI, Harrison Bachion / MERLO, Edgard Monforte / CÂNDIDO, Ananda	Universidade Federal de Ouro Preto/ Universidade de São Paulo/ Faculdade de Ortolandia (UNIESP)	Uma proposta de segmentação dos consumidores no comércio eletrônico	Repositório Institucional da universidade Federal de Ouro Preto	Artigo	Setor não identificado	Preços Baixos/Conveniência/ Sites com boa reputação/ Segurança das Transações/
12	2014	CHEQUER, Karen Miranda	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais	A manifestação do consumidor insatisfeito nas comunidades virtuais: uma abordagem nenográfica	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais	Dissertação	Setor não identificado	Insatisfação com produto/ serviço / prazos muito longos para entrega/
13	2014	ESPÍRITO SANTO, Laiane Jesus do	Universidade Federal da Bahia	Uma abordagem mercadológica do e-commerce: estudo de caso do site Peixe Urbano na Região de Salvador	Repositório Institucional da universidade Federal da Bahia	Monografia/ TCC	Saúde e beleza/ Gastronomia/ produtos/ Diversão e entretenimento/ Serviços/ Bares e casas noturnas/ Hotéis e viagens/ Cursos e aulas/ esportes	Comodidade/ facilidade de compra/ Melhor preço/ Melhores condições de compra/ Redução dos gastos de investimento (empresa)/ Expansão dos limites de venda/ Redução nos valores dos impostos/ Aumento de volume de vendas/ Vulnerabilidade em termos de segurança/ Elevação da taxa de desemprego/

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2014								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
14	2014	ARAÚJO, Laryssa Ayalla Dantas	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Análise do modelo de negócios do e-commerce do Sacolão	Repositório Institucional da universidade Federal do Rio Grande do Norte	Monografia/ TCC	Cosméticos/ Telefonias/ Bazar/ Cama, mesa, banho/ Artigos para o lar/ Artigos para bebês/ brinquedos/ utensílios domésticos	Menor custo/ segmentação/ Personalização/ Conforto/ Variedade / Adaptabilidade/ Permanência/ efeito viral/ Grande Variedade de produtos/ Atendimento virtual/ Serviço ágil/ Atendimento de excelência/ Confiança/ Melhores ofertas/ melhores preços
15	2014	MARASSI, Alessandra de castro Barros	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Comunicação e consumo do livro no ciberespaço: um estudo sobre as interações dos leitores nas redes sociais e as mobilizações do comércio eletrônico	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Dissertação	Livros	Capas e resenhas/ livros de interesse/ Recomendação de outros leitores/ Preço/ entrega/ Promoções/ Adoro ver as recomendações da loja, mas nem sempre compro/ Não vê coerência nos livros sugeridos/ As recomendações são boas e acaba levando mais um
16	2014	COSTA, Paulo Henrique Silva e	Fundação Getúlio Vargas	O efeito de mecanismos de sistema de apoio a decisão pela web (SAD-WEB) nas decisões de compra online	Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas EAESP- SP	Dissertação	Setor não identificado	Avaliação do produto/ Quantidade de atributos/ Quantidade de alternativas/ modo de saber (comparação de produtos lado a lado)/ Reputação da loja/ Intenção de compra/ Conhecimento prévio sobre o produto/ urgência pelo produto/ reputação do fabricante/ Confiança na decisão sobre o produto/ Confiança na decisão sobre a loja/ Conhecimento sobre a loja

