COMPROVANTES

Anima Business Lab - Squad 1 Inteligência Competitiva, Universidade Anhembi Morumbi Campus Paulista, uma parceria realizada entre a TecBan e a universidade

Orientação: Profa. Dra. Liana Peçanha

TecBan

Utilização de *Lockers* com a TecBan. Ciências Sociais Aplicadas.

Autores: Maria Luiza de Oliveira Mance, Carina Hublet Zambrana, Ana Beatriz Silva Carvalho, Eliel Ribeiro dos Santos de Andrade, Mariana Gonçalves de Souza, Pedro Henrique Sena da Cunha, Taiane Carneiro Dias e Vitória Rodrigues Nunes.
Orientação: Prof. Liana Caron Nazareth Peçanha; **Coorientação:** Prof. Gustavo Torres Custodio.

Universidade Anhembi Morumbi
Inteligência Competitiva, Paulista

Introdução

O *e-commerce* trouxe a necessidade de aprimorar a logística de entregas, como a utilização dos *lockers*, armários inteligentes e tecnológicos para armazenar encomendas com segurança e acompanhamento *online.*

Histórico da TecBan

- 40 anos no mercado.
- Soluções tecnológicas.
- Foco no cliente e segurança.
- Banco 24Horas, ATM e *Open Banking*.

Objetivos

Conectar a tecnologia dos *lockers* com os interesses da TecBan e analisar a expansão de mercado no Brasil.

Metodologia

Após verificar a utilização do *locker* no Brasil, ocorreu o levantamento de dados por facilidade de acesso sobre a quantidade média de pessoas na linha amarela do metrô de SP e no Allianz Parque. Em seguida, pretende-se elaborar um estudo exploratório com entrevistas.

Bibliografia
TECBAN. Sobre nós. Site da empresa. Disponível em https://www.tecban.com.br/sobre-nos/.
Allianz Parque. Disponível em: https://www.palmeiras.com.br/allianz-parque/.
ViaQuatro. Mapa da Linha. Disponível em: https://www.viaquatro.com.br/.
Acesso de todos os documentos em 30 out.2022.

Resultados

O Allianz Parque suporta 43 mil pessoas em jogos e 55 mil para shows. Além disso, possui em média 51 grandes eventos anualmente, considerando impactos do Covid-19 e desconsiderando outras atividades.

Eventos	2018	19	20	21	22	Média
Shows	23	28	16	2	28	19,40
Jogos (Palmeiras)	30	27	27	40	36	32,00
Total	**53**	**55**	**43**	**42**	**64**	**51,40**

Já na linha amarela do metrô de São Paulo, no ano de 2022, a média de passageiros diária foi de 516 mil pessoas.

Estações	Média total (Jan - Set/22)
Vila Sônia	32,31
Morumbi	29,53
Butantã	34,03
Pinheiros	84,59
Faria Lima	27,59
Fradique Coutinho	14,06
Oscar Freire	19,54
Paulista	84,91
Higienópolis	19,69
República	91,57
Luz	110,75
	516,26

Conclusões

Portanto, há cenários interessantes para a utilização dos *lockers*, assim como os mercados de condomínios e *e-commerce*, que os dados serão levantados em breve.

Marketing Week

Squad Inteligência Competitiva:
TecBan

Autores:
Maria Luiza de Oliveira Mance, Carina Hublet Zambrana,
Ana Beatriz Silva Carvalho, Eliel Ribeiro dos Santos de Andrade, Mariana Gonçalves de Souza, Pedro Henrique Sena da Cunha, Taiane Carneiro Dias e Vitória Rodrigues Nunes da Silva.
Orientação: Prof. Liana Caron Nazareth Peçanha; **Coorientação:** Prof. Gustavo Torres Custodio.

Introdução

Com a tecnologia e o *e-commerce*, surgiu a necessidade de aprimorar a logística de entregas, como a utilização dos *lockers*, armários inteligentes e tecnológicos para armazenar encomendas de forma segura e com acompanhamento *online*.

Histórico da TecBan

Há 40 anos, a TecBan promove soluções tecnológicas, como os Caixas Automáticos, Bancos 24Horas e *Open Banking* em pontos estratégicos com foco no cliente e inovações.

Objetivos

Conectar a tecnologia dos *lockers* com os interesses da TecBan de inovação e segurança, além de analisar a expansão de mercado no Brasil.

Metodologia

Após verificar a utilização do *locker* no Brasil, ocorrerá o levantamento de dados por facilidade de acesso sobre a quantidade média de pessoas na linha amarela do metrô de SP e no Allianz Parque. Em seguida, pretende-se elaborar um estudo exploratório com entrevistas.

Resultados

O Allianz Parque suporta 43 mil pessoas em jogos e 55 mil para eventos. Existe também outras áreas internas como anfiteatro e centro de convenções.

Já na linha amarela do metrô de São Paulo, no ano de 2022, a média de passageiros diária foi de 516 mil pessoas.

Conclusões

Portanto, há cenários interessantes para a utilização dos *lockers* nas estações de metrô e em eventos no Allianz Parque. No entanto, outros mercados como condomínios e *e-commerce* não foram analisados e serão levantados em breve.

