



ETEC TRAJANO CAMARGO
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Alexsandro Ruan Custódio
Bruno Henrique Cruz Vinha
Renato Rissato da Silva
Ruiter Anfrelho Ferreira Lima

O MODELO DE NEGÓCIO DROPSHIPPING
VANTAGENS E DESVANTAGENS

LIMEIRA – SP
JUNHO/ 2023

**Alexsandro Ruan Custódio
Bruno Henrique Cruz Vinha
Renato Rissato da Silva
Ruiter Anfrelio Ferreira Lima**

**O MODELO DE NEGÓCIO DROPSHIPPING
VANTAGENS E DESVANTAGENS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Trajano Camargo, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito parcial para a obtenção da habilitação profissional de Técnico em Administração em 2023 sob a orientação do Professor Samuel Fernando Muller.

**LIMEIRA - SP
JUNHO/2023**

**Alexsandro Ruan Custódio
Bruno Henrique Cruz Vinha
Renato Rissato da Silva
Ruiter Andrelho Ferreira Lima**

**O MODELO DE NEGÓCIO DROPSHIPPING
VANTAGENS E DESVANTAGENS**

Aprovada em: _____ / _____ / _____

Conceito: _____

Banca de Validação:

Professor.....

**Samuel Fernando Muller
Orientador**

Professor

Sandro Spíndola

Professor

Elias da Silva Bento

**LIMEIRA – SP
2023**

AGRADECIMENTOS

- A família:
Agradecemos à nossa família pelo apoio e paciência durante a realização desse trabalho para nossa formação como profissionais técnicos.
- Aos professores (as), coordenadores (as):
Agradecemos à coordenação do curso, a todos os professores, em especial ao professor orientador Samuel Muller, que acompanharam e incentivaram a conclusão desta jornada, pois foram essenciais à nossa formação como profissional e evolução pessoal.
- Aos colegas de turma:
Agradecemos a todos os alunos da nossa turma que estiveram conosco durante esta árdua tarefa e que são, sem sombra de dúvidas, parte dessa conquista.

RESUMO

O dropshipping é um modelo de negócio em ascensão que permite aos empreendedores vender produtos sem a necessidade de manter um estoque físico. Nesse sistema, os produtos são enviados diretamente do fornecedor para o cliente, eliminando a necessidade de armazenamento e gerenciamento de inventário. Embora o dropshipping ofereça várias vantagens, como baixo investimento inicial e flexibilidade operacional, também apresenta algumas desvantagens que precisam ser consideradas. Entre as vantagens, essa modalidade permite que os empreendedores iniciem um negócio sem a necessidade de um grande capital inicial. Não há necessidade de comprar antecipadamente os produtos. Com o dropshipping, não é preciso se preocupar com o estoque, embalagem e envio dos produtos. Essas tarefas são de responsabilidade dos fornecedores. Isso permite que os empreendedores se concentrem em outras áreas do negócio, como *marketing* e atendimento ao cliente. Como o estoque não é um problema, é possível oferecer uma ampla variedade de produtos aos clientes. Isso permite atender a diferentes demandas e preferências, aumentando as chances de vendas e lucratividade. Em relação as desvantagens, como os produtos são adquiridos diretamente dos fornecedores, geralmente a um preço mais elevado do que em compras em grandes volumes, as margens de lucro podem ser limitadas. Isso significa que é necessário vender um volume maior de produtos para obter um lucro significativo. Ao depender dos fornecedores para o envio dos produtos, pode haver uma falta de controle sobre a qualidade dos itens enviados aos clientes. Isso pode afetar a reputação do negócio e gerar problemas de satisfação do cliente. Por ser um modelo de negócio popular, o que significa que há uma grande concorrência no mercado. Diversos empreendedores podem estar vendendo os mesmos produtos, o que torna necessário desenvolver estratégias de diferenciação para se destacar no mercado. Ao planejar um negócio de dropshipping, é fundamental avaliar cuidadosamente esses aspectos e desenvolver estratégias adequadas para lidar com os desafios do modelo de negócio.

Palavras-chave: Dropshipping. Negócio. Modelo. Vantagens. Desvantagens.

ABSTRACT

Dropshipping is a growing business model that allows entrepreneurs to sell goods without needing to keep a physical inventory. This system, goods are shipped directly from the supplier to the customer, eliminating the need of storage and management of the inventory. However dropshipping offers several advantages such as low upfront investment and flexibility in operational system, it also has some drawbacks that needs to be considered. Among those advantages, this modality allows entrepreneurs to start a business without needing a large initial capital. There is no need of buying goods in advance, if there is a reduction. With dropshipping, you don't have to conncer about stocking, packaging, and shipping your goods. These tasks are the suppliers' responsibility. This allows the entrepreneurs to focus on other business areas such as marketing and customer service. Since the stock is not an issue, it is possible to offer a wide variety of goods to the customers. This allows you to meet different demands and preferences, rising the opportunities of sales and profitability. Regarding to disadvantages, as goods are purchased directly from the suppliers, usually at a higher price than in bulk purchases, profit margins may be limited. This means that, it is necessary to sell a larger volume of goods to make a huge. By relying on suppliers to ship goods, there may be a lack of control over the items' quality shipped to the customers. This may affect the business's reputation and lead to a customer satisfaction issues. Due to it is a popular business model, which means that there is a lot of competition in the market. Several entrepreneurs may be selling the same goods, which makes needs to be necessary to develop differentiation on strategies to stand out in the market. Planning a dropshipping business, it is critical to evaluate carefully over these aspects and develop suitable strategies to deal with business model challenges.

Keywords: Dropshipping. Business. Model. Benefits. Disadvantages.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. O MODELO DE NEGÓCIO DROPSHIPPING	9
3. COMÉRCIO DIGITAL	11
4. CANAL DE VENDAS DIRETA	12
5. EMPREENDEDORISMO DIGITAL	14
6. LOGÍSTICA	15
6.1 LOGÍSTICA NO COMÉRCIO DIGITAL	16
7. MARKETING	18
7.1 MARKETING DIGITAL.....	19
8. APLICAÇÃO DA METODOLOGIA	20
9. COMPARAÇÃO	29
9.1 MARKETING DE AFILIADO VS DROPSHIPPING	29
9.2 E-COMMERCE VS DROPSHIPPING	30
10. VANTAGENS E DESVANTAGENS	32
10.1. FALTA DE CONTROLE OPERACIONAL	32
10.2 PRODUTOS COMODITIZADOS.....	32
10.3. BAIXA MARGEM DE LUCRO.....	33
10.4. VANTAGENS	33
10.5. GESTÃO DE ESTOQUE TERCEIRIZADA.....	33
10.6. LOGÍSTICA TERCEIRIZADA.....	33
10.7. BAIXO INVESTIMENTO INICIAL.....	34
11. CONCLUSÃO	35
12. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37

1. INTRODUÇÃO

Esse trabalho tem como objetivo apresentar o método *dropshipping*, com seus principais conceitos, mostrando os componentes para aplicação dessa metodologia, comparando com outros empreendimentos online, e dando ênfase nas vantagens e desvantagens do negócio.

O mundo online revolucionou a maneira de consumir e como as empresas oferecem produtos e serviços, impulsionando o surgimento dos novos modelos de negócios, com isso o *dropshipping* se popularizou no meio digital, como mostra a publicação da *hostinger* (2023, p.1), o *dropshipping* é o terceiro modelo mais procurado pelos empreendedores digitais, por conta do pequeno investimento inicial e baixo custo operacional.

Sendo assim, o método *dropshipping* é viável?

O conteúdo desse trabalho apresenta informações analíticas sobre o assunto, com uma conclusão dos autores que realizaram a pesquisa.

Para tanto, foram detalhados os seguintes objetivos específicos: descrever o que é *dropshipping*; quais os componentes para aplicação dessa metodologia; suas vantagens e desvantagens; e comparação com outros métodos de empreendedorismo digital.

Com isso no primeiro capítulo explicaremos o modelo *dropshipping*, citando temas relacionados, como comércio digital, empreendedorismo digital, canal de vendas direta, logística, logística no comércio digital, *marketing*, e o *marketing* digital.

No segundo capítulo falaremos como aplicar o método *dropshipping*, para que uma pessoa iniciante queira e consiga começar do zero, aplicando e executando o novo modelo de negócio, com isso será explicado etapa por etapa de todo o processo durante o capítulo.

No terceiro capítulo iremos comparar o modelo *dropshipping* com outros métodos de empreendimento digital, que são o e-commerce e o mercado de afiliados, mostrando as vantagens e desvantagens de cada um, comparando as características diferentes e em comum que os métodos possuem.

E por fim, no quarto capítulo citaremos as vantagens e desvantagens que o método *dropshipping* possui na atualidade. Devido a isso, o leitor ficará ciente das características que o modelo de empreendimento possui, que são elas, falta de controle operacional, produtos comoditizados¹, baixa margem de lucro, gestão de estoque, logística terceirizada, e baixo investimento inicial para começar.

Assim, para concluirmos a análise e viabilizar o método, realizou-se uma pesquisa estratégica e explicativa, sendo bibliográfica, detalhando todo o processo de aplicação e composições do método *dropshipping*.

Devido a isso, chegamos à conclusão que o modelo de negócio *dropshipping*, é um excelente empreendimento para quem quer começar no mundo dos negócios, apresentamos as diversas características que o modelo possui, todas as positivas e negativas, mostrando definitivamente que o mercado digital é uma excelente área para se empreender atualmente.

¹ Produtos comoditizados é como chamamos um produto que se torna massificado e não diferenciado perante nosso cliente, ocorrendo quando os clientes de um determinado mercado não percebem a diferenciação entre os produtos e serviços entre os concorrentes que os comercializam.