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2015								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
17	2015	CERIBELI, Harrison Bachion / INÁCIO, Raoni de Oliveira/ FELIPE, Israel José dos Santos	Universidade Federal de Ouro Preto	Um Estudo dos Determinantes da Decisão dos E-consumidores de Comprarem no Comércio Eletrônico	Repositório Institucional da universidade Federal de Ouro Preto	Artigo	Setor não identificado	Determinantes Funcionais (compradores acreditam que otimiza os resultados obtidos) / Determinantes Hedonistas (Propicia Diversão e Prazer) / Determinante Confiabilidade (É seguro e não se expõe a risco)
18	2015	SANT'ANA, Vanessa Araújo de	Universidade Federal de Santa Catarina	E-COMMERCE: Fatores que influenciam a Satisfação em compras on-line na percepção dos graduandos de administração da UFSC	Repositório Institucional da Universidade Federal de Santa Catarina	Monografia/ TCC	Setor não identificado	Confiança na empresa/ Segurança do site/ Privacidade dos dados/Forma de pagamento/ Preço/ Layout do Site/ Atendimento pré, durante e pós-venda
19	2015	AGUIAR, Marco Antônio Esteves de	Universidade Federal de Santa Catarina	Crossdocking e dropshipping aplicado ao e-commerce: um estudo de caso	Repositório Institucional da Universidade Federal de Santa Catarina	Monografia/ TCC	Varejo	Preço/ qualidade/ Disponibilidade/ comunicação/ Gestão Operacional/ Desempenho no atendimento/ Prazo/

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2015								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
20	2015	CARDOSO, Rafael Almeida Cardoso	Universidade Federal da Grande Dourados	A percepção do e-commerce: um levantamento entre consumidores da cidade de Dourados/MS acerca da propaganda	Repositório Institucional da Universidade Federal do Grande Dourados	Monografia/ TCC	Bebidas/ CD's/ Remédios/ Alimentícios/ Saúde/ DVD/ Móveis/ Decoração/ Brinquedos/ Pacotes de Viagem/ Estética e Beleza/ Esportivos/ Acessórios/ Passagens Aéreas/ Eletrodomésticos/ Livros/ Vestuário/ Calçado/ Eletrônicos/ Celulares	Promoção/ Liquidação/Oferta/ Propaganda/ Conforto/ Pagamento/ Variedade/ Site com fácil navegação (acessibilidade)/ Segurança/ Prazo de entrega/
21	2015	FREITAS, Keiliana Maranhão Guedes de Freitas	Universidade Federal do Ceará	E-commerce como meio de empreendedorismo: comercialização de moda alternativa	Repositório Institucional da universidade Federal do Ceará	Monografia/ TCC	Vestuário e Artesanato	Comparar preços/ maior exposição/ Menor Custo/ velocidade de distribuição/ Melhorar a qualidade de produtos e serviços/ Competitividade/ Forma de pagamento/
22	2015	CARVALHO, Clesiane de Oliveira	Universidade Federal de Lavras	O e-commerce como instrumento de comercialização para os produtos da agricultura brasileira: o caso do Programa Rede Brasil Rural	Repositório Institucional da Universidade Federal de Lavras	Tese	Agricultura	Possibilidade de fazer Comparação de produtos/ Conveniência/ Maior variedade/ Maior quantidade de informação

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2015								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
23	2015	SILVA, Pablo da Cruz Novo	Universidade Federal Fluminense	Gerenciamento de estoques em uma empresa de e-commerce	Repositório Institucional da Universidade Federal Fluminense	Monografia/ TCC	Logístico (empresa importadora)	Gerenciamento de estoque/ Logística integrada/ Prazo de satisfação do cliente/
24	2015	MOERSCHBACHER, Júlio Wilhelm / SILVEIRA, Sidnei Renato	Universidade Federal de Santa Maria/ Centro de Educação Superior Norte do RS	Criação de Lojas Virtuais por meio de Frameworks: Um Estudo de Caso	Repositório Institucional da Universidade Federal de Santa Maria	Monografia/ TCC	Alimentício (supermercado)	Painel administrativo/ Lojas/ Variedade de recursos e funcionalidades/ Integração nativa/
25	2015	ALVES JÚNIOR, Carlos Castro	Universidade Federal de Sergipe	Comércio eletrônico e a influência no comportamento do consumidor no turismo	Repositório Institucional da Universidade Federal de Sergipe	Dissertação	Turismo	Pacote de viagem personalizado/ Comunicação rápida e efetiva/ Preço/ tipo de produto / facilidade de compra e divulgação/ Efetivação da compra/ distribuição/ comodidade/ diversidade/
26	2015	PEREIRA, João Paulo Ames	Universidade Federal da Fronteira Sul	Comércio eletrônico: uma análise do perfil do consumidor virtual na Universidade Federal da Fronteira Sul Campus Cerro Largo	Repositório Institucional da Universidade Federal da Fronteira Sul	Monografia/ TCC	Eletrônicos/ Livros/ vestuário/ Calçado	Medo de Fraude/ Roubo de dados/ Insegurança (pontos negativos) / Maior comodidade/ Maior variedade de opções/ Mais econômico/ melhor condição de pagamento/ preço/