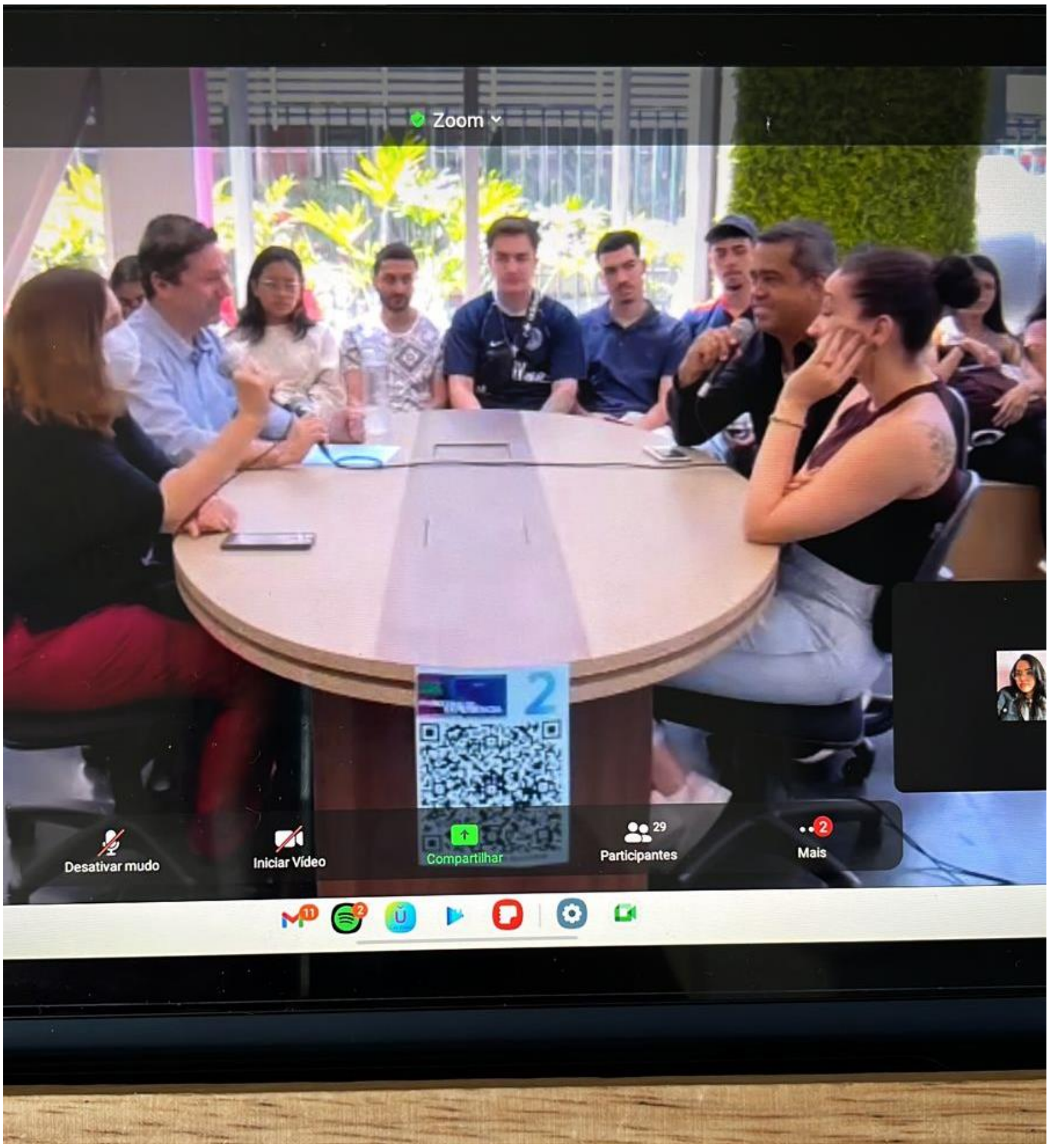
Referências

TECBAN. Sobre nós. Site da empresa. Disponível em https://www.tecban.com.br/sobre-nos/.
Allianz Parque. Disponível em: https://www.palmeiras.com.br/allianz-parque/.
ViaQuatro. Mapa da Linha. Disponível em: https://www.viaquatro.com.br/.
Acesso de todos os documentos em 30 out.2022.

MARKETING WEEK UAM

Ação da Tecban: Alunos, Professores UAM e Marcos Aurélio na mesa redonda.

Data: Novembro 2022



MARKETING WEEK UAM
Ação da Tecban: Alunos UAM
Veículo: Linkedin - Marcos Aurélio Pedroso – diretor de inovação TecBan
Data: Novembro 2022

Marcos Aurélio Pedroso • Seguindo
Open Innovation | Parcerias e Alianças com Startups | Corporate Ventur...
1 sem • Editado •

Quando uma Corporação se alia à Academia, novas visões podem ser descobertas ou criadas! 🚀🚀🚀

Investir em **#inovação** é uma das maneiras mais eficazes para um negócio competitivo e até mesmo se destacar em períodos de crises.