2. O MODELO DE NEGÓCIO DROPSHIPPING

O *dropshipping* é um modelo de negócio online, com o objetivo de fazer venda de produtos com ausência de estoque físico. Essa metodologia está cada vez mais popular e em alta nos dias atuais, devido ter grandes vantagens para o indivíduo que a executa. Segundo o Neto (2023, p.1) a definição de *dropshipping* é:

Dropshipping ou envio direto é um modelo de negócio onde o lojista vende produtos sem a necessidade de manter um estoque ativo. No processo, o cliente se comunica com a loja que recebe o pedido e gerencia o pagamento, após esse processo o fornecedor é acionado e, fica responsável pelo envio do item ao cliente. (NETO, 2023, p.1)

Já o autor (OPRESCU et al. Apud Laura, 2019, p.23) afirma com mais detalhes que:

Dropshipping é um modelo logístico de distribuição de mercadorias utilizado no varejo. Neste modelo, o vendedor realiza a venda de produtos sem tê-los em seu estoque físico. A mercadoria fica com o fornecedor até que seja comercializada pelo vendedor por meio de uma plataforma digital. Quando se concretiza uma venda, o fornecedor é informado e envia a mercadoria diretamente do seu estoque para o endereço do cliente final, sem a necessidade de ter transitado pelo vendedor. Sendo assim, o dropshipping é uma alternativa ao modelo logístico utilizado na cadeia de suprimentos tradicional (OPRESCU, 2019; GAURI et al., 2021; MOSTARAC et al. Apud Laura, 2020).

O modelo *dropshipping* se torna algo muito atrativo devido o negócio não precisar realizar a logística de entrega ao cliente final. A entrega de produtos, a responsabilidade é do fornecedor contratado. Entretanto, o empresário ainda precisa se preocupar muito com isso, por ser algo extremamente importante para a sustentabilidade da empresa. De acordo com (IMRAN, ESPÍNDOLA apud Laura, 2014, p.22), logística no comércio digital é:

“A logística é uma parte fundamental do comércio digital. Pode servir como um diferencial competitivo e, inclusive, quando bem desempenhada pode determinar o sucesso do negócio.” (IMRAN, ESPÍNDOLA apud LAURA AGOSTINI 2014, p.22).

Além disso, o modelo dropshipping é utilizado em outros diversos tipos de negócios, que atualmente estão em alta, e cada vez mais dominando o mercado. A metodologia é composta por um conceito e-commerce, segundo (GUEDÊLHA, 2023, p.1):

Comércio eletrônico ou e-commerce é o tipo de comércio realizado no ambiente online. Nesta modalidade, todo o processo de compra e venda, assim como as transações financeiras, são feitas totalmente online com o uso de dispositivos eletrônicos, como smartphones, tablets e computadores. (GUEDÊLHA, 2023, p 1).

O modelo de negócio já possui muito tempo de existência, antes mesmo da era da internet, já existiam empresas que faziam *dropshipping*. Com a chegada do meio digital, o método começou a ter mais visibilidade e sucesso, é o que explica o blog (FRENET, 2023, p.1):

Os primeiros serviços de DropShipping surgiram nos Estados Unidos, por meio do site de leilões Ebay. Por conta do sucesso desse tipo de parceria, a China resolveu entrar nesse mercado, em 2006. Em pouco tempo, ganhou destaque, popularmente conhecida por possuir preços competitivos, baixos custos tributários, sem burocracia e contratos complexos, fornecendo tudo pela web de forma fácil, prática e muito efetiva. Isso foi o suficiente para motivar as pessoas a realizarem importações de qualquer lugar do planeta. (FRENET, 2023, p.1).

O *dropshipping* permite que os varejistas ofereçam uma ampla variedade de produtos sem a necessidade de ter um estoque em suas empresas. Porém, o *dropshipping* também tem suas desvantagens. Como o varejista depende completamente do fornecedor para entregar os produtos aos clientes, a qualidade do produto e o tempo de envio podem ser um problema. De acordo com (BLACHARSKI, 2016, p.1)

"Os varejistas precisam fazer sua lição de casa para encontrar um fornecedor confiável e que possa fornecer produtos de qualidade a um preço justo". (BLACHARSKI, 2016, p.1)

Para realização do *dropshipping* é indispensável o entendimento e formalização dos gastos presentes em todo processo. Compreender que a metodologia não tem como destaque somente estratégias de vendas e lucros elevados e sim que possui diversos gastos e tributações.

O principal custo envolvendo a implementação dessa metodologia é com base na Tecnologia da informação, para lojas online com ausência de controle de estoque. Essa ausência acontece de acordo com a execução da metodologia, onde o objetivo é realizar a venda sem possuir estoque físico, intermediando o processo de entrega com o fornecedor. FARIA (2005, p.113) explica:

Os sistemas de informações logísticas funcionam como um elo entre as atividades logísticas a um processo integrado, combinando hardware e software, para medir, controlar e gerenciar as operações logísticas que ocorrem em uma empresa específica [...] (FARIA, 2005, p.113)

Apesar de algumas desvantagens, o *dropshipping* continua sendo uma opção atraente para empreendedores que desejam iniciar um negócio online com baixo investimento e capital inicial. Com isso, concluímos que os gastos e tarefas para construção da metodologia é basicamente por meio de *softwares*, que vão permitir acessos seguros e confiáveis para o desenvolvimento do processo.

3. COMÉRCIO DIGITAL

O comércio digital, também conhecido como comercio eletrônico é um meio de compras de forma virtual, sem contato com vendedor ou uma loja física.

Tem como objetivo principal aplicar a facilidade do mecanismo de compra de acordo com Varella, (2022, p.1):

[...] comércio eletrônico é um tipo de comercialização pela qual a compra e a venda online de produtos e serviços. [...] Nessa modalidade, empresas vendem seus produtos por meio de lojas virtuais próprias ou em outras plataformas, como marketplaces ou a página da marca nas redes sociais, nas quais é possível comercializar praticamente qualquer coisa. (Varella, 2022, p 1)

A tendência desse mercado é aumentar cada vez mais. Segundo Mazzola (2021, p. 1) o mercado digital foi introduzido há trinta anos, mas a partir do começo dos anos dois mil, por conta da evolução da internet, o mercado ganhou força e mesmo após vinte anos depois ele ainda possui oportunidades de crescimento.

Com a chegada da pandemia, as pessoas não poderiam mais sair de casa para realizar suas compras, conseqüentemente houve um aumento na procura por negociações online. Como apresenta a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (2020, p 1), foram analisados mais de 25 milhões de pedidos feitos em 4 mil lojas virtuais entre março e abril de 2020. Foram feitos estudos para analisar o crescimento do e-commerce de produtos físicos nas seguintes categorias:

- Artigos esportivos
- Autopeças

- Bebidas
- Farmácia
- Roupas
- Supermercado

Também foram analisados estudos em relação ao crescimento do e-commerce referente aos produtos intangíveis, categorizados como:

- Aplicativos de entrega
- Cursos online
- Games online
- Hospedagem
- Ingressos
- Passagens aéreas
- Passagens rodoviárias
- Restaurantes

Dessa forma, o comércio eletrônico tem se mostrado uma alternativa viável para as empresas que precisam se adaptar às mudanças no comportamento do consumidor durante a pandemia.

4. CANAL DE VENDAS DIRETA

Primeiramente devemos entender o que é um canal de vendas e segundo o SEBRAE (2020, p.1), refere-se ao meio que as empresas utilizam para divulgação de seu bem ou serviço para o seu público alvo e por meio dos canais de vendas que as soluções das empresas são comercializadas.

O canal de vendas está passando por transformações, em um mundo cada vez mais digital, é o canal de vendas diretas, a Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (2020, p.1) define que:

A venda direta tem origem na venda porta a porta, em que o vendedor, munido de um catálogo de produtos físico e/ou com produtos de demonstração, visita seus clientes e lhes oferece os produtos. A venda é concretizada no momento ou após a visita. (ABEVD, 2020, p.1).

Esse modelo de negócio tem se mostrado popular em vários setores, incluindo cosméticos, produtos de cuidado pessoal, suplementos alimentares e produtos de limpeza.

No entanto, o sucesso do canal de venda direta depende da qualidade dos produtos oferecidos e da eficácia das estratégias de vendas utilizadas pelos vendedores. Segundo a Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (2020, p.1):

“Esse modelo de negócio movimentou R\$ 45,2 bilhões em 2020 no Brasil, com um crescimento de 1,2% em relação ao ano anterior” (ABEVD, 2020, p.1).

Uma das empresas que utilizam o canal de venda direta é a Avon Cosméticos Ltda, uma das maiores empresas de cosméticos do mundo. Segundo o site (portalsãofrancisco, 2023, p.1) A empresa foi fundada em 1886 nos Estados Unidos, tendo presença em mais de 100 países e emprega mais de 25 mil pessoas em todo o mundo. A organização oferece uma ampla variedade de produtos de beleza e cuidados pessoais, e seus distribuidores independentes têm a oportunidade de ganhar dinheiro e desenvolver suas habilidades empreendedoras.

A digitalização das vendas diretas acontece devido à crescente da utilização do uso de tecnologias digitais no processo de venda direta de produtos e serviços. Com isso (DRASKOVIC; HARIC apud Laura 2021, p.21) afirmam que:

Durante a pandemia de COVID-19, diante das restrições de convívio impostas pelos governos, a digitalização deste canal fez-se ainda mais necessária. Como exemplo, a Avon, pioneira na venda direta, passou a realizar todas as suas atividades de marketing e vendas por meio de canais online durante a pandemia (DRASKOVIC; HARIC apud Laura, 2021, p.21).

Tradicionalmente, as vendas diretas eram realizadas pessoalmente, com representantes de vendas visitando clientes em suas casas ou em reuniões presenciais. No entanto, com o aumento da tecnologia digital, cada vez mais empresas de vendas diretas estão recorrendo a plataformas e meios de divulgação para expandir seus negócios. Afirmando assim (ABVED; WFDSA apud Laura, 2021, p.21).

As redes sociais podem servir como um meio de divulgação e comunicação entre cliente e vendedor, propiciando novas formas de

divulgar os produtos, através de vídeos, fotos e catálogos eletrônicos, além de permitir uma maior abrangência de clientes. As vendas nesse formato são chamadas de social selling (ABVED; WFDSA apud Laura, 2021, p.21).