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2015								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
27	2015	SANTOS, Willian de Almeida	Universidade Federal do Paraná	A relação da qualidade em serviços com o comportamento do consumidor no comércio eletrônico (e-commerce)	Repositório Institucional da Universidade Federal do Paraná	Monografia de especialização	Varejo (Submarino/ Extra/ americanas/ Magazine Luiza)	Qualidade/ Design da página/ Agilidade de entrega/ Baixo custo/ flexibilidade de pagamento/ Confiabilidade/
28	2015	KNOPKI, Mario Roberto Gurgel	Universidade Federal do Paraná	A tendência do consumo e das importâncias via comércio eletrônico no Brasil	Repositório Institucional da Universidade Federal do Paraná	Monografia/ TCC	Moda/ Acessórios/ saúde/ Beleza/ Eletrodomésticos/ Livros/ telefonia/ Informática/	Comodidade/Variabilidade/ preço mais baixos/ isenção de fretes e impostos (mirando pros sites chineses)
29	2015	AZEVEDO, Bruno Cocentino	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	E-commerce: um estudo de caso no setor panaderil na cidade de Parnamirim - RN	Repositório Institucional da universidade Federal do Rio Grande do Norte	Monografia/ TCC	Panaderil	Comodidade
30	2015	AROEIRA, Tiago	Universidade Federal de Minas Gerais	Estudo sobre os antecedentes da satisfação, lealdade e desempenho no mercado brasileiro de e-commerce	Repositório Institucional da universidade Federal de Minas Gerais	Dissertação	Games/ tecnologia/ Eletrodomésticos/ eletrônicos/ Vestuário/ Beleza/ Perfumaria/Moveleiro/ decoração/ Filmes/ Brinquedos/ Serviços/ Informática/ Automotivo/ Utilidades domésticas	Satisfação (Confiança/ Variabilidade/ Interface de compra/ adaptabilidade/ compromisso com os clientes/ privacidade) Lealdade (satisfação ou inércia)

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2015								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
31	2015	PEREIRA, Evelyn Eliane Dias da Cruz	Universidade Federal do Rio de Janeiro	Economias de custos de transação na implantação de e-commerce	Repositório Institucional da universidade Federal do Rio de Janeiro	Monografia/ TCC	Moda e acessórios/ eletrodomésticos/ Cosméticos e perfumaria/ Informática/ livros/ Manufatura	Redução dos custos de comunicação/ maior volume de operações/ redução dos custos de transação a partir da tecnologia/
32	2015	ROCHA, Viviane Moura	Fundação Getúlio Vargas	Construindo lealdade no varejo online: a renda do consumidor faz diferença?	Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas EAESP- SP	Dissertação	Vestuário/ Eletroeletrônicos/ eletrodomésticos/ Calçados/ Automotivo/ Alimentício/ Moveleiro/ Brinquedos/ Turismo/ Informática/ Celulares	Lealdade/ Satisfação/ Confiança
Ano 2016								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
33	2016	CERIBELLI, Harrison Bachion / CONTE, Gabriel Manthay	Universidade Federal de Ouro Preto	Análise do comportamento caronista no comércio eletrônico	Repositório Institucional da universidade Federal de Ouro Preto	Artigo	Varejo eletrônico	Preço/ Conveniência/ Menor risco/ Maior Informação