Além de desenvolver essa **#cultura** internamente nas organizações, é importante estabelecer uma relação entre empresas e academia, pois as universidades possuem a pesquisa no seu **#DNA**.

A integração entre a **#universidades** e as empresas é algo crucial para o desenvolvimento de **#ecossistemas** de inovação.

Para capturar novas visões, tendências e percepções sobre novos públicos e gerações, as universidades possuem muita diversidade para transformar ideias.

Essa semana junto com os professores **Macir Bernardo, PhD** e **Liana Peçanha** nos conectamos com **#alunos** da **Universidade Anhembi Morumbi** do **Ânima Educação**

Nessa conexão tivemos a oportunidade de conhecer as instalações da universidade na Av Paulista com a **Maristela Imolesi Meireles**.

Proporcionar aos alunos a experiência de interagir com uma das nossas soluções **#Locker** Armário Inteligente e cocriarmos melhorias sobre a jornada e novas aplicabilidades de uso.

Corporação e Academia juntos em squads de cooperação e aprendizagem! 🚀🚀🚀

#tecban #openinnovation #anima #anhembimorumbi #squads #cooperacao #aprendizagem

MARKETING WEEK UAM

Ação da Tecban: Alunos UAM

Veículo: Linkedin - Marcos Aurélio Pedroso

Data: Novembro 2022

MARKETING WEEK UAM

Ação da Tecban: Alunos UAM

Veículo: Linkedin - Marcos Aurélio Pedroso

Data: Novembro 2022

MARKETING WEEK UAM

Ação da Tecban: Alunos UAM

Veículo: Linkedin - Marcos Aurélio Pedroso

Data: Novembro 2022

MARKETING WEEK UAM
Ação da Tecban: Alunos UAM
Veículo: Linkedin - Ana Beatriz Carvalho
Data: Novembro 2022

Ana Beatriz Carvalho • 3º e +
Business Development | Pesquisa e Inteligência de Mer...
2 sem •

+ Seguir •••

Essa semana está acontecendo a Marketing Week da **Universidade Anhembi Morumbi**, com isso estou participando do Hub de Inovação da Anima em parceria com a Tecban, um projeto desafiador e que tem agregado demais na minha jornada, ajudando a pensar em uma solução nova para o nosso cotidiano!

E hoje recebemos esse lindo Kit em um dos lockers da **TecBan** , queria agradecer a toda atenção e cooperação da **Giullia Fidelis Barateli** e **Marcos Aurélio Pedroso**

#marketing #inovação #hub

https://www.linkedin.com/in/ana-beatriz-carvalho-402331178/recent-activity/shares/