No entanto, é importante lembrar que a digitalização das vendas diretas não é uma solução única para todas as empresas. De acordo com (CHU et al. apud Laura, 2010; WAIT apud Laura, 2019, p.21).

“O formato digital não possibilita o contato físico com o produto, pode haver gastos extras com o envio da mercadoria ao cliente e há perdas na comunicação interpessoal” (CHU et al. apud Laura, 2010; WAIT apud Laura, 2019, p.21).

Devido a isso, concluímos que a opinião dos autores, mostra que a melhor opção seria a combinação do canal físico com o digital, sendo uma excelente alternativa para o futuro das vendas diretas.

5. EMPREENDEDORISMO DIGITAL

O empreendedorismo digital é uma forma de empreendedorismo que utiliza a tecnologia e a internet para criar, desenvolver e comercializar produtos e serviços, de acordo com (NAMBISAN et al. apud Laura, 2017, 2020, p.16):

As tecnologias digitais também inauguraram uma nova era do empreendedorismo (NAMBISAN, 2017). Nesta nova era, o espaço digital contribui para a democratização da atividade empreendedora. Permite uma maior fluidez, dinamismo e flexibilidade, possibilitando que empreendedores se conectem com diferentes tipos de consumidores globalmente, aos quais antes não se tinha acesso, através de infraestruturas, sistemas, redes e plataformas novas, a exemplo dos sistemas de pagamento online peer-to-peer (P2P), redes sociais e plataformas de crowdfunding (NAMBISAN, 2017; MASON; RESUSCHKE, 2020,p.16).

O empreendedorismo digital possui outras interpretações, com o mesmo conceito, para o site (EAD UNIVALI, 2020, p.1), isso significa:

Empreendedorismo digital é uma forma de negócio que utiliza meios virtuais, como a internet, para comercializar serviços ou produtos, sem a necessidade de espaços físicos. Assim, cursos online, e-books, videoaulas, aplicativos, softwares e jogos são alguns dos principais formatos utilizados. (EAD UNIVALI, 2020, p.1)

Na opinião dos autores, esse tema envolve estratégias de venda, e *marketing*, onde aplicado no comércio digital e na metodologia *dropshipping*, é possível adquirir grandes lucros.

6. LOGÍSTICA

Logística é um tema extremamente importante e necessário para que uma empresa consiga realizar uma boa operação e obter bons resultados independente do seu ramo. Com isso (SPITALIERE, 2023, p.1) afirma de forma mais simplificada que:

A logística é a central operacional da sua empresa, responsável por toda a movimentação, armazenamento, transporte e entrega. Sua função é garantir que os produtos ou serviços passem por todas as etapas necessárias dentro da organização e cheguem até o cliente no prazo e condições ideais. (SPITALIERE, 2023, p.1)

Isso mostra o quanto a logística é necessária nos mais diversos ramos empresariais. O website (Nuvemshop, 2023, p.1), desenvolvido para o ramo de *dropshipping*, cita o principal objetivo da logística dentro dessa metodologia:

“No e-commerce e dropshipping, ela é responsável por garantir ao consumidor a melhor experiência de compra online possível”. (Nuvemshop, 2023, p.1)

A eficiência na logística é crucial para reduzir custos e aumentar a produtividade dentro de uma empresa, o que pode ser alcançado por meio da otimização dos processos logísticos. Nesse sentido, Ballou destaca que a logística busca "obter a produção e distribuição de produtos no lugar certo, no tempo certo e com o mínimo custo" (BALLOU, 2017, p. 30).

Além de todos esses objetivos que a logística possui dentro de uma organização, (ADDE, 2023, p.1) informa que a outros deveres muito importantes também como:

- Controlar o volume de mercadorias produzidas;
- Armazenar as mercadorias e monitorar o estoque;
- Desenhar as rotas de distribuição;
- Levar as encomendas de um local a outro.

Todas essas etapas fazem parte da logística, e para que isso ocorra corretamente é necessário contar com uma infraestrutura adequada, como “galpões

de armazenagem, *softwares* de gestão, meios de transporte como aviões, caminhões, contêineres etc.” (ADDE, 2023, p.1)

Em resumo, a logística é uma atividade fundamental para qualquer empresa que produz, transporta ou vende produtos. É um processo que envolve várias etapas e atividades para garantir que os produtos sejam entregues aos clientes finais de forma eficiente, no prazo e a um custo razoável.

6.1 LOGÍSTICA NO COMÉRCIO DIGITAL

No *Dropshipping*, o processo logístico é executado de maneira digital, como um e-commerce, conforme Adde (2023, p.1) nos apresenta. A logística no comércio digital é todo o processo de armazenamento, transporte, expedição e envio de mercadorias em uma loja virtual. É o que garante que os produtos vendidos cheguem aos consumidores.

A logística a ser executada envolve vários processos, segundo Adde (2023, p.1):

Recebimento das mercadorias enviadas pelo fornecedor no local de armazenamento da empresa; Armazenamento dos produtos e controle de estoque; Movimentação interna das mercadorias no galpão; Separação dos produtos para envio após o pedido dos clientes (*picking*); Embalagem dos produtos (*packing*); Expedição dos produtos para a transportadora responsável; Rastreamento do pedido; Transporte e entrega do produto ao consumidor. (Adde, 2023, p.1)

A logística vai além da entrega do produto ao cliente final, segundo King, Turban, Espíndola apud Laura (2014, p.22):

Compreende as atividades de gestão relacionadas a estoque e armazenagem, coordenação de serviços logísticos de transporte terceirizados. Deve haver sempre uma preocupação com a qualidade do serviço prestado ao cliente (KING; TURBAN apud Laura, 2004; ESPÍNDOLA et al. Apud Laura, 2014, p.22).

Uma das principais dificuldades enfrentadas pelas empresas de comércio digital é a gestão do estoque. De acordo com (RODRIGUES et al. 2019, p.1), “a falta de controle do estoque pode levar a perdas financeiras significativas para as empresas”. Para minimizar esse problema, é importante que as empresas adotem

sistemas eficientes de gerenciamento de estoque, como explica (O'BRIEN, 2020, p.72):

Ao contrário do comércio tradicional, o comércio eletrônico não possui uma loja física para gerenciar o estoque. Por isso, é importante que as empresas de comércio digital adotem um sistema de gerenciamento de estoque que permita o monitoramento em tempo real da quantidade de produtos disponíveis e que alerte quando o estoque estiver baixo (O'BRIEN, 2020, p.72).

Entretanto, na metodologia *dropshipping* não é utilizado estoque físico, o processo logístico é executado de maneira virtualmente, conforme Freitas (2022, p.1)

[...] O consumidor vai visitar o site de vendas da empresa, navegar pelos produtos, comparar preços e, por fim, colocar o produto no carrinho e efetuar o pagamento. [...] o papel do lojista é fazer o pagamento do pedido com o dinheiro pago pelo cliente. O valor pago é referente ao preço de atacado do produto e, o que sobra dessa transação, é a margem de lucro. [...] No *dropshipping*, como já destacamos, o lojista não está em poder do estoque físico. Ele tem apenas um catálogo com todos os produtos armazenados no estoque do fornecedor. (FREITAS, 2022, p.1)

Além disso, a entrega é outro ponto importante na logística do comércio digital. Segundo (FELIZARDO E CARVALHO, 2021, p.1), “o prazo de entrega é um dos principais fatores considerados pelos clientes na hora de escolher uma loja virtual”. Nesse sentido, é fundamental que as empresas adotem estratégias eficientes de gestão de transporte, como destaca (PIRES, 2019, p.321):

Para garantir uma entrega rápida e eficiente, as empresas de comércio digital podem optar pela terceirização da entrega, contratando empresas especializadas em logística. Além disso, é importante que as empresas utilizem tecnologias de rastreamento de produtos para garantir a segurança e a transparência na entrega (PIRES, 2019, p.321).

Quando desempenhada de modo eficiente, a logística é capaz de trazer resultados importantes para o negócio, como a redução da indisponibilidade de produtos em estoque, o aumento das vendas e a redução de custos. Para o cliente, pode aumentar sua satisfação em relação à experiência e influenciar positivamente em suas intenções de compra (PACHECO apud Laura, 2018; GAURI et al. Apud Laura, 2021).

7. MARKETING

A administração de *marketing* será de principal implementação para execução do *dropshipping*. Para o empreendedor digital, seu maior desafio é atrair as pessoas a conhecerem a sua loja virtual e comprar a sua solução. Ao entender o *marketing* em geral, Kotler (2000, p.4) afirma:

O marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação, e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado. (KOTLER, 2000, p.4)

Não existe um marco oficial para o surgimento do *marketing*. Porém, podemos dizer que ele existe desde que as pessoas trocam mercadorias entre si. Mostrando que todos nós fazemos *marketing* e que dentro de uma organização não é diferente. Por isso (KOTLER, 2000, p.30) afirma que todo o processo do *marketing* é:

O marketing é uma função empresarial que identifica necessidades e desejos insatisfeitos, define e mede sua magnitude e seu potencial de rentabilidade, especificando que mercados-alvo serão mais bem atendidos pela empresa, decidindo sobre produtos, serviços e programas adequados para servir a esses mercados selecionados e convoca a todos na organização para pensar no cliente e atender ao cliente. (KOTLER, 2000, p.30).

O tema *marketing* possui uma variedade de conceitos e ferramentas onde se torna essencial a sua aplicação. Os conceitos centrais do *marketing* segundo KOTLER (2013, p.6) são:

Mercado-alvo e segmentação: tem como objetivo identificar o perfil de compradores que tem preferência para produtos e mix de *marketing* variados. Os segmentos de mercado são identificados analisando as diferenças demográficas, psicográficas e comportamentais existentes entre os compradores. Os segmentos de maior oportunidade são considerados o mercado-alvo.

