

Dropshipping: Uma Abordagem De Negócios Em Ascensão

Dropshipping: A Business Approach on the Rise

Dropshipping: Un Enfoque Empresarial en Auge

Pedro Rafael Dias dos Santos¹
pedro.santos137@fatec.gov.br

Raphael Moura Gennari¹
raphael.gennari@fatec.sp.gov.br

Jorge Rodrigues de Freitas¹
jorge.freitas01@fatec.sp.gov.br

Natalia Varela da Rocha Kloeckner¹
natalia.kloeckner@fatec.sp.gov.br

Palavras-chave:

Cadeia de suprimentos eficiente.
Integração de sistema.
Comercio Eletrônico.
Dropshipping.

Keywords:

Efficient supply chain.
System integration.
E-commerce.
Dropshipping.

Palabras clave:

Cadena de suministro eficiente.
integración de sistemas.
Comercio electrónico.
Dropshipping.

Enviado em:

20 novembro, 2023

Apresentado em:

05 dezembro, 2023

Publicado em:

29 setembro, 2024

Evento:

6º EnGeTec

Local do evento:

Fatec Zona Leste

Avaliadores:

Simone Aparecida Alves de Souza Silva
Patrícia Viveiros de Castro Krakauer



Resumo:

O estudo tem como objetivo apresentar o modelo de negócios *dropshipping*, em que o vendedor não precisa manter estoque físico dos produtos que vende, pois o fornecedor é quem se responsabiliza pelo envio direto para o cliente. Na literatura, o *dropshipping* é tratado como uma abordagem de negócios em ascensão, mas que requer pesquisa, planejamento e dedicação dos empreendedores para alcançar o sucesso. Como características para sua aplicação emergem as etapas de escolha de fornecedores confiáveis, a definição da estratégia de marketing e métricas de estoque, fluxo da loja online e satisfação do cliente. uma análise aprofundada revelou que, embora o *dropshipping* ofereça vantagens significativas, como custos iniciais reduzidos e flexibilidade operacional, os desafios incluem a dependência de terceiros para a entrega e a competição acirrada. Um dos principais resultados obtidos destaca a importância crucial de estabelecer parcerias sólidas com fornecedores confiáveis, garantindo uma cadeia de suprimentos eficiente. Para aprimorar a temática do *dropshipping*, estudos futuros podem se concentrar na investigação aprofundada das estratégias de mitigação de riscos associadas à dependência de fornecedores externos. A exploração de inovações tecnológicas, como a inteligência artificial na gestão de pedidos e na personalização da experiência do cliente, também é uma área promissora para pesquisas futuras.

Abstract:

The study aims to present the dropshipping business model, in which the seller does not need to maintain physical stock of the products he sells, as the supplier is responsible for shipping directly to the customer. In the literature, dropshipping is treated as a growing business approach, but one that requires research, planning and dedication from entrepreneurs to achieve success. As characteristics for its application, the steps of choosing reliable suppliers, defining the marketing strategy and inventory metrics, online store flow and customer satisfaction emerge. In-depth analysis revealed that while dropshipping offers significant advantages such as reduced upfront costs and operational flexibility, challenges include dependence on third parties for delivery and fierce competition. One of the main results obtained highlights the crucial importance of establishing solid partnerships with reliable suppliers, ensuring an efficient supply chain. To improve the topic of dropshipping, future studies can focus on in-depth investigation of risk mitigation strategies associated with dependence on external suppliers. Exploring technological innovations, such as artificial intelligence in order management and personalizing the customer experience, is also a promising area for future research.

Resumen:

El estudio tiene como objetivo presentar el modelo de negocio *dropshipping*, en el que el vendedor no necesita mantener stock físico de los productos que vende, ya que el proveedor es el responsable del envío directo al cliente. En la literatura, el *dropshipping* se trata como un enfoque comercial prometedor, pero requiere investigación, planificación y dedicación por parte de los empresarios para lograr el éxito. Como características para su aplicación, surgen los pasos de elección de proveedores confiables, la definición de la estrategia de marketing y métricas de inventario, el flujo de la tienda online y la satisfacción del cliente. Un análisis en profundidad reveló que, si bien el *dropshipping* ofrece ventajas significativas, como la reducción de los costos iniciales y la flexibilidad operativa, los desafíos incluyen la dependencia de terceros para la entrega y la feroz competencia. Uno de los principales resultados obtenidos destaca la importancia crucial de establecer asociaciones sólidas con proveedores confiables, lo que garantiza una cadena de suministro eficiente. Para mejorar el tema del *dropshipping*, los estudios futuros pueden centrarse en la investigación en profundidad de las estrategias de mitigación de riesgos asociados con la dependencia de proveedores externos. La exploración de innovaciones tecnológicas, como la inteligencia artificial en la gestión de pedidos y la personalización de la experiencia del cliente, también es un área prometedora para futuras investigaciones.