MARKETING WEEK UAM

Ação da Tecban: Alunos e Professora Liana Peçanha UAM

Data: Novembro 2022

MARKETING WEEK UAM

Ação da Tecban: Alunos e Professora Liana Peçanha UAM

Data: Novembro 2022

MARKETING WEEK UAM

Ação da Tecban: Alunos UAM

Data: Novembro 2022

MARKETING WEEK UAM

Ação da Tecban: Alunos UAM

Data: Novembro 2022

MARKETING WEEK UAM

Ação da Tecban: Alunos UAM

Data: Novembro 2022

MARKETING WEEK UAM

Ação da Tecban: Alunos UAM

Data: Novembro 2022

MARKETING WEEK UAM

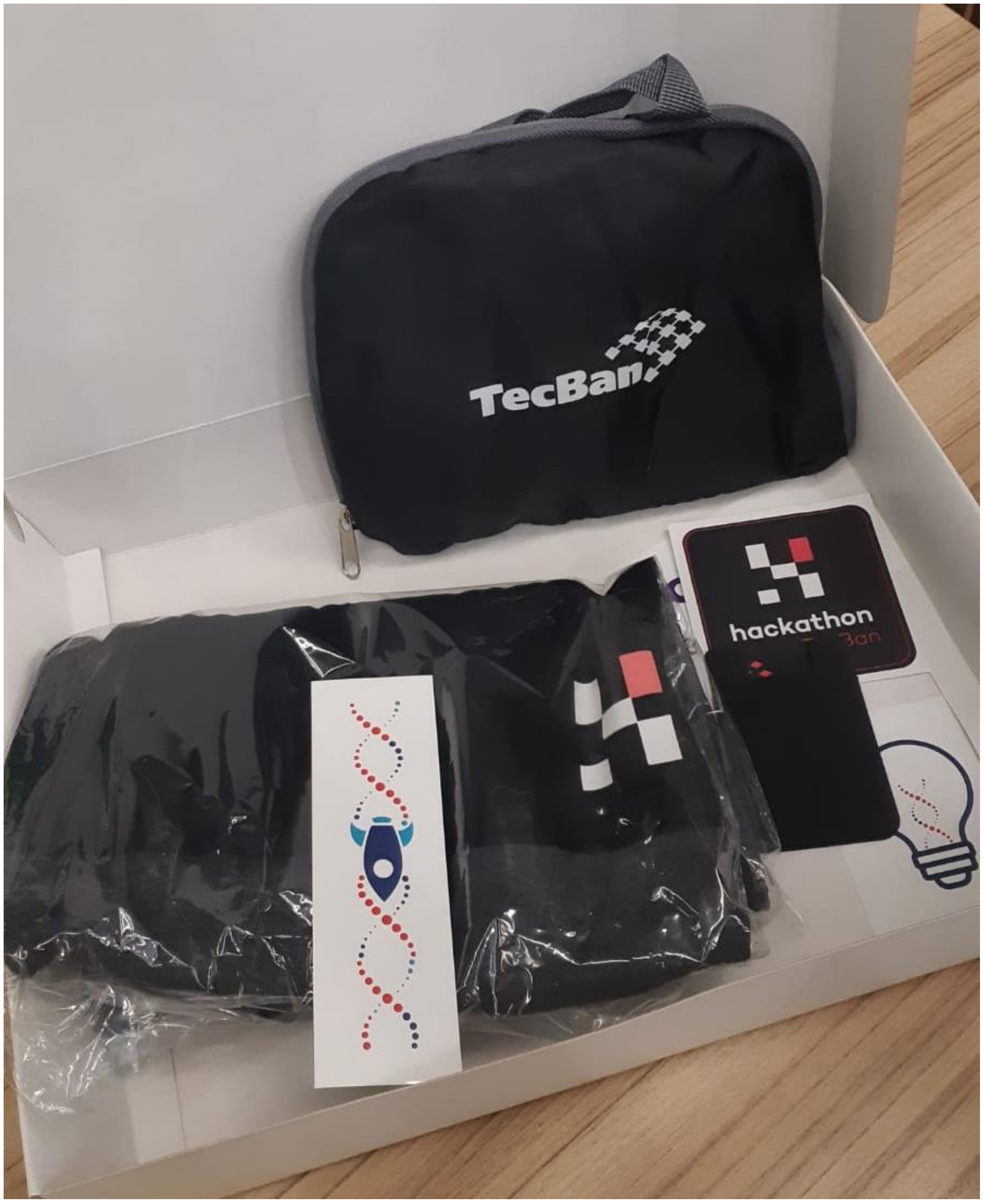
Ação da Tecban: Alunos UAM

Data: Novembro 2022

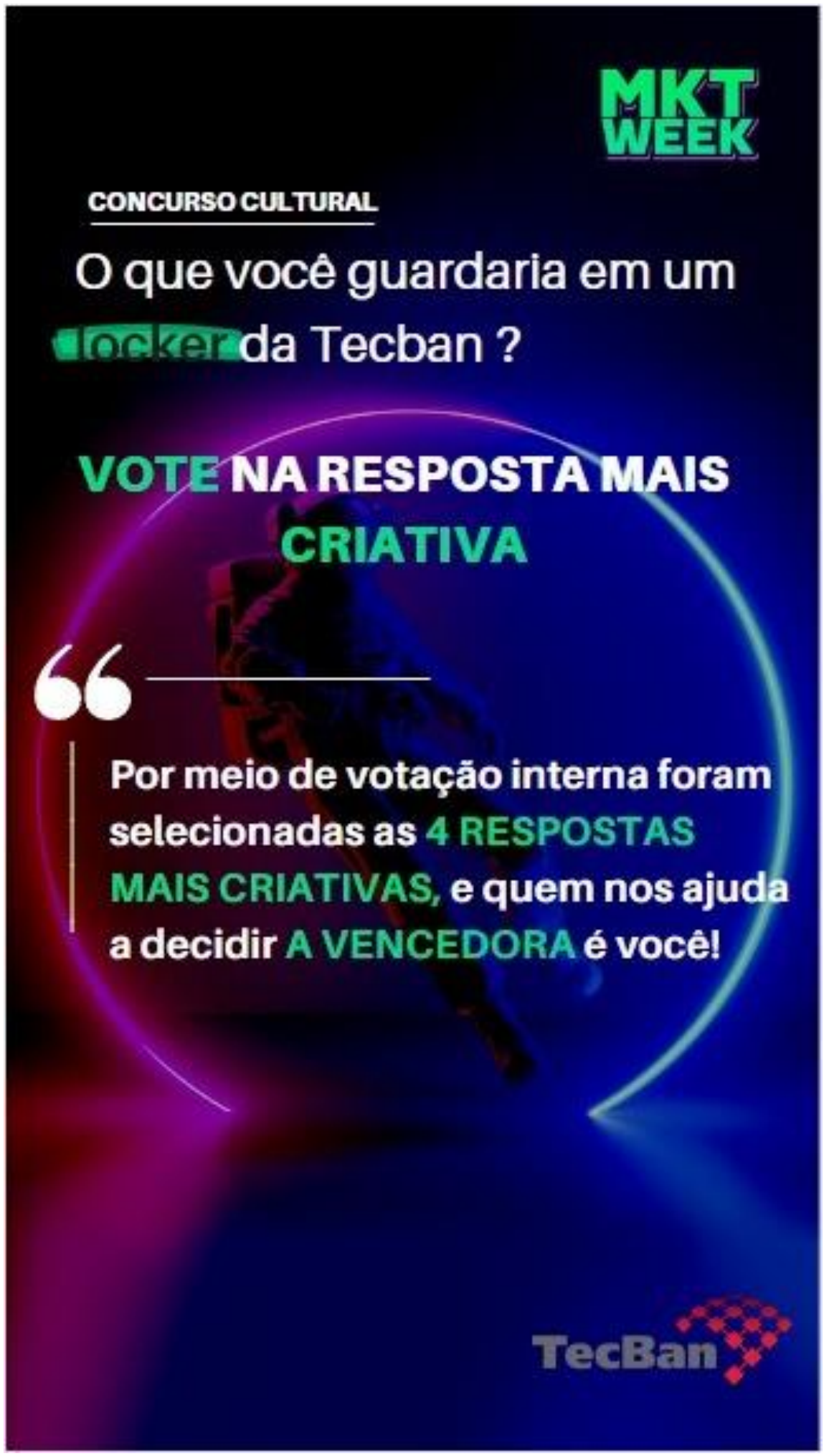