Ao entender o *marketing* é possível concluir que ele representa atender as necessidades do consumidor final, sempre gerando lucro. Portanto, os objetivos principais do *marketing* segundo (PEÇANHA, 2023, p.1) são:

- Vender mais
- Fidelizar clientes

- Aumentar a visibilidade
- Gerenciar uma marca
- Construir boas relações
- Educar o mercado
- Engajar os colaboradores

7.1 MARKETING DIGITAL

O *marketing* digital é um campo em constante evolução, com novas técnicas e tecnologias surgindo a todo momento. Portanto, (TORRES, 2022, p.1) define que:

Marketing Digital é uma forma de marketing que utiliza o ambiente web como canal de divulgação de uma marca. Ou seja, todas as soluções presentes na internet, tais como redes sociais, e-mail, sites, blog, anúncios pagos etc., são utilizadas para atrair e conquistar novos clientes. (TORRES, 2021, p.1).

Isso reforça que o *marketing* digital está relacionado com o novo mundo tecnológico e digital, que envolva a internet. Diferente do *marketing* tradicional que segundo (GOULART, 2023, p.1):

[...] está relacionado a ações fora do campo da internet, como comerciais de TV, anúncios em revistas e jornais impressos e outdoors, ou ainda, através de telemarketing ou distribuição de brindes em eventos, por exemplo. (GOULART, 2023, p.1).

Devido ao *marketing* digital estar se tornando algo muito importante e que muitas empresas estão utilizando para alcançar seus públicos-alvo. (KOTLER, 2016, p.3) afirma que:

O marketing digital é uma evolução natural do marketing tradicional, que se adapta às novas formas de consumo e interação dos consumidores com as marcas. Dessa forma, as empresas que desejam se destacar nesse mercado precisam estar atentas às mudanças no comportamento dos consumidores e utilizar as tecnologias disponíveis para criar experiências e relevâncias personalizadas para o público-alvo. (KOTLER, 2016, p.3).

Para alcançar esses objetivos, é necessário desenvolver uma estratégia de *marketing* digital eficiente, que realize as diferentes etapas do processo de compra do cliente. De acordo com (Halligan e Shah, 2014, p.19), “o *marketing* digital deve ser baseado na criação de valor para os clientes, e não apenas na venda de produtos ou serviços”.

Além disso, o *marketing* digital tem se mostrado uma estratégia importante para o sucesso das empresas no comércio eletrônico. Segundo Lin e Huang (2019, p. 432):

[...] o marketing digital é uma forma eficaz de atrair consumidores para o site de vendas e aumentar as vendas online. [...] Nesse sentido, a utilização de ferramentas como SEO, mídias sociais e marketing de conteúdo pode ajudar as empresas a ampliar sua presença online e a atrair mais clientes para suas plataformas de vendas. (Lin; Huang, 2019, p. 432)

Em resumo, o *marketing* digital é uma estratégia fundamental para as empresas que desejam se comunicar com o público-alvo de forma eficiente e relevante. Quando bem desenvolvida, resulta de maneira positiva para qualquer negócio, inclusive para o modelo de *dropshipping*, que se faz muito necessário a utilização do *marketing* digital atualmente.

8. APLICAÇÃO DA METODOLOGIA

Um dos primeiros passos para querer começar a executar a metodologia, e pensar em que ramo empreender, em quais produtos irá vender, e que nicho o indivíduo deseja começar. Para (BELO, 2023, p.1) define que:

Um nicho de mercado é um recorte ou uma segmentação. Nesse sentido, é fundamental definir um nicho se você quer ter sucesso com o seu negócio, uma vez que isso permite que você tenha um público-alvo melhor definido. (BELO, 2023, p.1).

Com isso, chamamos essa opção de loja nichada, que possui diversos pontos positivos. Dito isso (BERNARDES, 2021, p.1) afirma que:

A loja nichada é um tipo de negócio em que é um nicho de mercado bem definido e os empreendedores escolhem os produtos considerando esse nicho. No mix de produtos estão produtos vencedores e produtos de venda consolidada, que levam movimento constante de vendas para dentro da sua loja. Uma loja nichada, geralmente, tem entre seus objetivos a construção de uma marca consolidada dentro do nicho em que atua. (BERNARDES, 2021, p.1).

O empreendedor tem a opção também de não fazer com um nicho específico, e sim ter uma loja genérica. Segundo (BERNARDES, 2021, p.1):

Uma loja genérica é uma loja que **vende de tudo**. Ou seja, ela não possui um nicho de mercado específico, por isso, pode vender desde acessórios para carro, até utensílios de cozinha, itens infantis e produtos geek, por exemplo. Dentro do modelo de *dropshipping*,

empreendedores que optam por uma loja genérica são focados na venda de produtos vencedores (que vendem muito por um período de tempo mais curto, mas não são, geralmente, produtos que vendem continuamente) Estamos falando de uma venda em que há pouca importância para a construção de uma marca consolidada e que tem pouca perspectiva de trabalhar os produtos vendidos em conjunto. (BERNARDES, 2021, p.1).

Visto essas duas formas de empreender no ramo de *dropshipping*, o empreendedor deverá escolher uma que se encaixe melhor com ele, e com os objetivos que ele deseja com o seu negócio. Ambas possuem pontos importantes, tantos positivos e alguns negativos. Com isso, (EDUARDO, 2023, p.1) apresenta dicas para quem quer começar no ramo, que são elas:

Determine seu interesse ou paixão. Escolha um nicho no qual você tem interesse. Conhecer bem os produtos que você vende pode fazer com que o processo de gerenciar sua empresa seja mais agradável.

Encontre uma solução. Se você está tendo enfrentando um problema, outras pessoas também podem estar tendo essa mesma dificuldade.

Pesquise os produtos mais vendidos. Você tem uma melhor chance de ganhar dinheiro com seu dropshipping se vender os produtos mais vendidos na internet. Faça uma rápida pesquisa no Google ou use ferramentas como o Google *Trends* ou o *Trendhunter* para ver o que as pessoas estão procurando.

Venda produtos dos quais as pessoas precisam. Commodities como comida, produtos de higiene pessoal e itens de organização são clássicos do mercado doméstico. Esses bens estão sempre em demanda, o que significa que representam uma boa oportunidade de vender bem. (HOSTINGER, 2023, p.1).

Após decidir o modelo de loja em que o empreendedor irá trabalhar. Chegou a hora de ver o nome que será da loja e a disponibilidade do nome para a compra do domínio, que nada mais é que um registro. O uso desse “domínio” é utilizado para que as pessoas possam encontrar a *website* no meio digital. De acordo com o Sousa (2022, p.1), domínio é:

[...]É o endereço que você digita na barra do navegador para entrar em um site. É como se fosse o endereço de sua casa digital, e, por este motivo, precisa ser único. O domínio da GoDaddy Brasil, por exemplo, é (www.godaddy.com.br), e quando os usuários desejam entrar em nossa página, podem digitar essa sequência diretamente na barra de endereço do navegador. (SOUSA, 2022, p.1)

Depois de ver se o nome da loja está disponível para ser um domínio, o indivíduo poderá realizar a compra do nome que deseja para o seu empreendimento, sendo assim, após a finalização da compra, já estará disponível para utilizar no meio

digital. Existem diversos sites para realizar a compra e a hospedagem do domínio, que segundo (SOUZA, 2019, p.1) os melhores são:

A **GoDaddy (grifo nosso)** é uma das empresas mais conhecidas quando o assunto é contratação de domínio. Afinal, ela possui mais de 17 milhões de usuários no mundo inteiro e vem conquistando também o gosto dos brasileiros.

A **UOL HOST (grifo nosso)** foi uma das pioneiras no mercado brasileiro de internet e a UOL Host oferece seus serviços há mais de 10 anos para aqueles que procuram ofertas de *cloud computing*, hospedagem ou registro de domínio.

A **Hostgator (grifo nosso)** é um dos nomes mais fortes no mercado de hospedagem, apesar de também oferecer registro de domínios. Uma de suas vantagens é ter desconto no primeiro ano de contratação.

O **RegistroBR (grifo nosso)** é o site mais conhecido por aqueles que desejam comprar domínios de sites com a extensão.com.br. (SOUZA, 2019, p.1).

Após realizar todo esse processo, chegou a hora de escolher uma plataforma, para montar nosso site de vendas. Atualmente estamos familiarizados com alguns tipos de e-commerce que possuem sua própria loja virtual ou até mesmo utilizam de outras plataformas para divulgarem o seu produto. Segundo (FREITAS, 2023, p.1) os maiores sites de vendas são:

O **Mercado Livre (grifo nosso)** é um líder indiscutível quando analisamos os maiores *marketplaces* do Brasil. Ele é uma das plataformas mais tradicionais da internet brasileira, além de ser o maior *marketplace* da América Latina.

A **Shopee (grifo nosso)** atualmente tem uma das maiores taxas de crescimento de novos vendedores no Brasil. Ainda que a plataforma tenha sido lançada no Brasil em 2015, já figura entre os maiores *marketplaces*.

O **Magazine Luiza (grifo nosso)** é certamente um dos maiores *marketplaces* do Brasil, recebendo em média 100 milhões de acessos mensais. Não à toa, a plataforma tem despontado como uma opção interessante para que lojistas diversifiquem os seus canais de venda. (FREITAS, 2023, p.1).

Todos esses sites são exemplos de grandes empresas que vendem no mundo digital, e com isso elas possuem websites e aplicativos bem desenvolvidos, com uma identidade visual única, e com um processo de vendas com etapas, visando sempre a melhor experiência para o consumidor. No caso do *Dropshipping*, não é diferente, precisamos de um site otimizado e único, com um processo de vendas fácil e eficaz.

Com isso o ideal é utilizar plataformas que possibilitam a construção do site desde o início. Atualmente as plataformas mais utilizadas são *Shopify*, *Nuvem shop*,

Cartpanda, Yampi e diversos outros. (MARIANA, 2023, p.1) explica mais detalhado a plataforma *shopify*:

Referência no mercado, a **Shopify (grifo nosso)** possui uma série de aplicativos e integrações indispensáveis para o funcionamento de um negócio dropshipping. Um deles é o Oberlo, que permite a integração de produtos do Aliexpress ao site, com apenas um clique. Você pode utilizar a ferramenta gratuitamente por 14 dias, ou em planos selecionados, pagando 1\$ no primeiro mês. A loja de aplicativos da Shopify é o grande diferencial da plataforma para fazer dropshipping, afinal oferece uma gama de apps que irão te auxiliar em diversos aspectos da sua loja virtual. (MARIANA, 2023, p.1).

