



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

SÉRGIO RICARDO OLIVEIRA FILHO

**UM GUIA PRÁTICO SOBRE DROPSHIPPING**

CAMPINA GRANDE

2022

SÉRGIO RICARDO OLIVEIRA FILHO

UM GUIA PRÁTICO SOBRE DROPSHIPPING

Trabalho apresentado à Universidade Estadual da Paraíba, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Profa. Dra. Hannah de Oliveira Santos Bezerra

CAMPINA GRANDE

2022

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

O48u Oliveira Filho, Sergio Ricardo.  
Um guia prático sobre Dropshipping [manuscrito] / Sergio Ricardo Oliveira Filho. - 2022.  
28 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2022.

"Orientação : Profa. Dra. Hannah de Oliveira Santos Bezerra, Coordenação do Curso de Administração - CCSA."

1. E-commerce . 2. Dropshipping . 3. Negócio on-line . I.

Título

21. ed. CDD 658

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

FOLHA DE APROVAÇÃO

SÉRGIO RICARDO OLIVEIRA FILHO

UM GUIA PRÁTICO SOBRE DROPSHIPPING

Trabalho de conclusão de curso apresentado  
como requisito parcial para obtenção do título de  
Bacharel em Administração, pela Universidade  
Estadual da Paraíba.

Aprovado em:      de              de 2022

**Banca Examinadora**

Hannah de Oliveira Santos Bezerra

Profa. Dra. Hannah de Oliveira Santos Bezerra  
(Orientadora) Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Larissa Ataíde Martins Lins de Bezerra

Profa. Dra. Larissa Ataíde Martins Lins de Bezerra  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Joyce Aristercia Siqueira Soares

Profa. Dra. Joyce Aristercia Siqueira Soares  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## RESUMO

O Dropshipping é um modelo de e-commerce que está crescendo rapidamente nos últimos anos. Este modelo consiste em uma loja online na qual o comerciante atua como intermediário das vendas pela internet, sendo responsável pela criação da loja, marketing, recebimento dos pedidos de seus clientes, quem transfere os pedidos aos seus fornecedores, de onde será feito o envio dos produtos diretamente ao cliente final, sem passar pelas mãos do vendedor. Apesar da importância que o dropshipping representa, estudos acadêmicos e científicos sobre o tema ainda são escassos. Motivados por isto, este trabalho tem o objetivo de estruturar um guia prático sobre o dropshipping, descrevendo o passo a passo dos procedimentos básicos para começar um negócio. Além disso, o trabalho explica, de forma teórica, como ocorre o funcionamento desse modelo de vendas, delibera suas vantagens e desvantagens. Como resultado, tem-se um guia prático sobre dropshipping.

**Palavras chave:** Dropshipping; e-commerce; negócio online.

## ABSTRACT

Dropshipping is an e-commerce model that has been growing rapidly in recent years. This model consists of an online store in which the merchant acts as an intermediary for internet sales, being responsible for creating the store, marketing, receiving orders from its customers, who transfers the orders to their suppliers, from where the products go directly to the final customer, without passing through the hands of the seller. Despite the importance that dropshipping represents, academic and scientific studies on the subject are still scarce. Motivated by this, this work aims to structure a practical guide on dropshipping, describing the basic procedures step by step to start a business using this model. In addition, the work explains, in a theoretical way, how this sales model works, deliberating its advantages and disadvantages, finally, with the results achieved, it concluded that the objective of this work was achieved with the elaboration of a practical guide on dropshipping.

**Keywords:** dropshipping; e-commerce; online business.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>6</b>
<b>2.1</b>	<b>O E-commerce</b>	<b>6</b>
<b>2.2</b>	<b>Dropshipping</b>	<b>7</b>
<b>2.2.1</b>	<i>Vantagens e desvantagens</i>	<b>8</b>
<b>2.3</b>	<b>Marketing Digital</b>	<b>10</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b>	<b>10</b>
<b>4</b>	<b>COMO CRIAR UM NEGÓCIO DROPSHIPPING</b>	<b>11</b>
<b>4.1</b>	<b>Escolha de nicho</b>	<b>11</b>
<b>4.2</b>	<b>Busca de Dropshippers</b>	<b>12</b>
<b>4.3</b>	<b>Criação da loja online</b>	<b>15</b>
<b>4.4</b>	<b>Promoção da loja online</b>	<b>19</b>
<b>4.4.1</b>	<i>Facebook Ads</i>	<b>20</b>
<b>4.4.2</b>	<i>SEO (Search Engine Optimization)</i>	<b>20</b>
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>22</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>23</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A preocupação com o controle de estoque muitas vezes é deixado de lado pelos empreendedores por diversos motivos, o que muitos deles não sabem é que esse controle ajudará sua empresa a ter uma melhor economia e também dinheiro em caixa. Conforme o avanço tecnológico foi expandindo para diferentes áreas, hoje em dia algumas técnicas surgiram para melhorar o gerenciamento de estoque das empresas e novas oportunidades surgiram, uma delas é o dropshipping, a possibilidade de você vender produtos no e-commerce sem a necessidade de ter um estoque (NETO, 2022).

Com a pandemia, muitas pessoas deixaram de trabalhar e ficaram por muito tempo em casa, buscando formas de fazer uma renda extra, algumas delas viram a oportunidade de empreender através do e-commerce. Durante esse período cada vez mais as compras online se tornavam o novo normal. Esse fator aumentou as perspectivas de crescimento do e-commerce no Brasil.