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2016								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
34	2016	QUINARELLI, Polyane Christie Nunes	Universidade Federal de Uberlândia	Análise discriminante aplicada na aprovação de pedidos realizados com cartão de crédito em um e-commerce	Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia	Monografia/ TCC	Telefonia/ Informática/ Games/ Eletrônicos/ Eletrodomésticos/ Eletroportáteis/ Utilidades domésticas/ Moveleiro/ Alimentício	Fraudes/ chargebacks
35	2016	BARROS, Fausto Karlaire de	Universidade Federal do Espírito Santo	A qualidade em serviços logísticos como um fator relevante para a lealdade do cliente de comércio eletrônico	Repositório Institucional da Universidade Federal do Espírito Santo	Dissertação	Moveleiro/ Eletrodomésticos/ Eletrônicos/ Informática e equipamentos portáteis	Lealdade do cliente/ Qualidade Logística/ Falhas no serviço logístico/ comunicação/ Disponibilidade/ Atraso na entrega (ponto negativo)
36	2016	BORGES, Raquel Barroso de Oliveira	Universidade de Brasília	A tradução de rótulos virtuais no e-commerce: um olhar sobre cosméticos infantis	Repositório Institucional da Universidade de Brasília	Dissertação	Cosméticos Infantis	Tradução de rótulos/ Oferta/ Preço/ Variedade/ Qualidade/ Faixa etária/ Formulação dos produtos/ Testes de Segurança/ Advertências/ Código de defesa do consumidor/ Informações sobre os produtos/ Papéis dos rótulos como fonte de informação.

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2016								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
37	2016	JIANYA, Zheng	Universidade de Brasília	Uma Investigação de Relacionamentos Baseados na Competição entre Stakeholders no Comércio Eletrônico Utilizando Teoria dos Jogos	Repositório Institucional da Universidade de Brasília	Tese	Comercio	Concorrência entre stakeholders
38	2016	MORIGUCHI, Stella Naomi / BARBON JÚNIOR, Sylvio / ANDRADE, Darly Fernando / MURAKAMI, Luiz Carlos	Universidade Federal de Uberlândia/ Universidade Estadual de Londrina/ Universidade Fundação Mineira de Educação e Cultura/ Universidade Federal do Ceara	Relacionamento de qualidade no comércio eletrônico	Repositório Institucional da universidade Federal do Ceará	Artigo	Comercial	Preço/ Marca/ Prazo de Entrega/ Frete/ Atitude/ Comportamento/ Lealdade nas compras/ Valor percebido/ Comprometimento/ Satisfação/ Confiança
39	2016	COELHO, Sérgio Thuler	Universidade Federal Fluminense	Auxílio multicritério à decisão para hierarquização de fornecedores de uma empresa de comércio eletrônico de artigos de moda íntima	Repositório Institucional da Universidade Federal Fluminense	Monografia/ TCC	Vestuário (moda íntima)	Entrega/ preço/ Qualidade/ Relacionamento (tamanho da venda) / Negociação

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2016								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
40	2016	PIZZOL, João Augusto Dal	Universidade Federal de Santa Maria	Metodologia startup enxuta aplicada no desenvolvimento de um modelo de negócio de comércio eletrônico de produtos artesanais para bebês: uma pesquisa-ação	Repositório Institucional da Universidade Federal de Santa Maria	Monografia/ TCC	Artesanato	Variedade/ Comodidade/ Preço mais baixos/ Possibilidade de acesso 24 horas/ Menor tempo de compra/ Comparação de Ofertas/ Qualidade/
41	2016	KRIGINSKI, Priscila de Lara	Universidade Federal do Paraná	Plano de negócios: abertura de um e-commerce de semijóias	Repositório Institucional da Universidade Federal do Paraná	Monografia de especialização	Jóias	Maior qualidade/ Pagamento facilitado/Garantia por tempo determinado/ Personalização da embalagem de entrega/ Distribuição por todo Brasil
42	2016	MACIEL, Vinicius Gomes	Universidade Federal do Pampa	Comportamento de compra on-line de adolescentes das escolas públicas e privadas de Sant'Ana do Livramento/RS	Repositório Institucional da Universidade Federal do Pampa	Monografia/ TCC	Educação	Menor preço/ Variedade de produtos/ Facilidade de compra/ Poder de comparação/ Comodidade/

