

O IMPACTO DA DISTRIBUIÇÃO LOGÍSTICA NA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NO E-COMMERCE: UMA RELEITURA BIBLIOGRÁFICA

Flemmer Manuel Farias Mendoza¹

Bruna da Silva Pedrosa²

Victor da Silva Almeida³

RESUMO: O presente estudo tem como objetivo analisar o impacto da eficiência da distribuição logística na experiência do cliente no e-commerce, buscando compreender de que forma fatores como tempo de entrega, rastreabilidade e acuracidade dos pedidos influenciam a satisfação e a fidelização dos consumidores. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, de abordagem qualitativa e caráter descritivo, fundamentada na análise de artigos científicos e estudos sobre logística e comércio eletrônico. Além disso, procedeu-se ao mapeamento dos principais processos logísticos, como armazenagem, processamento de pedidos, transporte e monitoramento, bem como à identificação de indicadores de desempenho relacionados à eficiência, à confiabilidade e à qualidade da distribuição. Os resultados demonstram que a eficiência logística exerce influência direta sobre a percepção de qualidade do serviço e a satisfação dos consumidores. Entre os fatores analisados, destacam-se o cumprimento dos prazos de entrega, a precisão dos pedidos e a disponibilidade de informações de rastreamento, que contribuem para o fortalecimento da confiança do consumidor e para uma experiência de compra mais satisfatória. Conclui-se que a integração dos processos logísticos, aliada ao uso de tecnologias de monitoramento e à gestão eficiente dos indicadores de desempenho, contribui para a melhoria da experiência do cliente e para o fortalecimento da competitividade das empresas no comércio eletrônico.

Palavras-chave: Logística de distribuição. E-commerce. Satisfação do cliente. Desempenho logístico. Fidelização do cliente.

I INTRODUÇÃO

O crescimento do e-commerce no Brasil tem transformado a forma como empresas e consumidores se relacionam, tornando a logística de distribuição um dos principais fatores estratégicos para o sucesso das operações. Nesse contexto, a rapidez na entrega, a confiabilidade dos prazos e a integridade dos produtos passaram a ser elementos essenciais, influenciando diretamente a percepção sobre a qualidade do serviço prestado.

¹ Pós-Graduação FAMETRO.

² Pós-Graduação FAMETRO.

³ Orientador. Doutor em Gestão da Inovação pelo Programa de Pós-Graduação em Biotecnologia da Universidade Federal do Amazonas (UFAM, 2025). Pós-Graduação FAMETRO.

Diante desse cenário, este estudo busca responder à seguinte questão de pesquisa: qual é o impacto da eficiência da distribuição logística na experiência do cliente em plataformas de e-commerce?

Para responder a essa questão, o trabalho tem como objetivo analisar como a eficiência da distribuição logística influencia a experiência, a satisfação e a fidelização dos consumidores no e-commerce.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A gestão da cadeia de suprimentos constitui um elemento importante para o funcionamento das operações logísticas, especialmente no contexto do comércio eletrônico. Segundo Jesus et al. (2025), o Supply Chain Management refere-se ao gerenciamento integrado da cadeia de suprimentos, abrangendo os processos logísticos desde a produção até a entrega ao consumidor final. Essa integração busca atender às expectativas dos clientes por meio de uma gestão eficiente de fluxos, reduzindo movimentações desnecessárias e contribuindo para a redução dos custos operacionais.

No contexto do e-commerce, a eficiência desses processos torna-se ainda mais relevante diante das transformações ocorridas nas relações entre empresas e consumidores. Gallo (2018) destaca que a criação de novas ferramentas se tornou fundamental para a permanência das empresas no ambiente online, caracterizado pela necessidade constante de criatividade e inovação. Essa perspectiva relaciona-se às observações de Santos (2021), que associa o crescimento das lojas virtuais às mudanças de comportamento dos consumidores e ao desenvolvimento de novas tecnologias, especialmente a partir das transformações provocadas pela pandemia.

Além da expansão das operações digitais, Santos (2021) ressalta que o e-commerce proporciona maior comodidade tanto para consumidores quanto para vendedores, permitindo que os produtos permaneçam disponíveis em ambiente virtual, assim ampliando as possibilidades de compra e venda. Mesmo após o período de maior impacto da pandemia, o comércio eletrônico manteve sua relevância, principalmente em razão da facilidade de acesso. Embora a compra seja realizada em ambiente digital, Gallo (2018) evidencia que a conclusão desse processo depende da entrega física do produto, demonstrando a importância de um sistema de distribuição capaz de sustentar as operações realizadas em ambiente virtual.

Nesse sentido, as contribuições de Gallo (2018) e Jesus et al. (2025) convergem ao demonstrar que o desempenho do comércio eletrônico está relacionado à eficiência dos processos logísticos. Enquanto Jesus et al. (2025) enfatizam a gestão integrada dos fluxos e a redução de movimentações e custos desnecessários, Gallo (2018) destaca aspectos diretamente percebidos pelo consumidor como a qualidade da entrega, a quantidade correta, a integridade do produto e os custos de frete. Dessa forma, a eficiência operacional e a qualidade do serviço de entrega apresentam-se como dimensões complementares da experiência do consumidor no e-commerce.