Segundo o levantamento divulgado pela Neotrust, o e-commerce brasileiro obteve faturamento recorde em 2021, ou R\$ 161 bilhões, crescimento de 26,9% comparado ao ano anterior. O número de pedidos aumentou 16,9%, com 353 milhões de entregas (COSTA, 2022).

A partir disso cada vez mais foi surgindo lojas online e um dos modelos que vem crescendo é o dropshipping. O dropshipping apresenta-se como uma forma de gestão da cadeia de suprimentos na qual o revendedor não mantém os produtos em estoque, mas oferta e comercializa produtos que estão no estoque do fornecedor em qualquer lugar do mundo. Dados recentes do Portal E-commerce Brasil alegam que cerca de 33% das lojas online no mundo atuam por meio do dropshipping (MORAIS, 2021). Como esse modelo de negócios está em crescente desenvolvimento, os trabalhos que versam sobre este tema ainda são escassos. A carência consiste basicamente em como ele funciona no Brasil e em português. Sendo assim, o objetivo principal deste trabalho é estruturar um guia prático sobre dropshipping, que descreve o passo a passo dos procedimentos básicos para começar um negócio desse tipo.

O presente estudo visa então auxiliar através de um guia prático em português sobre o modelo de negócios Dropshipping, para que qualquer pessoa, independente de sua cultura empresarial, possa se informar melhor sobre este modelo de negócio e implementá-lo em seu próprio comércio.

O presente estudo é uma revisão de literatura devido a escassez de documentos em português que expliquem detalhadamente e de maneira objetiva o Dropshipping e como colocar em prática esse modelo de negócio, e que devido o cenário em que vivemos, da pandemia do coronavírus, é um tema que está em ascensão e pode ajudar aos empreendedores a se reerguerem durante a crise.

Este trabalho está dividido em cinco seções. A primeira trata-se da introdução do trabalho, no qual foram expostos o objetivo e justificativa para realização do trabalho, juntamente com a estrutura do mesmo, já a segunda seção se refere a fundamentação teórica, em que então apresentados os conceitos de e-commerce, dropshipping e marketing digital, na terceira seção apresenta-se a metodologia utilizada no trabalho, na quarta, oferece uma visão mais prática do assunto, a efetiva estruturação do guia, começando pela escolha de nicho, seguido a busca de Dropshippers, criação e promoção da loja online, e a última apresenta a conclusão do trabalho.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 O E-commerce**

Desde a popularização do comércio eletrônico, surgiu o fácil acesso a produtos que antes não acontecia, e com um clique podemos comparar ofertas de diversas lojas, escolher marcas, ver o feedback de outros consumidores sobre o produto que você está procurando, tudo de forma fácil e prática, sem precisar ir até várias lojas físicas para decidir onde comprar seu produto.

Em resumo, o comércio eletrônico é o processo de compra e venda de produtos feita especialmente através de um equipamento eletrônico, como, por exemplo, computadores, tablets e smartphones, baseadas em dois conceitos fundamentais: o B2B e o B2C. Nesse tipo de comércio, a única etapa no mundo físico é a da logística de entrega das encomendas aos compradores. De acordo com Parente (2000, p. 15) “o e-commerce é um formato de varejo, que pela internet, oferece produtos e serviços, facilitando para que os consumidores comprem e completem as transações por meio de um sistema eletrônico interativo”.

O comércio eletrônico deve ser entendido como um novo paradigma a ser quebrado na maioria das empresas. É comum ver empresas que poderiam estar se beneficiando consideravelmente do e-commerce não investirem na área por



acharem que seus produtos ou negócios não podem ser vendidos online. Eles só mudam esse pensamento quando surge um forte concorrente online mostrando que sim, era possível (PREMEBIDA, 2021).

A produção desses produtos eletrônicos é em sua grande maioria feita na China, um dos maiores parceiros comerciais do nosso país. (FIA, 2020). De modo que através de revendedores formais e informais essa produção seja consumida por todo o Brasil. Segundo Keller (2021), a importação de produtos eletrônicos para o Brasil cresceu 29,2%, de US\$17,3 bilhões para US\$22,4 bilhões no período de janeiro a julho de 2020 para 2021.

Em suma, o futuro do e-commerce é muito promissor, então o setor ainda tem um extenso espaço para crescer na era pós-pandemia. No entanto, as empresas também enfrentam desafios relacionados ao atendimento ao cliente, transporte e segurança.

## **2.2 Dropshipping**

Aliexpress, Mercado Livre, Shopee e eBay têm algo em comum que talvez a maioria não saiba: o dropshipping. Em crescimento, o modelo de negócio tem baixo investimento inicial e possibilidade de bons lucros.

Segundo Rafael (2020), alguns pensam que o dropshipping é algo novo que revoluciona o modelo atual de mercado, mas pelo contrário, é uma prática que vem acontecendo desde a década de 90, começou 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 devido ao avanço da internet e do e-commerce, 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.

O Dropshipping é um novo modelo de e-commerce, em que você pode trabalhar somente com a intermediação das vendas, ao passo que a gestão do estoque e a logística das entregas são feitas pelos fornecedores dos produtos que você anuncia e vende (NETO, 2022).

É importante destacar que o empreendedor não precisará de CNPJ para iniciar no dropshipping, ela não tem uma regulamentação própria, portanto quem

deseja abrir um negócio desse modelo deverá seguir as regras que já existem sobre o comércio eletrônico. O modelo de negócio dropshipping até o momento não possui legislação específica para regulá-lo, porém sua prática é legal e aceita no Brasil, tendo em vista que não há legislação contrária que impeça sua utilização (FERRER, 2019).