A NuvemShop também é uma plataforma de criação de lojas *online*, (MARIANA, 2023, p.1) explica mais sobre ela:

Com mais de 90 mil lojas virtuais cadastradas e operando, a **NuvemShop (grifo nosso)** possui planos a partir de R\$59, *templates* exclusivos em português, não possui limites de produtos cadastrados e visitas, além de boas opções de pagamento e frete. Assim como na Shopify, a criação do site é bem simples, não sendo necessário conhecimento de programação. (MARIANA, 2023, p.1).

Já (NETO, 2023, p.1) explica citando alguns pontos, a plataforma Cartpanda:

Aqui está um dos melhores sites para dropshipping brasileiros. A **Cartpanda (grifo nosso)** vem ganhando grande adesão dos criadores de lojas virtuais por seus recursos e facilidades. A primeira vantagem da Cartpanda é o preço dos seus planos, que estão entre os mais baratos do mercado, iniciando a partir de R\$ 4,99/mês. Além disso, seu aplicativo de integração para dropshipping tem planos gratuitos para quem vai começar. Outro ponto de destaque para a Cartpanda é que ela possui uma das maiores taxas de aprovação de cartão do mercado, com uma média de 92% de pagamentos aprovados. (NETO, 2023, p.1).

A Yampi vem se destacando também nesse ramo de plataformas importantes no ramo de *dropshipping*. (NETO, 2023, p.1) cita alguns pontos sobre ela:

A **Yampi (grifo nosso)** já é considerada por lojistas atuantes no e-commerce como um dos melhores sites para dropshipping atualmente. Sua principal vantagem é a sua tecnologia de checkout considerada uma das melhores do mercado. Até mesmo quem cria lojas na Shopify ou usa o WooCommerce integram às suas lojas virtuais o checkout da Yampi por causa da sua qualidade de conversão. (NETO, 2023, p.1).

Com isso podemos ver que cada plataforma possui seus respectivos planos com valores e condições a serem analisadas de forma que seja mais atrativo ao *Droppshiper*. Segundo o site *Shopify* (p.1), os valores vão a partir de \$19,00 até R\$ 399,00. Outros sites como Yampi (p.1) possuem planos gratuitos, que apenas

descontam uma porcentagem sobre o produto pago. Devido a isso, o empreendedor precisa identificar qual possui o melhor custo benefício em relação a preço e vantagens na hora de criar e administrar o seu site com a plataforma escolhida.

Ao finalizar as compras em uma loja, deve-se realizar o pagamento dos produtos. Em uma loja online, isso se chama *check-out*. A contratação do *check-out* é de forma obrigatória para finalização da compra, a definição de *check-out* afirma Ghirardello (2023, p.1):

O termo “checkout” vem do inglês e significa a finalização de um processo de compra ou de hospedagem, por exemplo. No Brasil, esse termo, normalmente, está muito associado à hotelaria e, mais especificamente no marketing digital, às vendas pela internet. (GHIRARDELLO, 2023, p.1)

Com isso, o *check-out* se torna algo muito importante quando falamos de uma loja de *dropshipping*, é uma etapa necessária em qualquer processo de venda online. Devido a isso, existem diversas empresas que fornecem o serviço de *check-out*. Uma delas é a Yampi, umas das mais famosas e utilizadas pelos *dropshippers*, devido seu sistema diferente e único, que segundo o site (EMPREENDER, 2023, p.1) afirma que:

Ferramenta fundamental para quem quer ter um e-commerce de sucesso, o Checkout Transparente da Yampi concentra todas as etapas de pagamento em uma única página, evitando que o consumidor seja direcionado para outro ambiente para inserir dados sensíveis. A solução simplifica todo o fluxo de pagamento, reduzindo o número de etapas que o cliente precisa percorrer para finalizar o pedido e contribuindo para o aumento da segurança e credibilidade da loja. Além disso, a solução foi pioneira em oferecer o Pix como forma de pagamento, além das outras modalidades que são permitidas, como cartão de crédito, boleto ou depósito bancário. (EMPREENDER, 2023, p.1).

Porém, para que possamos utilizar todas essas vantagens que o *check-out* da Yampi nos proporciona. Precisamos arcar com alguns valores e taxas, que segundo o site (EMPREENDER, 2023, p.1) são:

Se você está começando no e-commerce, o plano basic é a melhor opção: com ele, você não paga nenhuma mensalidade e tem acesso a diversos gateways de pagamento e as principais integrações. Nesta opção, é preciso pagar uma taxa de 2,5% a cada pedido pago: ou seja, você só paga algo quando estiver lucrando. Agora, para quem está ampliando as vendas e quer ainda mais recursos, o plano Starter é o ideal. Com uma mensalidade de R\$147, você tem uma taxa menor por pedido pago, de apenas 2%. Além disso, o histórico de carrinhos abandonados salta de 45 dias para 90 dias –

perfeito para recuperar ainda mais vendas. (EMPREENDER, 2023, p.1).

Depois do *check-out*, o *dropshipper* precisará de um sistema chamado gateway para que sua operação funcione normalmente. Com ele você conseguirá retirar o seu dinheiro para a instituição financeira que você utiliza, além de ter todos os dados e controle de seus faturamentos. Devido a isso, o site (PAGAR.ME, 2021, p.1) afirma que:

O gateway de pagamento é uma tecnologia de pagamento digital que serve de ponte para a comunicação entre o consumidor, o banco e a operadora do cartão de crédito. Com ele, é possível conectar o seu negócio a diferentes adquirentes (como se fossem as “maquininhas de cartão” digitais) e manter centralizada toda a operação de pagamentos do seu negócio. Nesse fluxo, o gateway é responsável pela captura dos dados, sua transmissão e o armazenamento das informações dos clientes, possibilitando que as transações sejam concluídas de forma rápida e segura. Dessa forma, o gateway proporciona facilidade para realizar suas transações online, pois você utiliza uma única interface. (PAGAR.ME, 2021, p.1).

Existem diversas plataformas de gateway para o mercado de *dropshipping*. (DIAS, 2023, p.1) afirma as duas mais utilizadas atualmente:

A **AppMax (grifo nosso)**, embora seja uma empresa de gateway nova no mercado, muitos proprietários de e-commerce, que usam o método *dropshipping*, afirmam que a plataforma atende muito bem as necessidades. Seu ponto forte é a aprovação das vendas, o grande gargalo de muitos negócios *dropshipping*. A Appmax tem um ótimo *feedback* nesse quesito.

O **Mercado pago (grifo nosso)** é o gateway de pagamento tradicional no mercado. Ele tem muitas vantagens, principalmente o cronograma de repasses. Muitos iniciantes no *dropshipping* usam o gateway do mercado pago porque podem ter o dinheiro da venda na hora, o que permite fazer a encomenda do produto junto ao fornecedor sem precisar tirar o valor da venda do próprio bolso. Além disso, você não precisa de um faturamento mínimo como na Appmax e pode vender usando o seu CPF. (DIAS, 2023, p.1).

Cada sistema possui taxas variáveis e diferentes em porcentagem e custo fixo na forma de pagamento. As tarifas da plataforma AppMax segundo o seu próprio site são (2023, p.1):

Cartão de crédito: **D+30** 4,99% **D+1** 5,99%

Boleto bancário: **D+1** R\$ 3,49

Pix: **D+0** 0,98%

Taxa de saque: R\$ 3,67 por saque

Gratuitos: Saques acima de R\$10.000,00 (APPMAX, 2023, p.1)

Todas essas informações são necessárias para que o usuário, saiba os valores que estão sendo descontados e pagos por ele, pela utilização de cada serviço. Vale mencionar que a taxa de saque é cobrada quando o *dropshipper* precisa retirar o seu dinheiro do *gateway* para a sua instituição financeira que ele utiliza. Em relação as siglas “D+0, D+1, D+30” que aparece na frente das formas de pagamento, (REIS, 2023, p.1) explica que:

As siglas “D+0, D+1, D+30” indicam o tempo para que uma transação financeira ocorra. Elas mostram, de forma resumida, quantos dias úteis vão levar para a operação ter seu processamento pela instituição. O termo é uma abreviação para “Dia Atual + X”. O dia atual é a data de solicitação, e X é o número de dias úteis até que ela se complete. (REIS, 2023, p.1).

Vale ressaltar que o *dropshipper* deve avaliar cada uma das opções de serviços de software oferecidas no mercado, levar em consideração todos os parâmetros para contratação. Quando trata-se de um tema relacionado à lojas virtuais, não é somente o custo da construção do site, é possível a visualização de custos ocultos, que segundo (FARIA, 2005, p. 117):

“Custos de informação imprecisos as empresas; informações incorretas; sistemas redundantes; perda de produtividade; correção no recebimento e lentidão para novos produtos.” (FARIA, 2005, p. 117)

No caso de uma perda ou falha nos *softwares* contratados para o desenvolvimento do *dropshipping*, possivelmente vai arcar com os custos citados. Podem ser considerados como imperceptíveis dessa maneira, porém, o objetivo é entender que o tempo que uma plataforma está fora da rede, é perda e oportunidade de venda, e isso gera um certo custo.

Depois de realizar todos esses processos de contratação de plataformas e criação de site, adicionando produtos, imagens, descrições, colocando informações importantes em relação as políticas do seu empreendimento. Chegou a hora de anunciar os seus produtos, para que as pessoas possam visitar a sua loja online e com isso adquirir seus produtos. Para isso, utilizaremos o *Marketing Digital* que é um meio extremamente necessário para quem faz *dropshipping* como lojas virtuais, devido (PEÇANHA, 2020, p.1):

Marketing Digital é a promoção de produtos ou marcas por meio de mídias digitais. Ele é uma das principais maneiras que as empresas têm para se comunicar com o público de forma direta, personalizada e no momento certo. (PEÇANHA, 2020, p.1).