A relação entre logística e experiência do cliente também é evidenciada por Praxedes e Oliveira Filho (2025), que ressaltam a relevância do contato com o consumidor durante o processo de compra, especialmente no momento da entrega do produto. Essa perspectiva complementa as contribuições de Gallo (2018), ao demonstrar que a experiência de compra não depende apenas das características do ambiente virtual, mas também da forma como o processo logístico é executado até a chegada do produto ao consumidor.

A análise conjunta dessas contribuições permite compreender que a logística influencia diretamente a satisfação do cliente, uma vez que a experiência de compra no e-commerce não se encerra com a realização do pedido. A integração dos processos destacada por Jesus et al. (2025), a qualidade da distribuição discutida por Gallo (2018), a comodidade proporcionada pelo comércio eletrônico apontada por Santos (2021) e a relevância da etapa de entrega ressaltada por Praxedes e Oliveira Filho (2025) demonstram diferentes dimensões de uma mesma relação entre desempenho logístico e experiência do consumidor.

Assim, após a realização da compra, o processo de distribuição deve corresponder às expectativas do consumidor quanto ao prazo, à qualidade e à confiabilidade da entrega. Falhas nessa etapa, como atrasos ou a não realização da entrega, podem comprometer a experiência do cliente e impactar negativamente a percepção sobre a Empresa. Nesse sentido, a articulação entre eficiência operacional, qualidade da distribuição e atendimento às expectativas do consumidor evidencia a importância estratégica da logística para a satisfação e fidelização dos clientes no comércio eletrônico.

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada neste trabalho consistiu em uma pesquisa bibliográfica, de abordagem qualitativa e caráter descritivo. O objetivo deste estudo foi compreender o impacto

da eficiência da distribuição logística na experiência do cliente no e-commerce, a partir da análise de estudos já existentes. O estudo foi fundamentado em artigos científicos e dissertações sobre logística e comércio eletrônico.

No mapeamento dos principais processos da distribuição logística no e-commerce, foram consideradas as etapas de recebimento e armazenagem, processamento de pedidos, transporte e entrega, monitoramento e rastreamento.

No recebimento e na armazenagem, considerou-se a adoção do programa 5S como forma de contribuir para a organização e a rastreabilidade, assegurando a acuracidade do estoque, reduzindo erros no envio de materiais e, conseqüentemente, aumentando a confiança do cliente.

Em relação ao processamento de pedidos, considerou-se a separação do material de acordo com o pedido realizado, visando à redução do tempo de processamento e a maior precisão na entrega.

Quanto ao transporte e à entrega, foram considerados o planejamento da roteirização e a gestão dos prazos, uma vez que o tempo e a eficiência da entrega constituem fatores relevantes para a satisfação dos clientes.

No monitoramento e rastreamento, foram analisados o acompanhamento dos pedidos em tempo real e a comunicação com o cliente, possibilitando maior transparência e atualização das informações relacionadas ao trajeto do material.

4

Jesus et al. (2025) apontam que o uso de tecnologias para rastrear e otimizar rotas contribui diretamente para a gestão das empresas, favorecendo a otimização e a eficiência operacional, reduzindo erros e possibilitando ajustes nas rotas de entrega de forma mais ágil e eficiente.

Para definir os principais indicadores da distribuição logística diretamente relacionados ao cliente no e-commerce, utilizamos como base os critérios de eficiência, confiabilidade e qualidade na entrega.

Jesus et al. (2025) destacam que os principais fatores que dificultam o atendimento aos indicadores incluem a falta de treinamento operacional e a ineficiência dos sistemas de gestão logística, resultando em atrasos, endereços incorretos e falhas na comunicação com os clientes, que podem gerar a insatisfação do consumidor.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para a análise e discussão dos resultados, foram reunidas as contribuições de cada autor em um quadro comparativo sobre logística e satisfação do cliente no e-commerce:

Autor	Foco do estudo	Principais pontos	Indicador	Relação com o cliente
Jesus et al. (2025)	Gestão logística e cadeia de suprimentos.	Integração dos processos logísticos, eficiência operacional e redução de falhas.	Eficiência e confiabilidade logística.	Redução de erros e atrasos, contribuindo para a satisfação do cliente.
Gallo (2018)	Logística aplicada ao e-commerce.	Qualidade da entrega, cumprimento dos prazos e eficiência na distribuição.	Qualidade e eficiência da entrega.	Entregas e comunicação adequada contribuem para a satisfação e fidelização do cliente
Praxedes e Oliveira Filho (2025)	Experiência do cliente na entrega.	Qualidade do serviço logístico e importância da entrega na experiência de compra.	Qualidade e entrega.	A eficiência no processo de entrega contribui para uma experiência positiva e para a satisfação do cliente.
Santos (2021)	Crescimento e desenvolvimento do e-commerce.	Expansão das lojas virtuais, avanço das tecnologias e comodidade nas compras online.	Acessibilidade e conveniência.	Facilidade de acesso e comodidade favorecem a satisfação e fidelização do cliente.