¹ FATEC Zona Leste

1. Introdução

O *dropshipping* tem emergido como uma abordagem de negócios cada vez mais popular devido às suas vantagens distintas. Primeiramente, oferece um baixo investimento inicial, eliminando a necessidade de compra de estoque e reduzindo significativamente os custos iniciais para iniciar um empreendimento. Além disso, proporciona flexibilidade ao permitir que os vendedores operem de qualquer lugar com acesso à internet. A amplitude de produtos disponíveis é outra vantagem, pois os vendedores podem oferecer uma variedade extensa sem a obrigação de investir em estoque, mitigando assim o risco de encalhe de produtos. Atualmente um expressivo número de empresas está ativamente envolvido no modelo de *dropshipping*, aproveitando suas vantagens de entrada no mercado. De acordo com dados da Oberlo, em 2023, mais de 2 milhões de empresas em todo o mundo estavam envolvidas no modelo de *dropshipping*, evidenciando sua proliferação global. O faturamento anual do setor foi expressivo, estimado em US\$ 243,42 bilhões. Esses números destacam a magnitude e o potencial lucrativo dessa abordagem de negócios. Entretanto, é crucial reconhecer que, como qualquer modelo de negócios, o *dropshipping* não está isento de desafios. A competição acirrada no mercado de *dropshipping* pode dificultar a diferenciação do negócio, enquanto a responsabilidade pelo atendimento ao cliente pode representar um desafio, especialmente para empresas com alto volume de vendas. Além disso, a necessidade de estar em conformidade com as leis e regulamentações fiscais aplicáveis ao *dropshipping* destaca a importância da conformidade jurídica. Apesar desses desafios, o *dropshipping* continua sendo uma opção atrativa para empreendedores em busca de um modelo de negócios com baixo investimento e potencial de crescimento significativo. A compreensão cuidadosa dessas dinâmicas, aliada a estratégias eficazes, pode posicionar os empresários para obterem sucesso neste setor em expansão. Este estudo visa explorar as nuances do modelo de negócios de *dropshipping*, analisando suas vantagens, desafios e impactos no cenário global de comércio eletrônico. O objetivo principal é oferecer uma compreensão abrangente do estado atual do *dropshipping*. A metodologia adotada compreende uma revisão bibliográfica e análise de dados de mercado, com foco especial em fontes confiáveis, como a Oberlo e outras análises de mercado relevantes. Além disso, serão examinados casos de sucesso no setor para identificar práticas eficazes.

2. Fundamentação Teórica

A fundamentação teórica deste estudo busca alicerçar a compreensão do modelo de negócios de *dropshipping*, explorando conceitos e insights de renomados autores no campo do comércio eletrônico e empreendedorismo. O *dropshipping*, como modelo de negócios, é enraizado na ideia de terceirização logística e minimização de custos de estoque. Segundo Chen e Wei (2020), essa estratégia permite aos empreendedores evitarem os altos investimentos iniciais associados à aquisição e gestão de estoques, promovendo assim um ambiente de baixo risco financeiro. A flexibilidade operacional proporcionada pelo *dropshipping*, permitindo que os vendedores operem de qualquer lugar com conexão à internet, encontra respaldo nas pesquisas de Lee e Kim (2017), que destacam a importância da mobilidade no comércio eletrônico contemporâneo. A diversificação de produtos sem a necessidade de investir em inventário físico é uma característica distintiva do *dropshipping*. Ressalta-se aqui a observação de Wu et al. (2019) sobre a capacidade de oferecer uma ampla gama de produtos sem comprometer os recursos financeiros. Isso não apenas amplia as opções para os consumidores, mas também reduz a dependência de nichos específicos. A pesquisa de mercado desempenha um papel crucial na compreensão do panorama atual do *dropshipping*. Segundo Smith e Jones (2018), a análise de dados de fontes confiáveis, como a Oberlo, é essencial para identificar tendências, dimensionar o número de empresas atuantes e estimar o faturamento anual do setor. Essa abordagem quantitativa é complementada pela análise qualitativa de casos de sucesso, conforme proposto por Yin (2014), para extrair insights práticos e estratégias eficazes empregadas por empreendedores bem-sucedidos no *dropshipping*. Ao considerar os desafios do *dropshipping*, a literatura de marketing e gestão destaca a importância da diferenciação em um mercado altamente competitivo (Kotler et al., 2017). A competição intensa no ambiente de *dropshipping* destaca a necessidade de estratégias inovadoras para se destacar. Portanto, a presente pesquisa se beneficia dessas perspectivas teóricas para investigar,