Para terminar de definir e ter uma melhor visão sobre o que é Dropshipping, é importante diferenciá-lo do marketing de afiliados, pois os conceitos muitas vezes são confundidos, porém são distintos, pois este último é uma estratégia de marketing digital utilizada por empresas e empreendedores digitais para aumentar as suas vendas, em que os afiliados se tornam “vendedores” e quando há alguma compra no site através de sua indicação, uma parte do valor da venda é repassada ao afiliado em forma de comissão. Sendo essa a primeira diferença: a forma de ganhar dinheiro. Devido no Dropshipping o ganho é escolha do dono desse modelo de negócios, a partir da margem que for estabelecida sobre o preço que o produto for vendido, e não uma comissão de parte do valor das vendas anunciadas (LEÓN JIMÉNEZ, 2019).

### 2.2.1 Vantagens e desvantagens

Ao falar sobre as vantagens e desvantagens deste modelo de negócio devemos compará-lo ao modelo tradicional de negócio ou algum outro que possa concorrer com o dropshipping, então a seguir eu elaborei uma tabela resumida a partir dos estudos de León Jiménez (2019).

Quadro 1 - Vantagens e desvantagens desse modelo de negócios.

Vantagens	Desvantagens
-----------	--------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Investimento zero em estoque</li> <li>● Flexibilidade de fornecedores</li> <li>● Risco financeiro baixo</li> <li>● Capacidade de alcançar um público maior</li> <li>● Capacidade de testar vendas de produtos novos no mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Possibilidade de encontrar fornecedores de má qualidade</li> <li>● Margem de lucro reduzida devido a compra ser realizada em unidade e não em atacado</li> <li>● O não contato direto com o cliente</li> </ul>
--	---

Fonte: Adaptado de Leon Jimenez (2019).

Segundo Ching (2006), existe uma correlação entre a quantidade de um produto em estoque e seu custo de manutenção em estoque, portanto, quanto maior a quantidade do pedido, maior o custo de manutenção do estoque. Portanto, a principal vantagem do modelo de vendas dropshipping em comparação com o modelo tradicional de vendas de estoque é que não existe esse custo que pode custar a empresa em algum momento, como vender no prazo quando o prazo de validade do produto não existe.

O dropshipping não é um modelo perfeito e possui algumas desvantagens que devem ser levadas em consideração ao estudar sua implementação. Entre as dificuldades, a que se destaca é a falta controle sobre o fornecimento e envio de produtos, que pode se tornar um problema dependendo da localização e disponibilidade dos itens. Um dos maiores inconvenientes da venda através do dropshipping é a ausência desse controle devido à falta de integração técnica entre fornecedores e varejistas virtuais. A fábrica proprietária do produto e responsável pelo envio é responsável pela coleta, embalagem e envio das peças do pedido (VICENTE, 2018).

De acordo com Chiavenato (2005) estoque pode ser entendido como matérias primas, materiais semi acabados e acabados, além de produtos acabados, que possam ser usados em determinado momento por uma empresa. Porém o estoque também pode representar um problema.

Este modelo de mercado é ideal para quem está querendo começar um negócio, pois ela pode ser conciliada a outras atividades devido ao baixo risco financeiro (LEÓN JIMÉNEZ, 2019).

## **2.3 Marketing Digital**

De acordo com Rafael (2020) as transações comerciais feitas pela internet se iniciaram na década de 90. O potencial oferecido pela internet levou as empresas a incluir em seus planejamentos de marketing as estratégias de e-business, que é um conceito abrangente ao que diz respeito à fusão complexa dos processos internos, aplicações empresariais e estrutura organizacional, como o auxílio da tecnologia de forma que crie um modelo de negócios com um nível de desempenho alto, portanto o marketing digital no dropshipping se torna imprescindível no momento mais importante de qualquer comércio, que é conseguir a realização de vendas.

Segundo a AMA o Marketing é a atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e oferecer trocas com valor para os consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral. Já o marketing digital podemos utilizar o mesmo conceito, no entanto, a principal diferença é que ele é realizado no ambiente digital.

O marketing digital assim como o tradicional envolve muitas ferramentas e estratégias para gerenciar uma marca na internet, uma dessas ferramentas é o tráfego. A grosso modo, o tráfego é a quantidade de visitas do usuário ao seu site, esse tráfego pode surgir de duas formas: tráfego orgânico ou por meio do tráfego pago.

O tráfego orgânico ocorre quando as pessoas seguem a recomendação de outra pessoa ou chegam até você através de resultados não pagos para visitar seu site, nele as visitas são geradas por meio da relevância: você é descoberto porque seu conteúdo é bem classificado no Google. Já enquanto estiver em tráfego pago você pode receber visitas a qualquer momento, desde que mantenha seu anúncio ativo.

## **3 METODOLOGIA**

O presente trabalho é uma revisão de literatura e a pesquisa foi realizada de maneira bibliográfica. Segundo Amaral (2007), pesquisas bibliográficas “consistem no levantamento, seleção, fichamento e arquivamento de informações relacionadas à pesquisa.” A pesquisa bibliográfica é uma pesquisa que foi feita coletando-se

dados de fontes secundárias de informação. Ou seja, pesquisa-se informações que outras pessoas coletaram, e não você. Em relação a natureza presente neste trabalho, pode ser identificado como qualitativo, devido a não utilização de métodos estatísticos para o processamento dos dados obtidos na pesquisa (OLIVEIRA, 2011, p.25-26).

Para a realização deste foram selecionados artigos na plataforma Google Acadêmico por meio da palavra-chave “dropshipping guide”, mas devido a este tema ser relativamente novo ainda são poucos os artigos científicos ou acadêmicos sobre o tema em português, então a medida que foi necessário maiores informações, foi recorrido a versão simples do Google.