Algumas ferramentas de *marketing* digital que as pessoas usam para anunciar seus produtos/serviços de forma online são:

- Facebook

O Facebook é uma rede social muito utilizada por todos. Por isso, é excelente para fazer divulgações nessa rede social, tanto de forma orgânica, ou de forma paga, que chamamos de tráfego pago. Com isso o site (MAZAG, 2022, p.1) afirma:

Como a maior plataforma de mídia social do mundo, é seguro dizer que o Facebook é uma escolha confiável ao decidir onde anunciar. O Facebook é popular entre uma grande variedade de dados demográficos, incluindo sexo e idade, o que significa que há uma boa chance de que seu público alvo esteja se engajando com a plataforma também.

Além de permitir que os usuários do Facebook se conectem entre si e compartilhem conteúdo on-line, a plataforma também oferece aos comerciantes a oportunidade de anunciar seus produtos e serviços online, conhecida como Facebook ADS. A publicidade no Facebook permite que os comerciantes consigam atingir clientes por localização, ocupação, interesses, atividades passadas e vários outros dados valiosos, que irão contribuir para deixar os anúncios ainda mais assertivos. (MAZAG, 2022, p.1).

- Instagram

O Instagram é uma rede social extremamente usada por todos nós. Devido os conteúdos que seus usuários postam, possuem um excelente engajamento, sendo ótimo para anunciar nossos produtos. Devido a isso, (PIOVESANA, 2023, p.1) explica o Instagram ads:

Instagram Ads é uma ferramenta que possibilita a criação de anúncios no Instagram. De modo geral, sua veiculação pode variar de acordo com os formatos (imagens e/ou vídeos), os posicionamentos (no feed e/ou nos Stories) e os objetivos (reconhecimento de marca, consideração ou conversão) deles. (PIOVESANA, 2023, p.1).

- TikTok

O TikTok é uma rede social nova, porém muito utilizada pelo público jovem. Atualmente possui números brilhantes de engajamento, sendo uma ótima oportunidade para anunciar o seu negócio. Devido a isso, o site (MAZAG, 2022, p.1) cita que:

Embora seja uma plataforma relativamente nova, o TikTok possui um enorme potencial para alcançar clientes potenciais, especialmente audiências mais jovens. Os anúncios são de tela cheia e aparecem por nove segundos, exatamente como um post orgânico da TikTok. Sob cada anúncio, os usuários podem tocar no botão “Comprar agora”, que os leva diretamente ao site de comércio eletrônico do comerciante para completar seu checkout. (MAZAG, 2022, p.1)

- E-mail marketing

O e-mail apesar de ser uma plataforma mais formal, o empreendedor poderá fazer anúncios nela, como mostra (BORGES, 2020, p.1):

Email marketing é a estratégia de envio de e-mails para uma lista de contatos a fim de estabelecer uma comunicação com cada destinatário e cumprir determinados objetivos de marketing. Geralmente o disparo é realizado por meio de ferramentas de automação. É um canal direto de comunicação com o seu público, que você pode usar para estreitar o relacionamento, nutrir leads e gerar vendas, com uma excelente taxa de ROI. Ainda assim, continua sendo desacreditado por muitos profissionais de marketing. Por muito tempo, e-mail marketing foi sinônimo de spam, fraudes e abordagens intrusivas, o que levou muitas pessoas a ignorar ou deletar as mensagens. Só que a tecnologia e as estratégias avançaram e hoje possibilitam um uso muito mais eficiente dos e-mails, que podem chegar para as pessoas certas, na hora certa, com a mensagem certa. Basta saber usar. (BORGES, 2020, p.1).

Depois de anunciar seus produtos, chegou a hora das pessoas comprarem em sua loja. Caso esteja tudo muito bem padronizado e executado, como descrição do produto correta, imagens legíveis e que façam sentido, identidade visual organizada, entre outros. Com certeza seu empreendimento obterá muitas vendas, portanto para processar seus pedidos, você deverá usar plataformas que façam isso, como DSers, citado no site (SHOPIFY, 2023, p.1):

DSers, a solução de dropshipping com AliExpress, é o novo padrão para processar centenas de pedidos de uma vez mais rápido do que nunca e encontrar novos produtos e fornecedores para vender sempre mais e com lucros maiores! Com DSers, você encontra fornecedores mais baratos, importa produtos de diversas origens, encontra fornecedores melhores e mais confiáveis, automatiza tarefas que consomem tempo e mais! (SHOPIFY, 2023, p.1).

Depois de realizar a compra dos pedidos, é só aguardar e acompanhar a entrega do próprio até a casa do cliente. Sempre lembrando de escolher bons fornecedores, para não ter problemas com os produtos e as entregas realizadas. Lembre-se que a loja deverá ter um bom atendimento ao cliente, em caso de dúvida ou reclamação sobre essa e outras etapas. Com isso (ZENDESK, 2023, p.1) pontua:

A verdade é uma só: as empresas que não oferecerem uma experiência memorável para seus consumidores por meio de um bom atendimento ao cliente podem ter seu faturamento seriamente prejudicado e não conseguem mais sobreviver no mercado. (ZENDESK, 2023, p.1).

Ao finalizar todo esse processo, caso você execute de forma correta e eficaz, sempre operando com margem de lucro. Com certeza você terá um empreendimento de *dropshipping* que alcançará excelentes resultados e com muito sucesso.

9. COMPARAÇÃO

São vários métodos de gerar uma renda na internet, portanto o *dropshipping* pode ser comparado com outros métodos populares que estão em alta atualmente.

9.1 MARKETING DE AFILIADO VS DROPSHIPPING

Ao compreender o método de *Marketing* de Afiliados de segundo, Barro (2023, p.1) afirma:

O marketing de afiliados é um modelo de negócios com o qual você pode ganhar dinheiro na internet ao recomendar produtos e serviços para sua audiência. Você receberá um link exclusivo de afiliado, que redireciona possíveis clientes para o site do vendedor, permitindo que eles comprem um produto ou serviço. Graças ao monitoramento de conversões, em caso do cliente comprar um produto, o site saberá de qual link de afiliado veio essa compra. Consequentemente, quando alguém faz uma transação através do seu link de afiliado, você receberá uma porcentagem da venda como sua comissão. (BARRO, 2023, p.1)

Os dois métodos possuem pontos positivos e negativos, segundo Barro (2023, p.1), os prós do *Marketing* de afiliados são:

“Fácil de começar; Não precisa gerenciar o suporte e atendimento ao cliente; Baixo custo para iniciar; Ótima fonte de renda passiva.” (BARRO, 2023 p.1)

Os contras também são apontados por Barro (2023, p.1) como:

“Comissões baixas no início; Sem controle sobre os preços; Links de afiliados podem ser removidos ou hackeados; Limitado a algumas formas de publicidade.” (BARRO, 2023, p.1)

Para comparar com o *dropshipping*, de acordo com Barro (2023, p.1) informa que os prós do método são:

“Ter sua própria marca; Taxas de lucro mais altas; Pagamento instantâneo; facilmente escalável.” (BARRO, 2023, p.1)

E os contras da metodologia são afirmados por Barro (2023, p.1) como:

“Precisa gerenciar o suporte e atendimento ao cliente; sem controle sobre a qualidade dos produtos; Competição de preços com outros negócios.” (BARRO, 2023, p.)

9.2 E-COMMERCE VS DROPSHIPPING

O modelo de e-commerce é algo muito utilizado atualmente. Com isso o site (OFFICECONT, 2022, p.1) afirma:

Na tradução original a palavra significa “comércio eletrônico, ou seja, tudo aquilo que se pode vender ou comprar num ambiente online na web. Para ser mais claro, temos alguns exemplos: lojas online, aplicativos de compra e vendas, delivery de comidas, dentre outros. Tudo funciona através de programas, sites e alguns outros utilitários. É importante esclarecer que o Marketing Digital é de suma importância para o *ecommerce*, uma vez que o produto ou serviço é oferecido de forma online, o marketing digital é a maior ferramenta de divulgação no ambiente online, usar as técnicas de marketing digital vai ajudar bastante a alavancar sua marca e suas vendas. (OFFICECONT, 2022, p.1).

Os dois modelos possuem grandes diferenças, como explica o site (OFFICECONT, 2022, p.1):

A maior diferença entre ambos é a forma de venda e entrega de produtos. No *ecommerce* a venda num todo do começo ao fim é de responsabilidade do vendedor lojista, já no *dropshipping* a responsabilidade é apenas com a venda, a entrega é de única responsabilidade do fornecedor. (OFFICECONT, 2022, p.1).

Já o site (CURSOSNOCD, 2023, p.1) explica de forma mais detalhada:

E-commerce: é você ter uma loja on-line para venda dos seus produtos. Aqui você tem um estoque físico, o cliente compra no seu site e você faz o envio para ele.
Dropshipping: você também terá uma loja on-line, mas a diferença é que você não tem estoque dos produtos. Quando recebe uma venda na sua loja, você faz o pedido com o fornecedor e esse envia direto para o endereço do cliente.
No dropshipping o cliente pode correr o risco de ser taxado pela receita ou ter que pagar a taxa de armazenagem dos Correios, por isso é importante deixar claro essas informações no site para evitar dores de cabeça.
No dropshipping o prazo de entrega também costuma ser bem maior do que um site e-commerce, pois os produtos vêm do exterior. (CURSOSNOCD, 2023, p.1).

Os dois modelos possuem vantagens e desvantagens. Como mostra o site (OFFICECONT, 2022, p.1):

- Vantagens do *dropshipping*:

1. Baixo investimento
2. Não precisa de espaço físico
3. Não tem custos com entrega
4. Retorno rápido (OFFICECONT, 2022, p.1).

- Desvantagens do *dropshipping*:

1. Falta de controle de tempo de entrega
2. Não controlar estoque
3. Não poder ter contato com a mercadoria (OFFICECONT, 2022, p.1).

- Vantagens do *e-commerce*:

1. Vendedor de maior confiança
2. Trabalha mais próximo do produto
3. Maiores canais de venda
4. Maior visibilidade
5. Melhor controle de negócio (OFFICECONT, 2022, p.1).