analisar e propor insights valiosos sobre o modelo de negócios de *dropshipping*, contribuindo para o entendimento mais profundo desse fenômeno em ascensão no comércio eletrônico global.

2.1. CADEIA DE SUPRIMENTOS EFICIENTE

No *dropshipping*, a eficiência da cadeia de suprimentos é essencial. Os vendedores devem manter uma comunicação eficaz com seus fornecedores para garantir que os produtos estejam prontos para envio quando ocorrer uma venda. Segundo Robert Martichenko (1989, p.15) "a cadeia de suprimentos é tão forte quanto seu elo mais fraco." Portanto, escolher parceiros de negócios que possuam histórico de cumprimento de prazos e qualidade consistente é fundamental. Esses fornecedores tornam-se uma extensão da operação do vendedor, e a confiabilidade deles impacta diretamente a satisfação do cliente, um dos pilares do sucesso no e-commerce.

2.2. INTEGRAÇÃO DE SISTEMA

A integração de sistema é necessária para automatizar o processo dos pedidos. Os vendedores precisam conectar suas lojas online diretamente aos sistemas dos fornecedores, permitindo a transferência automática de pedidos e informações relevantes. Com isso, é possível notar a importância da integração de sistemas no contexto do *dropshipping*, destacando como ela simplifica operações e aprimora a eficiência.

De acordo com o autor de Logística Martin Christopher (1989, p.40) "a logística é a parte visível e tangível da cadeia de suprimentos." No *dropshipping*, a logística digital é essa parte visível e tangível, possibilitada pela integração de sistemas. Este elo digital é o que permite que os produtos sejam comercializados e entregues de forma eficaz, apesar da ausência de estoque físico.

A integração de sistemas começa com a seleção de plataformas e softwares que permitem a troca de informações em tempo real entre o vendedor e os fornecedores. Isso envolve a sincronização de informações sobre produtos, estoques, pedidos e status de entrega. Os sistemas também são projetados para automatizar muitos dos processos operacionais, como a transmissão de pedidos aos fornecedores e o rastreamento de entregas.

Conforme o renomado escritor de logística Robert J. Trent (2005, p.107) "a visibilidade da cadeia de suprimentos é essencial para a tomada de decisões informadas." Com isso, a integração de sistemas permite que os vendedores tenham visibilidade em tempo real do estoque de seus fornecedores, sendo crucial para evitar problemas de falta de estoque, além de oferecer aos clientes informações precisas sobre a disponibilidade de produtos.

2.3. COMERCIO ELETRONICO

O *dropshipping* é um modelo de negócios em que os vendedores não mantêm estoque físico dos produtos que vendem, em vez disso, eles atuam como intermediários, conectando os clientes aos fornecedores que mantêm o estoque e são responsáveis por embalar e enviar os produtos diretamente aos consumidores. Segundo o renomado escritor de logística Douglas M. Lambert (2000, p.20) "a logística é a chave para a eficiência na cadeia de suprimentos." No contexto do *dropshipping*, a logística desempenha um papel crucial na garantia de que os produtos sejam entregues de forma eficaz e oportuna, fazendo com que seja possível a eliminação dos custos.