Para a construção do guia de como criar a loja virtual através do modelo de dropshipping, foi recorrido a sites como o Youtube e plataformas de comércio digital que promovem o Dropshipping para poder exemplificar visualmente como é um ecossistema completo de lojas, checkout e pagamentos.

A construção do guia prático foi dividido em quatro etapas, a saber: a primeira trata-se da escolha de um nicho, onde foi mostrado qual deve ser o pontos a serem observados, o segundo tópico se refere a busca de dropshippers, no qual é apresentado como escolher um bom fornecedor para seu negócio, o terceiro apresenta o passo a passo para a criação da loja online, e o quarto tópico mostra uma forma de como promover a sua loja através de ferramentas de marketing digital.

## **4 COMO CRIAR UM NEGÓCIO DROPSHIPPING**

Este tópico é o início da parte mais prática do trabalho, abordando os passos necessários para começar uma loja através do Dropshipping, desde a escolha do que vender, onde encontrar os fornecedores, criação da loja online e onde anunciar sua loja e produtos.

### **4.1 Escolha de nicho**

Nicho de mercado é uma parte de um mercado consumidor, que tem necessidades de produtos ou serviços específicos e que não encontram tantos fornecedores para satisfazerem suas necessidades (MATERA, 2019).

Um nicho de mercado é um mercado menor dentro de outro mercado maior. Segundo Dailton Felipini (2012), a expressão “nicho de mercado” está intrinsecamente associada ao segmento de mercado, mas representa algo mais do que isso, os nichos de mercado veem os segmentos como oportunidades de negócios, decorrentes de necessidades não atendidas. É por isso que os especialistas tendem a recomendar apostar em um nicho de mercado, em vez de um mercado grande demais para ter sucesso, pelo menos nos estágios iniciais (start-up) de uma empresa.

A primeira coisa que a pessoa deve ter em mente ao escolher com qual tipo de nicho irá trabalhar é que se sua loja for oferecer todo tipo de produto será mais difícil competir com as grandes lojas virtuais, portanto, caso seja uma pessoa em que está abrindo seu e-commerce através do modelo de dropshipping pela primeira vez e não teve nenhuma experiência antes com este modelo de negócio, recomenda-se a escolha de apenas um nicho para que o empreendedor possa ter um foco melhor no seu negócio.

Um ponto interessante na hora de escolher o que vender é que, quanto mais familiarizado com o tipo de produto que o empreendedor deseja vender é melhor, pois é importante conhecer sobre os produtos da sua loja. Outro fator importante na hora de escolher o nicho é conhecer se há disponibilidade de fornecedores que ofereçam vários produtos dentro do nicho que deseja vender, e também se o produto tem uma porcentagem de devolução baixa.

Um produto dropshipping ideal precisa atender a requisitos específicos. Em primeiro lugar, ele deve se adequar a você e corresponder aos seus interesses. No entanto, também deve fornecer margens de lucro decentes, ser um solucionador de problemas ou ser um produto que deixe o consumidor com a sensação de que adquiriu algo único e incrível! (CRUZ, 2022).

## **4.2 Busca de Dropshippers**

A busca de fornecedores é uma etapa primordial na hora de iniciar um e-commerce através do método de Dropshipping, na hora de selecionar um dropshipper temos que observar não só se ele vende o produto em que está interessado, mas diversos fatores. Sobre isso há três pontos importantes a serem

considerados: A reputação do fornecedor, o preço de seus produtos e se eles estão com valores competitivos, a rapidez na hora das entregas.

Existe uma grande quantidade de fornecedores na internet que fazem dropshipping, umas das alternativas mais famosas onde podemos encontrar diversos fornecedores é o Aliexpress.

O Aliexpress é a opção mais simples que leva as pessoas a se interessar pelo dropshipping, pois não é preciso negociar nada, deve-se simplesmente buscar dentre os milhares de fornecedores da plataforma algum que lhe ofereça as melhores condições e informar ao fornecedor que você está fazendo dropshipping. Quando se recebe algum pedido de um cliente é preciso ir ao fornecedor e realizar o pedido para ser enviado diretamente ao cliente final. É recomendado trabalhar apenas com fornecedores que tenham suas avaliações positivas acima de 95%, pois isso diminui o percentual de devoluções de sua loja.

Como pode ser observado nas figuras 1 e 2, o Aliexpress informa as avaliações detalhadas do vendedor, separada por três pontos, se o item descrito é realmente como informa-se, a comunicação do vendedor com os clientes e a velocidade de envio, também pode-se observar que ele mostra um histórico dos últimos 6 meses que também faz uma comparação com a média das avaliações de outros fornecedores na plataforma.

No caso da figura 1 o vendedor apresenta características confiáveis e pode ser um potencial fornecedor,

Figura 1 - Feedback do vendedor

The screenshot shows the AliExpress interface for a seller named 'Loja De Cheng Jiaju'. At the top, there's the AliExpress logo, a search bar, and navigation buttons like 'Sem AliExpress' and 'Nessa loja'. Below that, the seller's profile is displayed with a 96.9% positive feedback rate and 11,798 followers. The main content area is titled 'Feedback do vendedor' and is divided into three sections: 'Resumo do vendedor', 'Avaliações detalhadas do vendedor', and 'Histórico de Feedback'.