- Desvantagens do *e-commerce*:

1. Requer mais tempo e dedicação

2. O envio de mercadoria é de responsabilidade do lojista
3. Qualquer problema é de responsabilidade do lojista (OFFICECONT, 2022, p.1).

Concluimos que todos os modelos de negócio que foram comparados, possuem seus pontos positivos e negativos, porém se todos forem bem executados, com certeza irão gerar grandes resultados positivos, transformando a vida de muitas pessoas empreendedoras.

10. VANTAGENS E DESVANTAGENS

Hoje ao assistir vídeos na internet observamos anúncios divulgando o método *Dropshipping*, esses anúncios aparentam que a metodologia garante sucesso, facilidade de aplicação entre outros benefícios. Quando na realidade podemos visualizar vantagens e desvantagens. Segundo Azevedo (2022, p.1), as principais desvantagens são.

10.1. FALTA DE CONTROLE OPERACIONAL

Mesmo não obtendo responsabilidade sobre operar o estoque e a logística, essas atividades são essenciais para um bom atendimento ao cliente. De acordo com Azevedo (2022, p.1)

Por isso, não pode atestar se os itens estão dentro da validade ou têm defeitos, por exemplo. Essa conferência é responsabilidade do fornecedor, mas você não consegue garantir que esse processo esteja sendo executado da melhor maneira. (Azevedo, 2022, p.1)

10.2 PRODUTOS COMODITIZADOS

Muitas lojas que trabalham com essa modalidade compram produtos com *AliExpress*, *Shopee* e outras empresas que praticam preços baixos. Segundo Azevedo (2022, p.1):

Isso significa que eles não têm diferenciação — o cliente pode encontrar o mesmo produto, com preços semelhantes, em várias outras lojas virtuais. Além disso, os produtos têm marcas que não se destacam, que não têm personalidade, que não têm um branding forte. Dessa maneira, não conseguem criar conexões com os consumidores nem conquistar sua fidelidade. (Azevedo, 2022, p.1)

10.3. BAIXA MARGEM DE LUCRO

Os iniciantes em *dropshipping* possuem acesso basicamente com os mesmos fornecedores, no entanto, vão introduzir seu empreendimento em um mercado de alta competitividade. E para maior visibilidade e interesse dos compradores os lojistas definem os preços com margem baixa de lucro. Conforme Urata (2023, p.1)

[...]Outro fator a ser considerado é a concorrência. Como o *dropshipping* é um modelo de negócio relativamente fácil de ser implementado, há muitos outros lojistas que podem estar vendendo os mesmos produtos que você. Isso significa que os preços podem ficar bastante competitivos e que pode ser difícil manter uma margem de lucro elevada. (Urata, 2023, p.1)

10.4. VANTAGENS

Utilizando esse método é possível obter lucros, conforme Azevedo (2022, p.1) o *dropshipping* pode ser uma boa opção para quem tem experiência com negociação e gestão de fornecedores. E que ao êxito em alinhar operações entre loja, fábrica e transportadora, pode ter bons resultados. Segundo Azevedo (2023, p.1)

10.5. GESTÃO DE ESTOQUE TERCEIRIZADA

Para qualquer tipo de *marketplace*, a gestão de estoque é uma das áreas mais geradoras de custos, por tanto no *dropshipping*, diz Azevedo (2023, p.1)

Nessa modalidade, você não precisa adquirir ou alugar um local para armazenar mercadorias, controlar prazos de validade e obsolescência, nem se preocupar em manter níveis adequados de estoque. [...] No *dropshipping*, essa preocupação e os custos envolvidos estão nas mãos dos fornecedores. Mas é importante saber se os seus parceiros fazem uma boa gestão de estoque. Afinal, qualquer problema impacta na experiência do cliente e afeta a imagem da sua loja. (Azevedo, 2023, p.1)

10.6. LOGÍSTICA TERCEIRIZADA

Outro fator importante e vantajoso referente a entrega do produto até o cliente final. Nessa metodologia o lojista possui essa preocupação, pois segundo Azevedo (2023, p.1)

No *dropshipping*, a logística é uma responsabilidade dos fornecedores. Você não precisa se preocupar em negociar com transportadoras, separar e preparar pedidos, nem despachar as mercadorias. A logística de devolução dos pedidos, outro ponto

importante do comércio eletrônico, também é papel da fábrica. (Azevedo, 2023, p.1)

10.7. BAIXO INVESTIMENTO INICIAL

Analisando essa metodologia não utiliza gestão de estoque e logística de entrega, é possível concluir que esse método não exige um alto investimento para começar, como diz Azevedo (2023, p.1)

Como não é necessário investir no armazenamento de estoque, o investimento inicial para trabalhar com dropshipping costuma ser baixo. Além disso, da mesma forma que uma loja virtual, também não é preciso adquirir ou alugar um espaço físico para atender clientes e fazer as vendas. (Azevedo, 2023, p.1)

Por tanto, através de uma análise de comparativa sobre as vantagens e desvantagens sobre esse modelo de negócio, é predominante dizer que o *dropshipping* é um negócio simples de se inicializar, porém é gradativo seu processo de escala.

11. CONCLUSÃO

Esse trabalho teve como objetivo compreender o funcionamento do modelo de negócio *dropshipping*, uma forma diferente de empreender, que vem se popularizando cada vez mais nos dias atuais, devido a isso, queremos mostrar como funciona todo esse modelo de negócio, mostrando seus pontos positivos e negativos, realizando as pesquisas bibliográficas e documentais, de forma explicativa, detalhando todo o processo de aplicação e composições do método *dropshipping*.

Para atingir nosso objetivo geral de mostrar a importância e a relevância que o modelo de *dropshipping* possui na atualidade, sendo uma excelente opção para quem quer abrir o seu primeiro empreendimento. Tivemos objetivos específicos, que são eles: descrever o que é *dropshipping*; quais os componentes para aplicação dessa metodologia; suas vantagens e desvantagens; e comparação com outros métodos de empreendedorismo digital.

Portanto, verificou-se todos os temas necessários relacionados ao modelo de negócio, além de mostrar sua definição e conceito. Na análise das vantagens e desvantagens, o *dropshipping* se mostrou uma excelente oportunidade para quem quer começar no mundo dos negócios, devido seu baixo capital para iniciar. Porém o *dropshipping* possui suas desvantagens também, como tempo de entrega maior para o cliente, e baixa lucratividade devido sua concorrência. A comparação com outros modelos de negócio, permitiu concluir que se todos os modelos de negócio foram bem executados, inclusive o *dropshipping*, com certeza irão gerar grandes resultados positivos para seus empreendedores.

Com isso, a hipótese do trabalho de que o *dropshipping* é um excelente modelo de empreendimento, se confirmou, por mostrar que um modelo rentável, caso seja bem executado, além de grandes empresas atuais, utilizar o processo em seus empreendimentos.

Os instrumentos de pesquisa e dados, foram extremamente essenciais e importantes para a realização do desenvolvimento, devido mostrar e confirmar as ideias impostas pelo autor. Porém, em pesquisas futuras, pode-se comparar com mais modelos de negócios, além dos que foram apresentados, além de mostrar outros métodos e plataformas de como fazer *dropshipping* na aplicação da metodologia,

sendo uma proposta válida. Orientamos novas pesquisas a partir dessa, que pretende mostrar inovações e melhorias sobre o modelo de negócio apresentado no trabalho e a partir de sua aplicação, determinar estratégias de *marketing* e se inteirar perante as novidades do mercado para garantir bons faturamentos.

12. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABEVD. Informações. In: ABEVD. Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas. [S. l.], out. 2020. Disponível em: <https://www.abevd.org.br/dados-einformacoes/#>. Acesso em: 23 abr. 2023.

ADDE, T. Nuvemshop: Como funciona a logística para e-commerce? Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/logistica-para-ecommerce/> . Acesso em: 19, maio de 2023.

ADDE, Talitha. Nuvemshop: O que é logística e porque ela é importante? Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/o-que-e-logistica/>. Acesso em: 20, maio de 2023.

AGOSTINI, Laura. **Dropshipping: uma estratégia de negócio digital para micro e pequenas empresas no brasil**. Monografia (MBA em tecnologias digitais e Inovação sustentável), Escola politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, p.67, 2021. Disponível em: http://paineira.usp.br/lassu/wp-content/uploads/2021/12/VERSA%CC%83O_FINAL_MONOGRAFIA-5.pdf Acesso em: 28, de março de 2023.

As melhores soluções para o seu negócio digital, sem custos fixos. AppMax. Disponível em: <https://appmax.com.br/tarifas/>. Acesso em: 20, maio de 2023.

AZEVEDO, J. Dropshipping: o que é e tudo que não te contaram sobre esse modelo de negócio, 2022. Disponível em: <https://bagy.com.br/blog/dropshipping/>. Acesso em: 12 de maio de 2023.

BALLOU, RH Gerenciamento da cadeia de suprimentos: logística empresarial. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2017.

BARRO. B. Hostinger Tutoriais, 2023. Marketing de Afiliados vs. Dropshipping: Lucratividade, Diferenças e Semelhanças. Disponível em: https://www.hostinger.com.br/tutoriais/dropshipping-ou-afiliado#Pros_e_Contras_do_Marketing_de_Afiliados_e_do_Dropshipping. Acesso em: 17 de maio de 2023.

BELO, Fernanda. Nuvemshop – Quais são os melhores nichos do mercado para lojas virtuais? Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/melhores-nichos/#:~:text=Basicamente%2C%20um%20nicho%20de%20mercado,um%20p%C3%BAblico%2Dalvo%20melhor%20definido>. Acesso em: 18, maio 2023.

BERNARDES, Rodrigo. Loja de Dropshipping Nichada ou Genérica: conceitos, prós e contras e qual escolher, 2022. Disponível em: <https://www.appsecommerce.com.br/post/loja-de-dropshipping-nichada-ou-gen%C3%A9rica>. Acesso em: 04 de junho de 2023.

BLACHARSKI, Dan. PARA MARKETING DE COLOCAÇÃO DE PRODUTOS, É TUDO SOBRE MOOLAH. Disponível no site: ENTREPRENEUR: <https://www.entrepreneur.com/article/282056>. Acesso em: 11, maio de 2023.