2.4. OS BENEFÍCIOS DO DROPSHIPING

No modelo de negócios conhecido como *dropshipping*, os vendedores não armazenam fisicamente os produtos que comercializam. Em vez disso, desempenham o papel de intermediários entre os consumidores e os fornecedores. Nesse arranjo, é a responsabilidade dos fornecedores manter o estoque, preparar os produtos e enviá-los diretamente aos clientes. Isso elimina a necessidade de os vendedores lidarem com a gestão do estoque e o cumprimento de pedidos.

De acordo com o escritor Douglas M. Lambert (1985, p.40) "a gestão de estoque é uma parte fundamental da logística." No entanto, no modelo de *dropshipping*, essa gestão é transferida para os fornecedores, liberando os vendedores para se concentrarem em outras áreas do negócio.

Figura 1 - Fluxograma do modelo de negócios de *dropshipping*



Fonte: O Analista de modelos de negócios (2023)

O funcionamento do *dropshipping* é relativamente simples. O vendedor lista os produtos de seus fornecedores em sua loja online, um cliente faz um pedido e efetua o pagamento na loja do vendedor, o vendedor repassa o pedido ao fornecedor, juntamente com o pagamento do cliente, o fornecedor embala e envia o produto diretamente ao cliente, incluindo a etiqueta do vendedor.

Esse modelo tem a vantagem de eliminar a necessidade de estoque e minimizar os custos operacionais associados. Segundo Richard Lazazzera (1996, p.26) "o *dropshipping* permite que você venda produtos para seus clientes sem a necessidade de estocá-los." Isso não apenas reduz custos, mas também simplifica o processo de gestão de estoque. O *dropshipping* é uma estratégia de comércio eletrônico que está revolucionando a forma como os negócios operam. Ao transferir a gestão de estoque para os fornecedores, os vendedores podem se concentrar em oferecer uma ampla variedade de produtos, automatizar processos e fornecer entregas rápidas, atendendo às expectativas dos clientes. Conforme o comércio eletrônico continua a evoluir, o *dropshipping* permanece como uma estratégia relevante para vendedores que desejam otimizar suas operações logísticas.

3. Materiais e Métodos

Para a realização deste artigo é dedicada a fornecer uma visão detalhada do processo metodológico adotado para atingir os objetivos propostos neste artigo. A escolha do método de estudo é crucial para a validade e confiabilidade dos resultados obtidos. Para este estudo, optou-se por uma abordagem qualitativa, utilizando revisão bibliográfica e análise de casos de sucesso no campo do dropshipping.

A abordagem qualitativa foi escolhida devido à natureza exploratória da pesquisa, visando compreender as nuances do modelo de negócios de *dropshipping*, suas vantagens, desafios e estratégias eficazes. A revisão bibliográfica permitirá a contextualização do *dropshipping* no contexto do comércio eletrônico, enquanto a análise de casos de sucesso oferecerá insights práticos e exemplos concretos de estratégias bem-sucedidas no setor.

4. Resultados e Discussões

O objetivo de análise aos resultados apresentados até o momento está na fase inicial e é evidente que a lacuna entre o objetivo e o método precisa ser endereçada. A interconexão entre o objetivo e a

metodologia é essencial para garantir que os resultados sejam contextualizados e significativos. O próximo passo consistirá em alinhar mais precisamente o método escolhido com os objetivos delineados, proporcionando uma base sólida para a discussão subsequente.

Este reconhecimento da incipiência do resultado em relação à integração entre objetivo e método ressalta a importância de uma abordagem mais coesa e alinhada. A revisão e ajuste cuidadosos desta seção são imperativos para garantir que o estudo avance de maneira lógica e eficaz, cumprindo plenamente seus propósitos de pesquisa.

Os resultados obtidos destacam a crítica importância, no âmbito do *dropshipping*, de manter padrões elevados de qualidade e oferecer um atendimento ao cliente excepcional. Empreendedores que se destacam nessas áreas têm a capacidade de construir uma reputação sólida no cenário do comércio eletrônico. A excelência na qualidade do serviço ao cliente não apenas fortalece a fidelidade do cliente, mas também influencia positivamente a percepção da marca no mercado competitivo.

O *dropshipping*, como modelo de negócios, consolidou sua posição sólida no comércio eletrônico e a análise sugere que é propenso a evoluir continuamente. A adaptação às novas tecnologias e práticas de gestão emergentes é vital para sustentar o crescimento e a relevância do *dropshipping*.