MARKETING WEEK UAM

Ação da Tecban: Kit completo TecBan para alunos.

Data: Novembro 2022



MARKETING WEEK UAM
Concurso Cultural TecBan
Data: Novembro 2022



MARKETING WEEK UAM

Reunião com alunos e professores

Data: Novembro 2022

Inscrição Simpósio de Pesquisa

24 de novembro de 2022 17:57

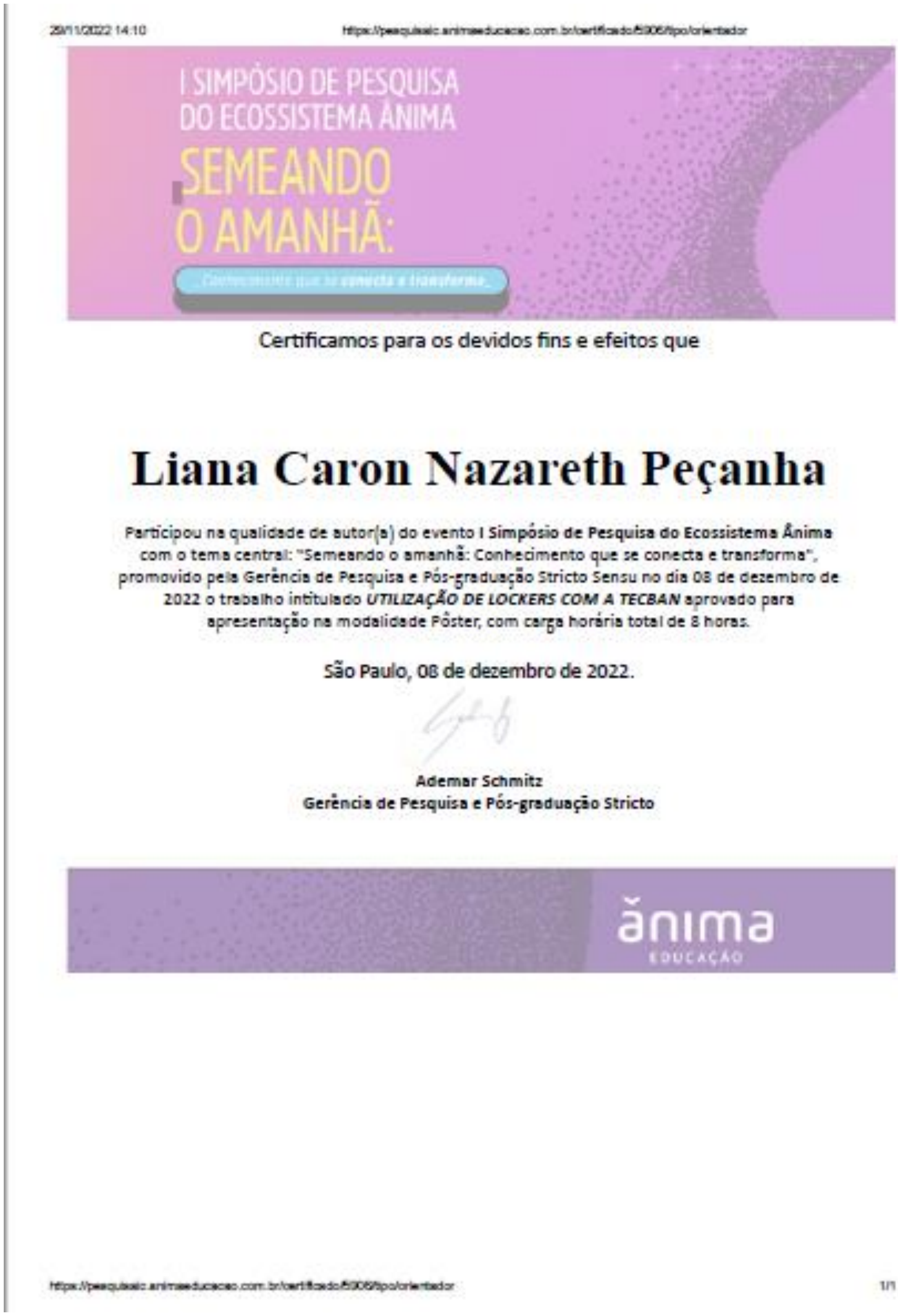
Simpósio de Pesquisa Detalhes

Prezado(a) Pesquisador(a),
Sua inscrição para apresentação do projeto UTILIZAÇÃO DE LOCKERS COM A TECBAN foi registrada com sucesso. O número de protocolo da inscrição é 4993.

simposiodepesquisa.animaeducacao.com.br.