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2016								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
43	2016	CHAGAS, Fernanda Bard	Universidade Federal da Fronteira Sul	O Comércio eletrônico brasileiro nas redes sociais virtuais	Repositório Institucional da Universidade Federal da Fronteira Sul	Monografia/ TCC	Games/ tecnologia/ Eletrodomésticos/ eletrônicos/ Vestuário/ Beleza/ Perfumaria/Moveleiro/ decoração/ Filmes/ Brinquedos/ Informática/ Serviços/ Automotivo/ Alimentação/Utilidades domésticas/ Enxoval/ Calçados	Expansão/ Maior quantidade de fornecedores/ Menor custo/ Facilidade/ Customização/ Aprimoramento dos processos/ Aumento do lucro/ Interface amigável/ Comodidade/ preço
44	2016	ALMEIDA, Urique Hoffmann de Souza	Universidade Federal do Amazonas	Learning to Recommend Similar Alternative Products in e-Commerce Catalogs	Repositório Institucional da Universidade Federal do Amazonas	Dissertação	Tecnologia da informação (busca da informação)	Preço/ Eficácia do processo
45	2016	SILVA, Élvio Ribamar Ferreira	Universidade Federal de Rondônia	(In) Efetividade do CDC no direito de arrependimento das relações de consumo via comércio eletrônico	Repositório Institucional da Universidade Federal de Rondônia	Monografia/ TCC	Aéreo	Personalização de bens e serviços/ Diminuição do tempo de escolha/ Redução dos custos de transação/ Menor preço/ Insegurança em fornecer seus dados/ Direito de arrependimento da compra

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2016								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
46	2016	BAZZANEL LA, Eduardo Muxfeldt	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul	Tributação sobre os vídeos sob demanda: a influência da globalização sobre as normas tributárias	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul	Dissertação	Setor não identificado	Variáveis não identificadas
47	2016	MOREIRA, Tatiana Artioli	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	O comércio eletrônico e a proteção do consumidor no direito brasileiro	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Dissertação	Moda e acessórios/ Cosméticos e perfumaria/ Cuidados pessoais e saúde/ Eletrodomésticos/ Telefonia/ Livros e assinaturas em revistas	Maior atratividade para o mercado/ Melhor comunicação com os clientes/ Redução nos custos de inserção dos produtos/ Preço/ Maior variedade de produtos/ menor custo de comercialização/ Maior competitividade entre os fornecedores/ Diminuição da cadeia distributiva/ O consumidor tem sua privacidade assegurada/
48	2016	GIORGI, Fernando Di	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Comércio eletrônico: modificações econômicas e funcionais na esfera da circulação	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Dissertação	Games/ tecnologia/ Eletrodomésticos/ eletrônicos/ Vestuário/ Beleza/ Perfumaria/ Moveleiro/ decoração/ Filmes/ Brinquedos/ Informática/ Serviços/ Automotivo/ Utilidades domésticas	Redução dos custos salariais/ Crescimento por transferência de canal de vendas/ Expansão ilimitada da oferta/ Estratégias diferenciais de crescimento

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2016								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
49	2016	SANTAROS A, Rosana	Fundação Getúlio Vargas	A inatividade das lojas virtuais: Uma Análise do Comércio Eletrônico à Luz da Inovação	Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas EAESP- SP	Dissertação	Vestuário e acessórios/ Informática/ Artigos esportivos	Qualidade do produto/ preço/ Eficiência/ Qualidade do sistema/ Qualidade dos Serviços/ Tempo de resposta da empresa/ Adequação dos produtos e serviços/ Estratégia/ LADOS NEGATIVOS --> Logística de entrega inadequada/ expectativas irreais/ Tecnologia ultrapassada
Ano 2017								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
50	2017	STELTER, Debora Nunes	Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Comércio eletrônico e a proteção de dados do consumidor	Repositório Institucional da Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Monografia de especialização	Setor não identificado	Segurança dos dados/ Preço/ Qualidade/ Aumento dos lucros/
51	2017	SANTOS, Cladna Ramos dos	Universidade Federal da Paraíba	Análise do comportamento dos consumidores via e-commerce: estudo com universitários do curso de Administração do primeiro e último período da Universidade Federal da Paraíba	Repositório Institucional da Universidade Federal da Paraíba	Monografia/ TCC	Setor não identificado	Produtos/ Preços/ Atendimento Personalizado/ Praticidade de compra/ Comodidade/ Oferta/ Inovação