**Resumo do vendedor**

Vendedor: Loja De Cheng Jiaju  
 Feedback Positivo (Últimos 6 meses): 96.9%  
 AliExpress Seller Desde: 02 Jun 2021

**Avaliações detalhadas do vendedor**

Item como descrito:	Nota (Estrelas)	Classificações	Comparação	Contexto
Item como descrito:	★★★★★	4.8 (28275 classificações)	3,43% Maior	do que outros vendedores
Comunicação:	★★★★★	4.8 (28275 classificações)	3,19% Maior	do que outros vendedores
Velocidade de envio:	★★★★★	4.7 (28275 classificações)	3,14% Maior	do que outros vendedores

**Histórico de Feedback**

Realimentação	1 mês	3 meses	6 meses
Positivo (4-5 Estrelas)	2,413	9,387	26,851
Neutro (3 Estrelas)	70	222	559
Negativo (1-2 Estrelas)	90	327	865
Taxa de feedback positiva	96.4%	96.6%	96.9%

Fonte: Página do Aliexpress (2022)<sup>1</sup>.

Já na figura 2 o vendedor apresenta avaliações mais baixas e pode ser um fator de risco para que ele seja um fornecedor.

<sup>1</sup> Disponível em: <https://pt.aliexpress.com/store/feedback-score/912068463.html> Acesso em: 05 Junho 2022.



Figura 2 - Feedback do vendedor

The screenshot shows the AliExpress interface for a seller's feedback page. At the top, there's the AliExpress logo, a search bar, and navigation buttons like 'Sem AliExpress' and 'Nessa loja'. Below that, the store name 'Loja Oficial poedagar' is displayed along with its age ('Abrir 1 ano(s)'), a 93.7% positive feedback rate, and a 'SEGUIR' button with 6348 followers.

The main content area is titled 'Loja Oficial poedagar' and features a navigation bar with options like 'Página inicial da loja', 'Produtos', 'Ítems promocionais', 'Mais vendidos', and 'Avaliação'. The 'Avaliação' section is active, showing the seller's overall feedback score of 93.7% and the start date as '15 dez 2020'.

On the left, there are 'Categorias de loja' (store categories) such as 'Relógios Mecânicos' and 'Relógios de marca', and a 'Recomendado' (recommended) section with product listings.

The 'Feedback do vendedor' section includes a 'Resumo do vendedor' (seller summary) and 'Avaliações detalhadas do vendedor' (detailed seller reviews). The detailed reviews compare the seller's performance in three areas: 'Item como descrito' (4.6/5, 1.51% less than others), 'Comunicação' (4.5/5, 1.84% less than others), and 'Velocidade de envio' (4.6/5, 0.65% less than others).

At the bottom, a 'Histórico de Feedback' (feedback history) table shows the number of positive, neutral, and negative reviews over the last 1, 3, and 6 months, along with the positive feedback rate.

Realimentação	1 mês	3 meses	6 meses
Positivo (4-5 Estrelas)	929	1,727	2,769
Neutro (3 Estrelas)	23	57	96
Negativo (1-2 Estrelas)	54	114	188
Taxa de feedback positiva	94.5%	93.9%	93.7%

Fonte: Página do Aliexpress (2022)<sup>2</sup>.

### 4.3 Criação da loja online

Após a definição do que vender e a escolha de fornecedores, para iniciar sua loja é necessário a criação de um site onde será hospedado sua loja. Há também a possibilidade de contratação de um programador para a criação ou escolher uma plataforma pré-configurada para o seu empreendimento.

Existem diversas plataformas que podem ser encontradas na internet onde poderá hospedar seu site e de fácil utilização, como por exemplo a Shopify, CartPanda, NuvemShop, Loja Integrada, Loja Virtual Uol e entre outras. A que será

<sup>2</sup> Disponível em:

[https://pt.aliexpress.com/store/feedback-score/911257046.html?spm=a2g0o.store\\_pc\\_home.pcShopHead\\_6000432623571.2](https://pt.aliexpress.com/store/feedback-score/911257046.html?spm=a2g0o.store_pc_home.pcShopHead_6000432623571.2) Acesso em: 05 Junho 2022.

utilizada como exemplo para demonstrar o processo de criação de uma loja online será a CartPanda.

Para criar uma loja online através do CartPanda ele oferece o pacote básico para iniciantes a um preço acessível de R\$5,00/mês e período teste de 15 dias gratuitos.

Como o objetivo neste trabalho é apenas mostrar as as funções básicas e como configurá-la, foi utilizado o período gratuito.

Figura 3 - Preços CartPanda

The screenshot shows the CartPanda pricing page with the following details:

- Light Plan:** O básico para começar um negócio. Preço: R\$ 4,99 / mês.
- Starter Plan:** É hora de escalar as vendas. Preço: R\$ 127 / mês.
- Premium Plan:** Tudo que precisa para um negócio em crescimento. Preço: R\$ 597,00 / mês.
- Enterprise Plan:** Funcionalidades avançadas para consolidar seu negócio. Preço: R\$ 1.649,00 / mês. Botão: Agende uma call.

CONVERSÃO	Light	Starter	Premium	Enterprise
Checkout transparente de 1 - página	✓	✓	✓	✓
Customizações de checkout e loja virtual	✓	✓	✓	✓
Upsell de 1-Click	✓	✓	✓	✓

Fonte: Página do CartPanda (2022)<sup>3</sup>

Logo ao começar o período teste eles pedem um e-mail para cadastro, senha, nome da loja e mostra como ficará a URL da sua loja.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://cartpanda.com/precos/> Acesso em: 05 Junho 2022.

Figura 4 - Print screen página de entrada

**cartpanda**

## Criar uma conta grátis.

Email  
storehypemail@gmail.com

Password  
.....