Fonte: Elaborado pelos autores (2026)

A análise comparativa dos autores evidencia a relevância da eficiência logística na satisfação do cliente no e-commerce. Jesus et al. (2025) e Praxedes e Oliveira Filho (2025) abordam aspectos relacionados à eficiência logística e à experiência do consumidor, destacando fatores como qualidade, confiabilidade e desempenho das operações. Santos (2021) e Gallo (2018) também contribuem para essa análise ao evidenciar aspectos que influenciam a experiência de compra e a fidelização dos clientes.

Observa-se que os autores apontam a importância da integração dos processos logísticos, desde o armazenamento até o atendimento pós-entrega, como elemento relevante para a satisfação e a fidelização do cliente. As diferentes contribuições evidenciam prioridades distintas. Enquanto alguns autores destacam a eficiência operacional e a redução de custos, outros enfatizam a agilidade na entrega, a qualidade do serviço e a transparência na comunicação com o consumidor.

Essa discussão demonstra que a eficiência logística não se limita à rapidez, mas envolve diferentes aspectos da cadeia de suprimentos, como o planejamento, a comunicação e a gestão eficiente de indicadores. Esses elementos compõem um sistema que impacta diretamente a satisfação dos consumidores e o sucesso das operações de e-commerce.

A partir das contribuições dos autores apresentados, é possível identificar os principais indicadores logísticos que influenciam diretamente a satisfação do cliente no e-commerce. Esses indicadores sintetizam os elementos mais recorrentes na literatura e permitem compreender de que forma a eficiência operacional influencia a experiência e a satisfação do cliente.

A análise realizada permite verificar que os estudos consultados apresentam convergência quanto aos principais fatores logísticos que influenciam a satisfação do cliente no e-commerce. Embora cada autor enfatize aspectos específicos da distribuição logística, observa-se que elementos como eficiência operacional, cumprimento de prazos e transparência no acompanhamento dos pedidos aparecem de forma recorrente na literatura. Com base nessa síntese, o quadro a seguir apresenta os principais indicadores logísticos identificados na literatura e seus respectivos impactos na satisfação do cliente no e-commerce.

Indicador	Descrição	Impacto na satisfação do cliente
Tempo de entrega (eficiência)	Cumprimento dos prazos de entrega e agilidade na distribuição dos pedidos.	O cumprimento dos prazos contribui para a satisfação e confiabilidade do cliente.
Rastreabilidade (confiabilidade)	Acompanhamento dos pedidos em tempo real e atualização das informações de entrega.	Aumenta a transparência e fortalece a confiança do cliente.
Acuracidade dos pedidos (qualidade)	Precisão na separação e no envio dos produtos solicitados.	Reduz erros e frustrações, contribuindo para a confiança e satisfação do cliente.

Fonte: s: Elaborado pelos autores (2026)

A análise dos indicadores demonstra que a eficiência logística é multidimensional, envolvendo rapidez, precisão e comunicação. O tempo de entrega e a qualidade do serviço destacam-se como fatores relevantes nos estudos analisados, enquanto o rastreamento constitui um diferencial competitivo na experiência do cliente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo analisar o impacto da eficiência da distribuição logística na experiência e na satisfação do cliente no e-commerce, com base em indicadores de desempenho na revisão bibliográfica. A partir da análise dos estudos selecionados, observou-se que a logística constitui um fator determinante para a percepção de qualidade e para a fidelização do consumidor.

Os resultados apontam que o tempo de entrega, a precisão dos pedidos e a rastreabilidade são indicadores relevantes na relação entre o desempenho logístico e a satisfação do cliente. A eficiência operacional, aliada à comunicação transparente e à gestão eficiente de

processos logísticos, contribui para uma experiência positiva e fortalece a confiança do consumidor nas plataformas de e-commerce.

Conclui-se que a integração dos processos logísticos é essencial para promover a competitividade e a satisfação dos clientes. Empresas que investem em tecnologia, planejamento e capacitação de equipes tendem a alcançar melhores resultados operacionais e a fortalecer a fidelização de clientes.

Por fim, recomenda-se que futuras pesquisas explorem também a influência da logística reversa e da sustentabilidade sobre a satisfação do cliente, ampliando a compreensão sobre práticas logísticas responsáveis e inovadoras no comércio eletrônico.

REFERÊNCIAS

GALLO, Carolina Vidal. Influência da logística de entrega na satisfação e no índice de recompra de produtos no e-commerce. 2018.

SANTOS, Stephanny Mariano dos. E-commerce e cliente: a satisfação do consumidor online em tempos de coronavírus. 2021. 87 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual de Goiás, Unidade Universitária de Luziânia, 2021.

JESUS, André Marlos Oliveira de et al. (2025) Gestão de frotas e otimização da logística: reduzindo erros no processo de entrega de e-commerce.

PRAXEDES, Lucas Bruno F.; OLIVEIRA FILHO, Isaac de L. Desempenho Logístico no Brasil: Análise Geoespacial sobre Prazos de Entrega, Custos de Frete e Satisfação do Cliente no E-commerce. In: Simpósio Brasileiro de Banco de Dados (SBBD). SBC, 2025. p. 344-351.