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2017								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
52	2017	SILVA, João Antônio Farias da / PADILHA, Rafaela Oliveira	Universidade Federal de Santa Catarina	E-commerce e marketing digital no desenvolvimento de um site recomendações - O caso iObras	Repositório Institucional da Universidade Federal de Santa Catarina	Monografia/ TCC	Obras e reformas em geral	Qualidade/ Inovação/ Preço/ prazo na prestação do serviço
53	2017	WARMLING, Arthur/ ZANATTA, Rodrigo Darabas	Universidade Federal de Santa Catarina	Avaliação de usabilidade em e-commerce: análise sob a ótica de um usuário convencional	Repositório Institucional da Universidade Federal de Santa Catarina	Monografia/ TCC	Games/ tecnologia/ Eletrodomésticos/ eletrônicos/ Vestuário/ Beleza/ Perfumaria/Moveleiro/ decoração/ Filmes/ Brinquedos/ Informática/ Serviços/ Automotivo/ Utilidades domésticas	Qualidade de experiência do usuário convencional (usabilidade)
54	2017	SCHNEIDER, Victor Matheus	Universidade Federal de Santa Catarina	Uma análise das operações logísticas no comércio eletrônico brasileiro com foco nos serviços de transporte	Repositório Institucional da Universidade Federal de Santa Catarina	Monografia/ TCC	Transporte	Entrega (atraso)/ Confiabilidade/ Prazo/ preço mais baixo/ Praticidade/ Qualidade no transporte/

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2017								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
55	2017	MARQUES, Leonardo Torres	Universidade Federal do Ceará	Identificação do perfil do consumidor de comércio eletrônico de Quixadá-CE: visando a abertura de negócios eletrônicos para a Região	Repositório Institucional da universidade Federal do Ceará	Monografia/ TCC	Tecnologia da informação	Qualidade do Serviço/ Preço/ Comodidade/ Facilidade de comparar preços e produtos
56	2017	CHAGAS, Rafael Barbosa das	Universidade Federal Fluminense	O aumento da participação do e-commerce no Brasil: uma mudança na preferência na forma de consumo	Repositório Institucional da Universidade Federal Fluminense	Monografia/ TCC	Varejo	Menor preço/ Conforto (comodidade)/ Frete grátis/ Fácil acesso aos produtos/ Confiança-- ----- LADO NEGATIVO----> Falta de contato com o produto/ demora na entrega/ receio de não ser entregue/ insegurança com dados bancários
67	2017	TINOCO, Filipe Lannes	Universidade Federal Fluminense	Ferramenta de avaliação e produtos utilizando análise multicritério: um estudo de caso no e-commerce	Repositório Institucional da Universidade Federal Fluminense	Monografia/ TCC	Produtos eletrônicos	Portfólio de produtos/ Preços competitivos/ Qualidade/ Entrega imediata
58	2017	RIBEIRO, Joelton Diego	Universidade Federal do Paraná	Análise do comércio eletrônico para grandes indústrias: impacto inovativo do Portal e-commerce	Repositório Institucional da Universidade Federal do Paraná	Monografia/ TCC	Industria de Tecnologia e energia	Atingir maior número de clientes/ Agilizar o tempo de faturamento e entrega/ Facilidade de saber preços/ Segurança digital

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2017								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
59	2017	NETO, Conrado Bianchi	Universidade Federal do Paraná	Comércio eletrônico (e-commerce) e sua influência no processo de internacionalização das empresas	Repositório Institucional da Universidade Federal do Paraná	Monografia de especialização	Vestuário/ Manufatura e Serviços	Obter maiores lucros/ Conseguir preço e destaque/ Maior comodidade para o cliente/ Baixo custo de manutenção/ Alta fidelização/ Praticidade/ Redução de custos/ Maior competitividade
60	2017	WEBLER, Patrícia	Universidade Federal da Fronteira Sul	Comércio eletrônico: a satisfação do consumidor na compra online	Repositório Institucional da Universidade Federal da Fronteira Sul	Monografia/ TCC	Moda e acessórios/ Eletrodomésticos/ Telefonia/	Preço mais baixo/ Diversidade de produtos/ Novidade de produtos/ Promoções/ Entrega no prazo/ Compra a qualquer hora/ Qualidade no produto e atendimento/ Segurança/ comodidade/ Apenas por ser vendido/ Economia de tempo/ Facilidade
61	2017	CALBENTE, Diego Rodrigo	Universidade Federal do Paraná	Valor estratégico percebido da tecnologia e adoção de comércio eletrônico em micro e pequenas empresas	Repositório Institucional da Universidade Federal do Paraná	Dissertação	Educação/ Governo/ Finanças/ Saúde/ Construção/ Transportes/ Seguros/ Manufatura/ Atacado e Varejo	Reputação do site/ Qualidade do atendimento/
62	2017	PAULA, Mariana Bevilaqua dos Santos	Universidade Federal do Paraná	A implantação do comércio eletrônico no varejo e seus impactos: um estudo de caso da Liga do Doce Distribuidora - Pinhais/PR	Repositório Institucional da Universidade Federal do Paraná	Monografia de especialização	Doces e chocolates	Satisfação/ Qualidade/ Melhores preços/ Maior variedade/ Comodidade/ Forma de pagamento/ Interação da página