Shop Name  
StoreHype

O shop name já está em uso

storehype.mycartpanda.com

**Registrar-se**

Fonte: Página do CartPanda (2022)

Depois de criar sua conta e preencher seus dados de contato e dados da empresa, o site será redirecionado a página do administrador como mostra a figura 5, onde poderá adicionar seu produto, provedores de pagamento, método de envio, personalização da página de sua loja e acompanhamento de vendas.

Figura 5 - Dashboard do CartPanda

LojaTesteTCC

Atualizações recentes

### Bem-vindo ao CartPanda, Sérgio

Se prepare para vender. Vamos começar!

- Adicione um produto
- Ativar provedores de pagamento
- Adicionar método de envio
- Personalizar tema
- Acompanhe as conversões

**Adicione seu primeiro produto**  
Crie seu catálogo de produtos a serem vendidos

**Criar produto** Pular etapa

† Saiba mais sobre "Produto"

Tem alguma pergunta? Experimente o chat ou envie um email para suporte@cartpanda.com

Por favor, verifique seu email. clique aqui para re-enviar o email de verificação

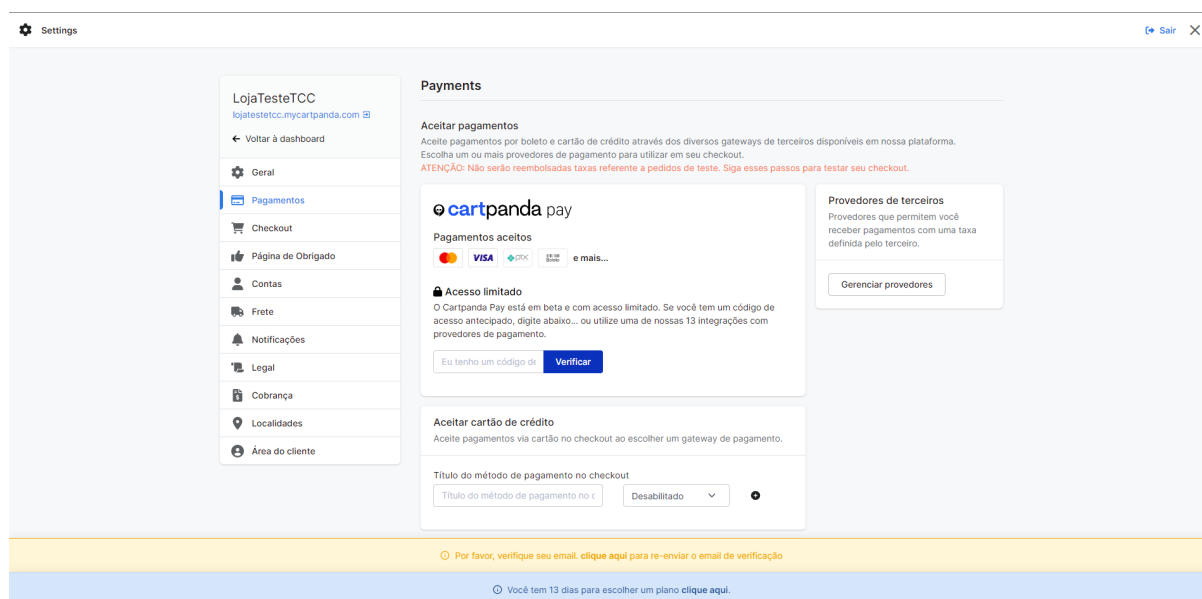
Você tem 13 dias para escolher um plano clique aqui.

Fonte: Página do CartPanda (2022)

Na esquerda podemos observar todos os pontos de configurações da loja, Pedidos, produtos, financeiro, clientes, análises, descontos e outros.

O próximo passo é configurar as formas de pagamento, que poderá ser acessada indo em “admin > Pagamentos” na página principal. O CartPanda oferece seu próprio provedor de pagamento, mas o usuário também pode usar provedores de terceiros caso deseje, pois cada provedor oferece taxas diferentes de pagamento.

Figura 6 - Cadastro de Pagamentos

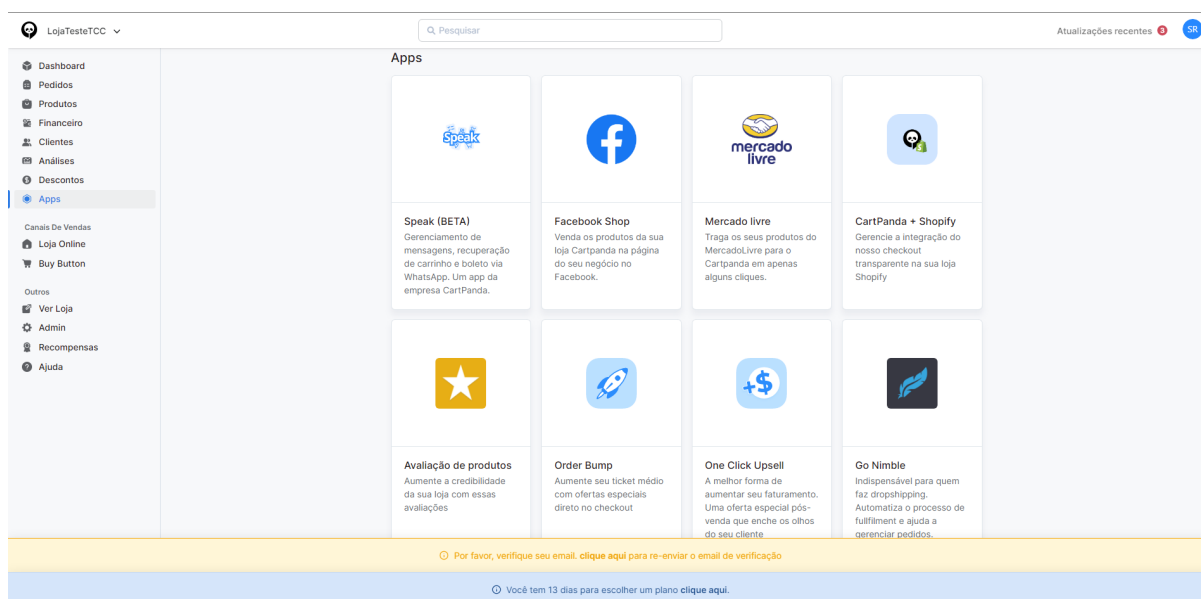


Fonte: Página do CartPanda (2022)