Simpósio de Pesquisa do Ecossistema Ânima

Certificado Simpósio de Pesquisa
Data: Dezembro 2022



29/11/2022 14:10 https://pesquisalic.animaeducacao.com.br/certificado/5306/tipo/orientador

I SIMPÓSIO DE PESQUISA DO ECOSSISTEMA ÂNIMA

SEMEANDO O AMANHÃ:

Certificamos para os devidos fins e efeitos que

Liana Caron Nazareth Peçanha

Participou na qualidade de autor(a) do evento **I Simpósio de Pesquisa do Ecossistema Ânima** com o tema central: "Semeando o amanhã: Conhecimento que se conecta e transforma", promovido pela Gerência de Pesquisa e Pós-graduação Stricto Sensu no dia 08 de dezembro de 2022 o trabalho intitulado ***UTILIZAÇÃO DE LOCKERS COM A TECBAN*** aprovado para apresentação na modalidade Pôster, com carga horária total de 8 horas.

São Paulo, 08 de dezembro de 2022.

Ademar Schmitz
Gerência de Pesquisa e Pós-graduação Stricto

ânima EDUCAÇÃO

https://pesquisalic.animaeducacao.com.br/certificado/5306/tipo/orientador 1/1

Certificado Simpósio de Pesquisa dos alunos só será disponibilizado após a apresentação do banner, 8 dez. 2022

I SIMPÓSIO DE PESQUISA DO ECOSSISTEMA ÂNIMA

SEMEANDO O AMANHÃ: CONHECIMENTO QUE SE CONECTA E TRANSFORMA

UTILIZAÇÃO DE *LOCKERS* COM A TECBAN

Maria Luiza de Oliveira Mance[1]; Carina Hublet Zambrana[2]; Ana Beatriz Carvalho; Eliel Ribeiro Dos Santos; Mariana Gonçalves de Souza; Pedro Henrique Sena da Cunha; Taiane Carneiro Dias; Vitoria Rodrigues Nunes da Silva; Dra. Liana Caron Nazareth Peçanha[3] (orientadora); Msc. Gustavo Torres Custódio (coorientador)
Universidade Anhembi Morumbi - Escola de Negócios - Campus Paulista

RESUMO:

A expansão das vendas *online* trouxe desafios para a logística de entregas, como operar com rapidez, segurança e diferencial. Assim, surgiram os armários inteligentes - *smart lockers*, locais equipados de tecnologia presentes em lugares estratégicos. Este trabalho está direcionado a explorar o mercado de *lockers* no Brasil para atuação da TecBan, empresa brasileira de soluções tecnológicas, reconhecida pela disponibilidade, qualidade e segurança. Para tal fim, efetua-se pesquisa de mercado que consiste em uma revisão da literatura sobre entendimento de *lockers*, análise de dados quantitativos secundários que verificam circulação de pessoas, como estação da linha amarela do metrô de São Paulo e grandes eventos no Allianz Parque. Os resultados obtidos evidenciam que são lugares movimentados e interessantes para o crescimento da TecBan. No entanto, ainda serão analisadas, na terceira etapa, levantamento de *lockers* em *e-commerce* e condomínios. Sugere-se, no próximo estudo, pesquisas de natureza descritiva para identificar a percepção do usuário.

INTRODUÇÃO:

A tecnologia transformou o mundo e os hábitos, trazendo melhorias e desafios, como o cenário de conectividades, que busca uma forma eficaz e rápida de oferecer produtos. Então, o *e-commerce* veio para auxiliar nessa agilidade, facilidade de contato e realização de compras fora de ambientes físicos e com experiência ao consumidor.

Em 2020 e 2021, marcados pela pandemia do Covid-19 e isolamento social, houve um aumento nas vendas via *e-commerce* brasileiro de 26,9% em 2021, relacionado ao faturamento do ano anterior (COSTA, 2022).

Assim, vieram os desafios da logística de como fazer as mercadorias chegarem aos seus clientes de forma rápida e segura, mostrando algum diferencial, surgindo a oportunidade de utilização dos armários inteligentes, "*smart lockers*", que são locais equipados de tecnologia que possibilita abertura das portas automaticamente, como um armário de

1- Acadêmica de Administração; marialuizamance@hotmail.com.
2- Acadêmica de Marketing; carinazambrana95@gmail.com.
3- Doutora em Ciências Sociais Aplicadas; Anima Business Lab, Squad 1 Inteligência Competitiva; liana.pecanha@animaeducacao.com.br.

guarda-volumes ou em lugares movimentados que as pessoas podem retirar suas encomendas em qualquer horário (QUEIROZ; GUIMARÃES JR, 2022). Antes mesmo da pandemia, 54% de todos os consumidores *online* europeus já escolhia um terminal de entrega como destino final (ARAÚJO; REIS; CORREIA, 2019).

