



PERCEPÇÃO DE CONSUMIDORES SOBRE A INFLUÊNCIA DA LOGÍSTICA NO POSICIONAMENTO DE MARCAS NO E-COMMERCE

André Chagas de Sousa¹
Maria José Targino de Oliveira²
Moisilene Pereira Farias³
Pablo Juan Carneiro de Sousa⁴
Raquel de Souza Oliveira⁵

RESUMO

A eficiência logística influencia diretamente a percepção do consumidor quanto à confiabilidade, ao comprometimento e à imagem das marcas. Entregas rápidas, cumprimento de prazos e comunicação eficaz durante o processo de compra são fatores determinantes para a satisfação e fidelização dos clientes no ambiente digital. Diante disso, o problema de pesquisa levantado foi: como a eficiência logística contribui para o posicionamento da marca no mercado? O objetivo geral consiste em analisar a percepção de consumidores pessoa física sobre a influência da logística na reputação das marcas no e-commerce. O estudo foi desenvolvido por meio de pesquisa bibliográfica, conforme as orientações de Gil (2008), complementada por uma pesquisa de campo realizada entre setembro e outubro de 2025, por meio do Google Forms. O instrumento de coleta de dados foi um questionário estruturado com perguntas fechadas, e a análise baseou-se na estatística descritiva. Os resultados revelaram que a logística exerce forte influência na percepção e fidelização dos consumidores de lojas virtuais. O preço foi o fator mais citado (40,9%), seguido pela rapidez na entrega (31,8%), evidenciando que o desempenho logístico é decisivo no momento da compra. O prazo de entrega impacta diretamente a recompra, sendo determinante para 63,6% dos entrevistados, enquanto a entrega pontual reforça a imagem da marca para 77,3% dos consumidores. Atrasos e falhas de comunicação geram insatisfação e perda de confiança, especialmente na ausência de suporte adequado. Conclui-se que a logística é um fator estratégico para a competitividade, a confiança e a diferenciação das empresas no e-commerce. A eficiência em frete, entrega e comunicação reforça a credibilidade e o profissionalismo empresarial, enquanto falhas comprometem a reputação. Assim, a logística deve integrar a estratégia de marketing, sendo essencial investir em agilidade, rastreabilidade e atendimento pós-venda para o fortalecimento das marcas digitais.

Palavras-chave: Pesquisa; Preço; Informação.

REFERÊNCIAS

- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7ª. ed. São Paulo: Atlas, 2022.
- BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos**. 5ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: estratégia, planejamento e operação**. 4ª. ed. Londres: Pearson, 2002.

¹ Docente pelo Centro Universitário Sul Americano - UNIFASAM. Mestre e Doutor em Agronegócio pela Universidade Federal de Goiás. E-mail: adm.chagas@hotmail.com

² Graduanda do curso de Administração do Centro Universitário – UNIFASAM. E-mail: XXXXXXXXXXXXXXXXXX

³ Graduanda do curso de Administração do Centro Universitário – UNIFASAM. E-mail: XXXXXXXXXXXXXXXXXX

⁴ Graduando do curso de Administração do Centro Universitário – UNIFASAM. E-mail: XXXXXXXXXXXXXXXXXX

⁵ Graduanda do curso de Administração do Centro Universitário – UNIFASAM. E-mail: XXXXXXXXXXXXXXXXXX