Agora que tem-se os produtos configurados e formas de pagamento, o CartPanda ensina como realizar um pedido teste na plataforma, para que não haja custos, nesta mesma página da figura acima, basta clicar onde está escrito em vermelho “ATENÇÃO: Não serão reembolsadas taxas referente a pedidos de teste. Siga esses passos para testar seu checkout.” e seguir os passos”.

Indo na página inicial e acessando os “Apps” na esquerda poderá ser encontrado diversos programas facilitadores para sua loja como por exemplo o “Go Nimble” que automatiza o processo e ajuda no gerenciamento de pedidos (ver Figura 7). Pode-se também encontrar aplicativos que fazem o trabalho de importação de produtos diretamente do Aliexpress.

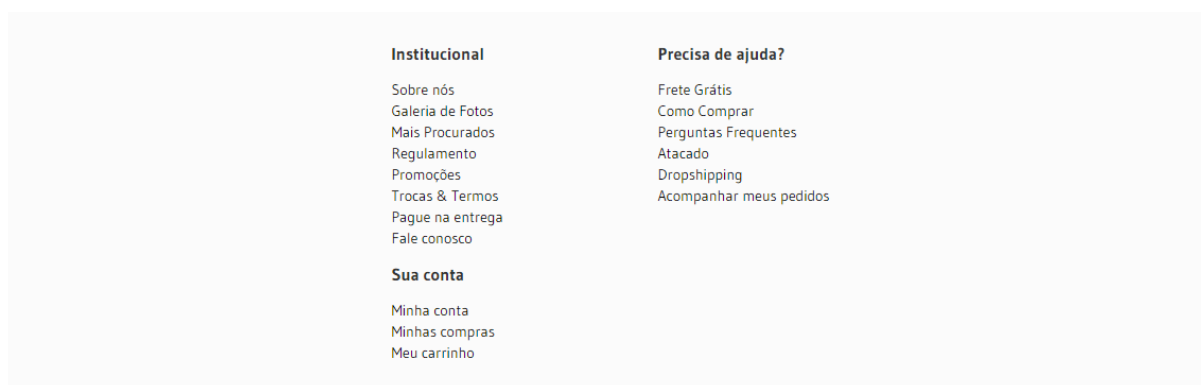
Figura 7 - Página de Apps no CartPanda



Fonte: Página do CartPanda (2022)

Para a criação da loja é obrigatório adicionar suas páginas legais: Política de reembolso, Política de privacidade, Termos de serviço, Política de envio. Também poderá incluir outros textos explicativos que ficam no rodapé da página como o exemplo mostrado na Figura 8 abaixo.

Figura 8 - Exemplo de Rodapé de site



Fonte: Elaborado pelo autor

#### 4.4 Promoção da loja online

Agora que já há uma loja online criada, já pode iniciar as vendas. No entanto, os clientes não virão sozinhos, é necessário chegar até eles e é aqui onde

acontece boa parte das suas vendas, através do marketing. Um dos pontos principais para o dropshipping.

A realização da promoção da loja online poderá ser realizada de duas formas, através do tráfego orgânico e ou tráfego pago, você mesmo vai definir a forma que melhor estratégia se encaixa no seu momento.

#### 4.4.1 Facebook Ads

A melhor forma de divulgar o seu negócio na internet é utilizando Facebook Ads já que o Facebook é o site da Internet que reúne o maior número de pessoas em todo o mundo (WEINTRABUT, 2011), às quais devem ser adicionadas outras redes sociais de propriedade do Facebook como o Instagram, cujo sistema de anúncios também é gerenciado pelo Facebook. Mas a eficácia da publicidade nesta rede social não está apenas no número de pessoas que ela pode atingir, mas também no fato de que ela pode atingir as pessoas que realmente nos interessam, por causa de todas as informações que o Facebook processa em seus perfis de usuários, você pode separá-los perfeitamente em diferentes grupos.

Além de serem eficazes, o Facebook Ads é muito fácil de usar, como se pode ver no próximo parágrafo.

Para usar a publicidade do Facebook corretamente, deve-se ter um perfil da empresa no Facebook. E neste perfil, na central de anúncios, deve-se ir até "Criar um anúncio", recomenda-se iniciar com um anúncio automático, cujas características serão coletadas através das perguntas que surgirem no teste para fornecer informações detalhadas sobre a empresa e os clientes. O Facebook fornece variáveis como metas de campanha, público-alvo, orçamento, etc. e eles cuidam do resto automaticamente.