A TecBan, empresa brasileira de soluções tecnológicas, possui interesse em utilizar esses *lockers* dentro do Brasil, pois sendo especializada e reconhecida em gestão de redes de autoatendimento bancário, disponibilidade, qualidade e segurança, há grandes possibilidades de crescimento.

Há 40 anos no mercado, a TecBan (2022) promove soluções tecnológicas, como: ATM (Caixas Automáticos) e Bancos24Horas, que estão em vários ambientes e oferecem serviços bancários para facilitar a vida da população. Com isso e outras plataformas - *Open Banking*, torna-se a principal responsável pela circulação de dinheiro no país.

PALAVRAS-CHAVE:

Locker, TecBan, exploração mercadológica.

MÉTODOS:

A pesquisa de mercado será elaborada em três etapas. Na primeira, já concluída, foi realizada uma revisão da literatura sobre *locker* para entender a utilização no Brasil e no mundo.

A segunda, em andamento, abrange o levantamento de dados secundários, que, segundo Kotler e Keller (2012), são extremamente relevantes para a pesquisa de mercado. Assim, foram consultadas informações disponibilizadas nos três tipos de soluções propostas pelos autores: utilização por passageiros de metrô, sendo a linha amarela de São Paulo escolhida como amostra, shows e jogos de futebol, em que se refere a quantidade de eventos e seus respectivos públicos no Allianz Parque em São Paulo. A partir desses dados quantitativos brutos, foram estimadas a média de cada dimensão, sendo que na parte de show e eventos ainda foram coletados dados secundários sobre a quantidade e tamanho de outros festivais em São Paulo.

Na terceira fase, pretende-se elaborar um estudo exploratório por meio de entrevistas face a face e pesquisa de foco de cada uma das três soluções estudadas. A seleção da amostragem tem por objetivo coletar informações de uma determinada parte da população/universo. Existem diversas técnicas de amostragem e, para realização desse primeiro teste, será adotada a amostragem por conveniência. Apesar de limitações ou

viés, consiste em uma estimativa por facilidade de acesso ao pesquisador. (MALHOTRA, 2005). Os resultados da terceira fase serão submetidos à análise de conteúdo o que permitirá, num próximo estado, a elaboração de questionário fechado para pesquisa de natureza quantitativa descritiva.

RESULTADOS:

Introduzindo a ideia de *locker* nos estádios, simulou-se o uso no Allianz Parque. O intuito é deixar utensílios, compras e produtos vendidos onde só o comprador tem o código de acesso e pode retirar.

O Allianz atende a todas as normas da Fifa e dispõe de 43.713 lugares e, em dias de grandes espetáculos, a capacidade sobe para 55 mil pessoas com a ocupação do gramado (PALMEIRAS, 2022). Existe também a possibilidade de utilização do anfiteatro com 12 mil pessoas, além de diversos espaços para eventos corporativos.

É uma localização estratégica para *locker* devido a quantidade de eventos e tamanho ocupacional, visto que o maior público em jogo chegou a 41.361 pessoas e o maior show já comportou, aproximadamente, 55.000 pessoas.

A **Tabela 1** contribui com dados destinados a shows e jogos do Palmeiras que ocorreram no Allianz, lembrando que possui outros eventos que não estão contabilizados aqui. Inclusive, há interferências na média devido aos anos de 2020 e 2021 com o reflexo da pandemia no setor de entretenimento. No entanto, houve outros eventos de *drive in*, por esse motivo a existência de 16 shows em 2020.

Tabela 1 - Média de eventos no Allianz Parque

Eventos	2018	2019	2020	2021	2022	Média total
Shows	23	28	16	2	28	19,40
Jogos (Palmeiras)	30	27	27	40	36	32,00
Total	**53**	**55**	**43**	**42**	**64**	**51,40**

Fonte: elaborado pelos autores com base em dados do Allianz Parque (PALMEIRAS, 2022).

Além disso, há festivais de música em São Paulo, como o Lollapalooza com 302 mil pessoas (G1, 2022) e seu próprio *locker*, sendo interessante pensar em parcerias e ampla divulgação, pois na edição de 2022 não estavam claros os procedimentos (ONBKSIG, 2022).

E a parceria com novos festivais, por exemplo o *The Town* 2023 em São Paulo com a previsão de receber 600 mil pessoas com 230 horas de entretenimento. Não se sabe sobre *lockers* dentro do festival (ALVES, 2021).

Notou-se a circulação de pessoas nas estações da linha amarela do metrô de São Paulo - abrangendo da Luz até Vila Sônia - com o intuito de pesquisar lugares com movimentação constante para posteriormente instalar *lockers* (VIAQUATRO, 2022). A **Tabela 2** representa que de janeiro a setembro, houve, em média, 516 mil pessoas transportadas, mensalmente, pela Linha 4 - Amarela.