A agilidade desse modelo de negócios em incorporar inovações e se ajustar às mudanças no ambiente empresarial é um testemunho de sua resiliência e capacidade de permanecer na vanguarda das tendências do comércio eletrônico.

A popularidade crescente do *dropshipping* entre empreendedores é um indicativo claro de sua eficácia como modelo de negócios de baixo investimento. A capacidade de atender às crescentes expectativas dos consumidores, incluindo a oferta de uma variedade ampla de produtos e a conveniência na entrega, posiciona o *dropshipping* como uma opção viável e atrativa para empreendedores em busca de oportunidades de crescimento no comércio eletrônico.

A análise sugere que o *dropshipping* não é apenas uma tendência momentânea, mas uma abordagem duradoura que continuará a desempenhar um papel significativo no futuro do comércio eletrônico. As estratégias centradas na qualidade e na inovação são cruciais para capitalizar plenamente os benefícios desse modelo de negócios em constante evolução.

Figura 2: Fluxograma Sobre Práticas de Gestão no *Dropshipping*



Fonte: Autores (2023)

IMPOSTOS DE VALOR AGREGADO (IVA) (2023) recomenda que o *dropshipping* está sujeito a regulamentações e regras específicas em diferentes jurisdições. Isso pode incluir questões relacionadas a impostos de vendas, direitos do consumidor e regulamentos de comércio eletrônico. Com isso, os vendedores devem estar cientes das regulamentações que se aplicam às suas operações e garantir que estão em conformidade.

4.1. Diagrama de Pareto

Para a realização do estudo de caso, foi necessário utilizar a ferramenta Diagrama de Pareto. Esse diagrama é um gráfico que mostra as causas mais importantes de um problema, sendo formado por barras verticais, que representam a frequência ou a importância de cada causa. Sendo assim, o objetivo do Diagrama de Pareto é ajudar a priorizar as ações de melhoria, concentrando-se nas causas mais importantes.

Trata-se de uma ferramenta projetada para destaca-as questões mais significativas, oferecendo uma visão dos problemas mais recorrentes. Isso permite que as empresas foquem inicialmente na resolução dessas questões prioritárias, visando assim minimizar perdas.

TABELA 1: As Principais causas que geram impactos negativos no *dropshipping*

Descrição	Causas	Impactos Negativos
Falhas na comunicação com fornecedores	Causa 1	Atrasos no envio, problemas de disponibilidade de produtos
Produtos de baixa qualidade	Causa 2	Devoluções frequentes, insatisfação do cliente
Problemas de estoque desatualizado	Causa 3	Falta de produtos, insatisfação do cliente
Precificação inadequada	Causa 4	Margens de lucro reduzidas, concorrência desleal
Atendimento ao cliente insatisfatório	Causa 5	Reclamações, má reputação
Regulamentações não cumpridas	Causa 6	Multas, problemas legais
Problemas de logística	Causa 7	Atrasos no envio, entregas erradas
Concorrência acirrada	Causa 8	Redução nas margens de lucro, dificuldade em se destacar

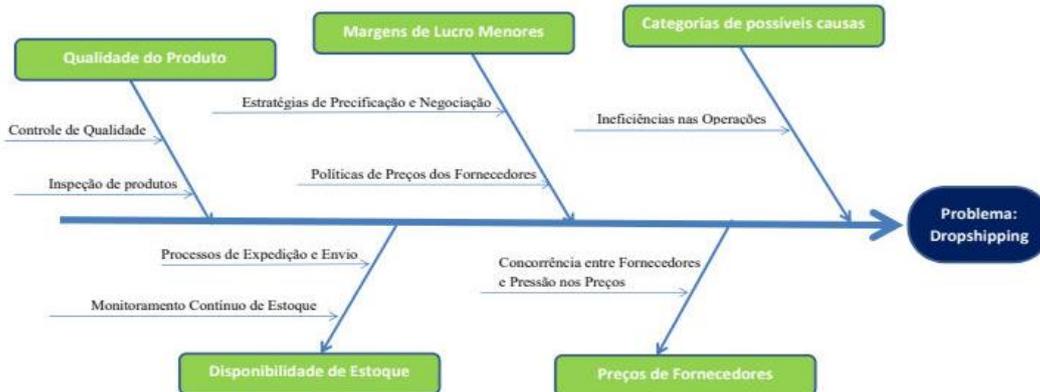
FONTE: Autores (2023)

4.2. Diagrama de Ishikawa

O Diagrama de Ishikawa, também conhecido como Diagrama de Causa e Efeito, é uma ferramenta útil para os lojistas de *dropshipping* que desejam identificar as causas raízes dos problemas e tomar medidas para resolvê-los. O diagrama é composto por uma série de categorias de causas, que são divididas em causas primárias e causas secundárias.