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

(continuação)

Ano 2017								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
63	2017	COSTA, Albert Florêncio da	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Interfaces amigáveis para consultores comerciais realizarem negócios digitais: Estudo de caso com Corretores de Seguros.	Repositório Institucional da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	Tese	Seguros	Interface amigável/ Competitividade/ melhorar a qualidade do produto
Ano 2018								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
64	2018	OLIVEIRA, Adelmário Rodrigues de	Fundação Getúlio Vargas	Os efeitos da transformação de uma loja convencional em uma loja virtual	Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas EAESP- SP	Dissertação	Imagem/ Telefonia/ Eletro pesado/ Tecnologia/ moveleiro/	Maior Variedade/ Preço competitivo/ Maior detalhamento dos produtos/ Redução de despesa
65	2018	VITORINO, Carolina Bonesso	Fundação Getúlio Vargas	Avaliação da eficiência de anúncios no Instagram: um experimento no depósito da lingerie	Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas EAESP- SP	Dissertação	Moda íntima feminina	Comodidade/ Preço
66	2018	PEDRO, Wagner Osti	Fundação Getúlio Vargas	A responsabilidade civil das agências de turismo online nos contratos de hospedagem	Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas DIREITO SP	Dissertação	Turismo	Preço/ Condição de pagamento/ Fotos/ Opiniões de outros hóspedes/ Categoria de estrelas/ Redução do custo no anúncio dos quartos/ Tempo/ otimização de processos/ Customização da oferta

Quadro 14 - Banco de dados da pesquisa

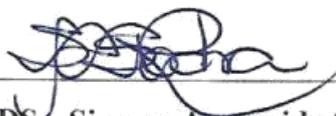
(conclusão)

Ano 2018								
Nº	Ano da Publicação	Autor (es)	Instituição de origem dos autores	Título da publicação	Base da pesquisa	Tipologia	Setor/ Produto/Serviço	Variáveis do e-commerce
67	2018	MAKDISSI JUNIOR, Jean Mikhael	Fundação Getúlio Vargas	Marketplace on-line para um cluster comercial: desafios para implantação no Brás	Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas EAESP- SP	Dissertação	Vestuário/ Moda	Preço (dificuldade de trabalhar com preços baixos) / Adaptação da logística, preço e imagem da loja
68	2018	RAZUK FILHO, Horácio	Fundação Getúlio Vargas	Relação entre Área de Loja e Desempenho de Venda em Contexto de Multicanal idade	Repositório Institucional da Fundação Getúlio Vargas EAESP- SP	Dissertação	Cama, mesa e banho (loja zelo)	Preço/ Entrega (induz o cliente a comprar online)/ falta de confiança (quando não se tem uma loja física)

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

DECLARAÇÃO

Certifico que o trabalho de conclusão de curso intitulado “ANÁLISE DA PRÁTICA LOGÍSTICA DO E-COMMERCE A PARTIR DE UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO”, de autoria do discente **Pedro Henrique Moura de Oliveira** foi aprovado sem recomendações de alteração pela banca examinadora e que estou de acordo com a versão final do trabalho.



Professora DSc. Simone Aparecida Simões Rocha
Orientadora

Mariana, 18 de dezembro de 2018.