Tabela 2 - Média de passageiros em milhares na Linha 4 - Amarela

Estações	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Média total
Vila Sônia	-	-	-	-	16,33	34,47	34,47	51,69	38,75	32,51
São Paulo - Morumbi	20,67	34,83	39,9	41,23	31,67	22,3	22,3	22,6	22,29	29,53
Butantã	24,31	28,94	35,45	38,81	38,9	34,39	34,39	36,8	36,29	34,03
Pinheiros	67,94	72,94	82,6	87,17	88,73	87,8	87,8	93,98	95,17	84,59
Faria Lima	14,26	22,5	25,4	27,38	28,84	30,33	30,33	32,68	32,54	27,39
Fradique Coutinho	9,88	11,98	13,27	14,08	14,54	15,21	15,21	16,09	16,34	14,08
Oscar Freire	14,79	17,68	18,9	19,59	20,32	20,73	20,73	21,81	23,31	19,54
Paulista	77,8	89,89	84,41	89,55	92,59	87,61	87,61	95,27	99,42	84,92
Higienópolis - Mackenzie	16,4	17,87	19,03	22,71	23,48	18,5	18,5	25,05	25,73	19,69
República	68,17	78,68	83,18	95,85	96,73	94,34	94,34	98,97	102,71	91,57
Luz	83,07	98,16	108,3	114,2	117	113,9	113,9	121,01	120,29	110,75
Total	**301,79**	**490,47**	**518,4**	**590**	**552,8**	**525,1**	**525,1**	**562,84**	**580,67**	**516,26**

Fonte: elaborado pelos autores com base em dados obtidos no site da concessionária (VIAQUATRO, 2022).

CONCLUSÕES:

Portanto, observou-se o aumento de compras *online* e o diferencial com utilização de *lockers*, o que apresenta diversas oportunidades para exploração, como a TecHan com propósitos de soluções tecnológicas e qualidade ao cliente final.

O foco está direcionado para expansão mercadológica do *locker* da TecHan. Inicialmente, buscou-se resultados com dados secundários para analisar a natureza dos *lockers* e posteriormente quantas pessoas circulam em média na Linha4 do metrô, além da capacidade e quantidade média de eventos no Allianz Parque.

No entanto, apesar de iniciar os estudos por lugares estratégicos ao mercado de *locker*, a pesquisa possui limitações de estudo, visto que o ramo de *e-commerce* e condomínios não foram analisados, mas serão dados levantados em breve.

FONTES CONSULTADAS:

ALVES, S. Festival *The Town* vai ser o Rock in Rio em São Paulo com público de 600 mil pessoas. **B9**, 11 nov. 2021. Disponível em:

https://www.b9.com.br/153530/the-town-vai-ser-rock-in-riosao-paulo-publico-600-mil-pessoas/. Acesso: 30 out. 2022.

ARAÚJO, F. A.; REIS, J. G. M.; CORREIA, P. F. C. Uso de lockers como melhoria e redução do last mile no e-commerce. In: **XXXIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção:** "Os desafios da engenharia de produção para uma gestão inovadora da Logística e Operações" Santos, São Paulo, Brasil, 15 a 18 de outubro de 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Fernanda-Alves-De-Araujo/publication/33739729_USO_DE_LOCKERS_COMO_MELHORIA_E_REDUCAO_DO_RISCO_DO_LAST_MILE_NO_E-COMMERCE/links/5f0dbf55a6fdcc3ed7056d52/USO-DE-LOCKERS-COMO-MELHORIA-E-REDUCAO-DO-RISCO-DO-LAST-MILE-NO-E-COMMERCE.pdf. Acesso: 10 nov. 2022.

COSTA, Mariana. Com pandemia, vendas pela internet crescem 27% e atingem R$ 161 bi em 2021. **Estado de Minas**, 02 fev. 2022. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/02/02/internas_economia,1342064/com-pandemia-vendas-pela-internet-crescem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021.shtml Acesso: 29 out. 2022.

G1. **Lolla 2022 teve público total de 302 mil pessoas nos três dias; veja o que deu certo e o que deu errado.** São Paulo, 28 mar. 2022. Disponível em: https://g1.globo.com/pop-arte/musica/lollapalooza/2022/noticia/2022/03/28/lolla-2022-teve-publico-total-de-302-mil-pessoas-nos-tres-dias-veja-o-que-deu-certo-e-o-que-deu-errado.ghtml. Acesso: 30 out. 2022.

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2012.

MALHOTRA, Naresh K. et al. **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

ONBKSTG. Lollapalooza Brasil: todas as informações sobre o Lolla Locker, o guarda-volumes do festival. **Onbkstg**, 10 mar. 2022. Disponível em: https://www.onbackstage.com.br/post/lollapalooza-brasil-todas-as-informacoes-sobre-o-lolla-locker-o-guarda-volumes-do-festival. Acesso: 30 out. 2022.

PALMEIRAS. **Allianz Parque.** Disponível em: https://www.palmeiras.com.br/allianz-parque/. Acesso: 30 out. 2022.

QUEIROZ. A. P. F.; GUIMARÃES JR, D. S. *Last mile trips*: infraestrutura de distribuição logística em cidades inteligentes e as experiências da prestação do serviço