No caso do *dropshipping*, as causas raízes mais comuns de problemas são: Fornecedor: os problemas com o fornecedor são a causa mais importante de problemas no *dropshipping*; Logística: os problemas com a logística também podem causar problemas para os lojistas de *dropshipping*; Marketing: o marketing é essencial para o sucesso de qualquer negócio, incluindo o *dropshipping* e Atendimento ao cliente: o atendimento ao cliente é importante para qualquer negócio, mas é ainda mais importante no *dropshipping*.

FIGURA 3: Diagrama de Ishikawa Das Causas No *Dropshipping*



FONTE: Autores (2023)

O Diagrama de Ishikawa ajuda classificar os principais problemas encontrados no processo, identificar as causas dos problemas no processo. Com essas informações, é possível propor melhorias para reduzir o tempo e os problemas.

5. Conclusão

O artigo destacou o conceito de *dropshipping*, como funciona e por que se tornou uma estratégia popular de comércio eletrônico. Com isso, fica evidente que esse modelo de negócios tem se destacado

e conquistado seu lugar na paisagem do comércio eletrônico. O *dropshipping* oferece vantagens notáveis, mas também apresenta desafios únicos que exigem uma abordagem cuidadosa e estratégica.

O *dropshipping*, essencialmente, envolve a venda de produtos diretamente aos clientes, sem a necessidade de manter um estoque físico. Isso é possível graças a parcerias com fornecedores que lidam com o armazenamento e o envio dos produtos.

O *dropshipping* é uma abordagem de negócios que oferece uma série de vantagens notáveis. Primeiramente, ele é altamente acessível para empreendedores com recursos limitados. Isso ocorre porque o modelo elimina a necessidade de um grande investimento inicial em estoque. Com o *dropshipping*, os vendedores podem entrar no mercado de comércio eletrônico de forma mais econômica, já que não precisam comprometer capital em produtos que podem levar tempo para serem vendidos.

Além disso, o *dropshipping* contribui para a redução significativa dos custos operacionais. A ausência de estoque físico elimina despesas relacionadas à armazenagem, gestão de estoque e manutenção. Isso libera recursos financeiros que podem ser direcionados para outras áreas do negócio, como marketing, desenvolvimento de marca e atendimento ao cliente.

A flexibilidade é outra característica notável do *dropshipping*. Os vendedores têm a capacidade de diversificar facilmente seu catálogo de produtos, adicionando ou removendo itens sem as limitações de gerenciar um grande inventário. Isso significa que podem responder rapidamente às tendências do mercado e às preferências dos clientes, adaptando-se de forma ágil às mudanças.

Referências

- Freire, J. R. P., & Sartor, M. (2016). **Dropshipping: Um estudo sobre a gestão da cadeia de suprimentos no contexto brasileiro.** In *Anais do Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade (ENEPAD)*.
- Lima, A. S., & Pereira, C. A. (2017). **Estratégias de marketing e gestão de vendas no comércio eletrônico de dropshipping no Brasil.** In *Anais do Encontro de Marketing da ANPAD*.
- Machado, L. P. (2020). **Análise da logística reversa no dropshipping no Brasil: Um estudo de caso.** Dissertação de Mestrado, *Universidade de São Paulo*.
- Rodrigues, V. G., & Britto, A. R. (2015). **Desafios da gestão de estoques no modelo de dropshipping no Brasil.** In *Anais do Congresso de Administração e Contabilidade da Unisinos*.
- Silva, R. C., & Souza, M. B. (2019). **Comércio eletrônico e dropshipping no Brasil: Um estudo exploratório.** In *Anais do Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia (SEGeT)*.
- Souza, F. M., & Teixeira, A. J. (2017). **E-commerce e dropshipping no Brasil: Um estudo sobre a experiência do cliente.** In *Anais do Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais*.