BORGES, Clara. Rockcontent blog: O que é email Marketing: tudo que você precisa saber para colocar essa estratégia em prática em 2023. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/tudo-sobre-email-marketing/>. Acesso em: 21, dezembro de 2020.

Como é o checkout transparente da Yampi? Conheça os diferenciais. site EMPREENDER, 2023. Disponível em: <https://empreender.com.br/como-e-o-checkout-transparente-da-yampi/> . Acesso em: 18, abril de 2023.

Conheça as principais plataformas de anuncio do mercado, Mazag. Disponível em: <https://www.mazag.com.br/desenvolvimento-web/conheca-as-principais-plataformas-de-anuncio-do-mercado/> . Acesso em: 27, abril de 2022.

DIAS, Elissandro. Aveli: 5 melhores gateways para dropshipping e dicas ao escolher. Disponível em: <https://aveli.com.br/melhor-gateway-dropshipping/>. Acesso em: 12, abril de 2023.

Diferença de e-commerce e dropshipping. Dropshipping. Disponível em: <https://cursosnocd.com.br/dropshipping/diferenca-de-e-commerce-edropshipping.htm>. Acesso em: 23, maio de 2023.

DSers-AliExpress Dropshipping. Shopify, 2023. Disponível em: <https://apps.shopify.com/dsers?locale=pt-BR> Acesso em: 04 de junho de 2023.

EDUARDO, Carlos. Hostinger tutoriais. Como fazer Dropshipping e Começar seu Próprio Negócio. Disponível em: <https://www.hostinger.com.br/tutoriais/como-fazer-dropshipping> . Acesso em: 26, abril de 2023.

EMPREENDEDORISMO digital: O que é, como funciona e exemplos. EAD UNIVALI, 2020. Disponível em: <https://ead.univali.br/blog/empreendedorismo-digital> Acesso em: 23, abr. 2023.

FARIA, A. Gestão De Custos Logísticos. São Paulo: ATLAS S.A, 2010.

FELIZARDO, AM; CARVALHO, AMP Logística no comércio eletrônico: um estudo sobre a percepção dos consumidores em relação ao prazo de entrega. In: XXXIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2021, Salvador. Anais... Salvador: ABEPRO, 2021. p. 1-12.

FREITAS, Vitoria. Entenda como funciona o dropshipping e como começar. Ecommerce na prática, 2022. Disponível em: <https://ecommercenapratica.com/blog/dropshipping-como-funciona/#:~:text=No%20dropshipping%2C%20a%20responsabilidade%20do,que%20o%20neg%C3%B3cio%20%C3%A9%20sustentado>. Acesso em: 13 de maio de 2023

FREITAS, Vitoria. Conheça os maiores marketplaces do Brasil: 25 plataformas para a sua empresa, 2023. Disponível em: <https://ecommercenapratica.com/blog/maiores-marketplaces-do-brasil/#:~:text=1.-.Mercado%20Livre,maior%20marketplace%20da%20Am%C3%A9rica%20Latina>. Acesso em: 04 de junho de 2023.

FRENET, Site. O QUE É DROPSHIPPING CONHEÇA UM POCO MAIS. Disponível em: <https://www.frenet.com.br/blog/o-que-e-dropshipping/#:~:text=Onde%20surtiu%20o%20drop%20shipping,entrar%20nesse%20mercado%2C%20em%202006>. Acesso em: 11, maio de 2023.

Gateway de pagamento: o que é e qual a relevância para o e-commerce? Site Pagar.me, 2021. Disponível em: <https://pagar.me/blog/gateway-de-pagamento/?nis=8>. Acesso em: 3, dezembro de 2021.

GHIRARDELLO, G: Checkout na loja virtual: o que é e como otimizar? Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/checkout/>. Acesso em: 04, maio de 2023.

GOULART, Beatriz. Tipos de Marketing: Conheça os 10 principais e como aplicá-los na sua empresa, 2023. Disponível em: <https://www.nomus.com.br/blog-industrial/tipos-de-marketing/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%3F,brindes%20em%20eventos%2C%20por%20exemplo>. Acesso em: 04 de junho de 2023.

GUEDÊLHA, Raphael. O QUE É COMÉRCIO ELETRÔNICO E PARA QUE SERVE? Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/comercio-eletronico/> Acesso em: 11 de maio de 2023.

HALLIGAN, B.; SHAH, D. Inbound Marketing: Atraia, Conquiste e Fidelize Clientes Online. 1ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

HISTÓRIA da Avon. Portal São Francisco, 2023. Disponível em: <https://www.portalsaofrancisco.com.br/curiosidades/historia-da-avon>. Acesso em: 23 abr. 2023.

KOTLER, Philip. Administração de marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice - Hall, 2000.

L., Andrei. Hostinger tutoriais. 25 idéias de negócios online para ganhar dinheiro na internet. Disponível em: <https://www.hostinger.com.br/tutoriais/ideias-de-negocios-online> . Acesso em: 28, abril de 2023.

LIN, H., & Huang, J. (2019). Os efeitos do marketing digital no comportamento do cliente online: uma revisão e meta-análise. *Jornal Internacional de Gestão da Informação*, 49, 426-438.

MARIANA. Pluga: Dropshipping para iniciantes: guia prático para dar os primeiros passos. Disponível em: <https://pluga.co/blog/dropshipping-para-iniciantes/> . 29, março de 2022.

MAZZOLA, C. E-commerce: como funciona o comércio eletrônico?.2021. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/e-commerce-como-funciona-o-comercio-eletronico/> . Acesso em: 04 maio 2023.

NAVES, Thiago. Análise econômica de uma empresa de Dropshipping no Brasil Disponível em: https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/5179/1/TCC_2_%20THIAGO_REZENDE_N2.pdf . Acesso em: 19, maio de 2023.

NETO, A. Dropshipping: O que é, como funciona e dicas para começar a vender sem estoque! Disponível em: <https://www.escoladeecommerce.com/artigos/o-que-e-dropshipping/>.de 2023.

NETO, Francisco. 6 melhores sites para criar loja dropshipping em 2023. Disponível em: <https://aveli.com.br/melhores-sites-para-dropshipping/> . Acesso em: 23, abril de 2023.

O que são canais de venda? Entenda para ter os melhores resultados. Sebrae, 2020. Disponível em:<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/o-que-sao-canais-de-venda-entenda-para-ter-os-melhores-resultados.cb59b39cba395710VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em: 04 de junho de 2023.

O'BRIEN, M. Comércio Eletrônico. São Paulo: Cengage Learning, 2020. p. 72. OFFICECONT, Adm. Ecommerce x Dropshipping. Disponível em: <https://officecont.com/ecommerce-x-dropshipping/#:~:text=A%20maior%20diferen%C3%A7a%20entre%20ambos,de%20%C3%BAnica%20responsabilidade%20do%20fornecedor>. Acesso em: 17, outubro de 2022.

PEÇANHA, Vitor. O que é Marketing: tudo o que você precisa saber sobre a arte de conquistar e fidelizar clientes, 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-marketing/#01> Acesso em: 04 de junho de 2023.

PEÇANHA, Vitor. Rockcontent blog. O que é Marketing Digital? Tudo sobre o conceito, como fazer e começar sua estratégia DE Marketing em 2023. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-digital/> . Acesso em: 25, novembro de 2020.

PIOVESANA, Luiz. Nuvemshop: O que é Instagram Ads e como utilizá-lo? Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/instagram-ads/>. Acesso em: 20, fevereiro de 2023.

PIRES, G. Logística empresarial: a perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 2019. p. 321.

REIS, Thiago.D+0, D+1, D+30: o que é? Como funciona o resgate de uma aplicação, 2023. Disponível em:<https://www.sun0.com.br/artigos/d0-d1-d2/#:~:text=As%20siglas%20%E2%80%9CD%2B0%2C,%E2%80%9CDia%20Atual%20%2B%20X%E2%80%9D>. Acesso em: 04 de junho de 2023.

RODRIGUES, PS e cols. A logística no comércio eletrônico: um estudo de caso da empresa Americanas.com. Revista Científica do UNIFOR-MG. Disponível em: <http://periodicos.unifor.br/RFA/article/view/5428> . Acesso em: 03 abr. 2023.

SOUSA, Daniele. [Guia] O que é domínio? Para que serve? Entenda tudo! 2022. Disponível em: <https://br.godaddy.com/blog/o-que-e-dominio/#:~:text=Entender%20o%20que%20%C3%A9%20dom%C3%ADnio,este%20motivo%2C%20precisa%20ser%20%C3%BAnico>. Acesso em: 18 de junho de 2023.

SOUZA, Ivan. Rockcontent blog. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/melhores-sites-de-dominio/> . Acesso em: 23, abril de 2019.

SPITALIERE, Juliana. O que é, como funciona e 5 dicas de planejamento, 2023. Disponível em: <https://blog.contaazul.com/guia-sobre-logistica>. Acesso em 23 de abril de 2023.

TORRES, Vitor. O que é Marketing Digital? Como utilizar essa estratégia em pequenas e médias empresas? 2022. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/o-que-e-marketing-digital/#:~:text=Marketing%20Digital%20%C3%A9%20uma%20forma,atrair%20e%20conquistar%20novos%20clientes> Acesso em 18 de junho de 2023.

URATA, L. Qual a margem de lucro do dropshipping? Adminer. 2023. Disponível em: <https://adminer.pro/blog/qual-a-margem-de-lucro-do-dropshipping>. Acesso em: 13 de maio de 2023.

VARELLA, Ingrid. Seu guia sobre comércio eletrônico: o que é e-commerce e para que serve, 2022. Disponível em: <https://www.shopify.com/br/blog/comercio-eletronico#:~:text=E%2Dcommerce%20ou%20com%C3%A9rcio%20eletr%C3%B4nico,computadores%2C%20telefones%20celulares%20ou%20tablets>. Acesso em: 04 de junho de 2023.

ZENDESK. Bom atendimento ao cliente: o que é e qual seu impacto em um negócio?, 2023. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/bom-atendimento-ao-cliente/> Acesso em: 04 de junho de 2023.