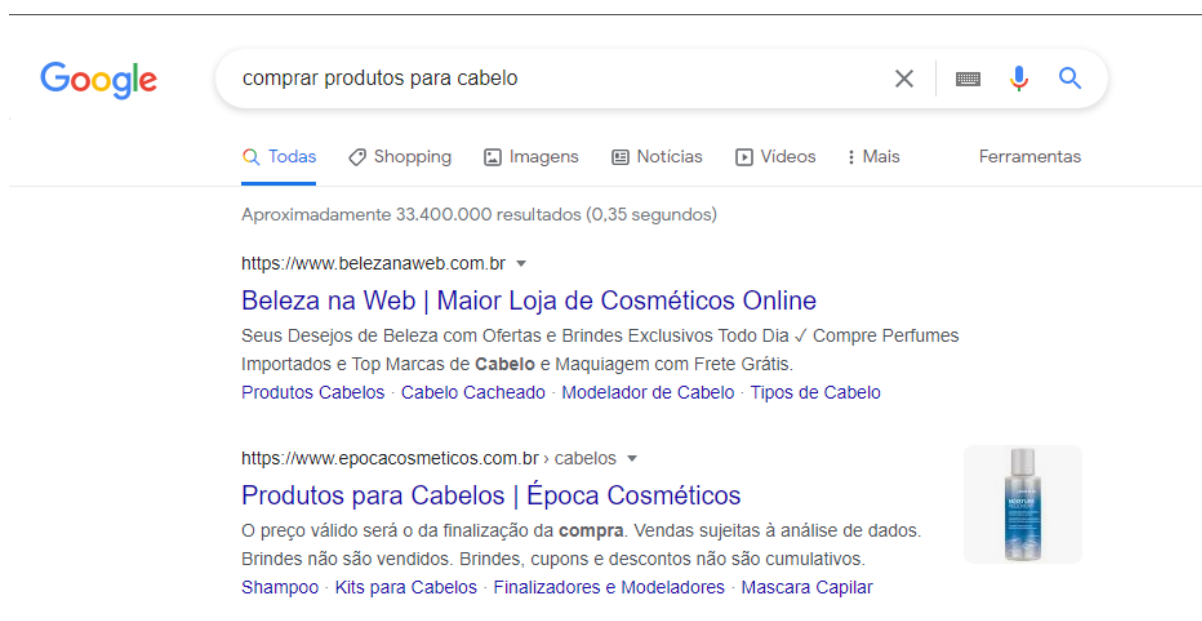
#### 4.4.2 SEO (Search Engine Optimization)

Outra forma que se utiliza para promover a loja online para que os clientes cheguem até sua loja é por meio de tráfego orgânico é criando um bom SEO (Search Engine Optimization), palavras-chave são muito importantes para conseguirmos chegar a um bom resultado.

SEO é a sigla de Search Engine Optimization (otimização de mecanismos de busca) e é o conjunto de técnicas usadas, geralmente divididas entre tecnologia, conteúdo e autoridade, para alcançar bom posicionamento de páginas de um site no Google e em outros buscadores (SILVA, 2021).

Na figura 9 observa-se um exemplo de resultados que aparecem ao pesquisar no Google “comprar produtos para cabelo”. Os resultados que não aparecem marcados como anúncio estão bem posicionados graças às suas estratégias de SEO.

Figura 9 - Exemplo de resultados utilizando estratégias de SEO



Fonte: Página de busca do Google (2022)

A inserção de palavras-chave no site começa com a identificação dos termos mais pesquisados pelos clientes em potencial para encontrar produtos que atendam às suas necessidades. Pode-se incluir palavras-chave onde quisermos: Sites, descrições de produtos, artigos ou blogs (se os incluirmos em nossa loja etc.).

Até aqui foram demonstrados os possíveis passos para abrir um negócio utilizando o modelo Dropshipping e iniciar um e-commerce de maneira prática e sem estoque.

## 5 CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo estruturar um guia prático sobre dropshipping. Com os resultados alcançados, conclui-se que o objetivo deste trabalho foi atingido com a elaboração deste guia prático, uma vez que definiu-se e explicou-se o método Dropshipping, para culminar em informações práticas sobre como iniciar um negócio com essas características. Além disso, detalhou-se desde a escolha do nicho de mercado a ser atendido, passando pela busca de fornecedores, criação da loja online, à promoção do negócio através de técnicas de marketing digital.

Apesar da limitação na escassez de trabalhos que versem sobre o tema no Brasil e em português, todo este trabalho foi feito num quadro de objetividade e rigor, baseado na bibliografia obtida tanto de bases de dados científicas quanto de blogs e dos sites mais populares e especializados no assunto. Portanto, espera-se que este trabalho seja considerado um guia prático de Dropshipping em português e que auxilie no crescimento desse modelo no Brasil e nos países que falam a língua portuguesa.

Por conseguinte, o Dropshipping se torna uma ótima opção para empresas e novos empreendedores que desejam iniciar um novo negócio, pois a ausência de estoque permite uma melhor gestão dos recursos, possibilitando um maior investimento em áreas como marketing, levando a mais vendas e maiores expectativas de crescimento do negócio.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A Importância e a História Do Controle De Estoque. **SigWise**, 2020. Disponível em: <<http://sigwise.com.br/blog/importancia-e-historia-do-controle-de-estoque/>>. Acesso em: 10 Junho de 2022.

AMARAL, João J. F. **Como fazer uma pesquisa bibliográfica**. Universidade Federal do Ceará, 2007. 21 p. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/49535-Como-fazer-uma-pesquisa-bibliografica.html>>. Acesso em: 05 Julho de 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Materiais: uma abordagem introdutória**. Rio de Janeiro Elsevier, 2005

COSTA, Mariana. Com pandemia, vendas pela internet crescem 27% e atingem R\$ 161 bi em 2021. **Estado de Minas**, 2022. Disponível em: <[https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/02/02/internas\\_economia,1342064/com-pandemia-vendas-pela-internet-crescem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/02/02/internas_economia,1342064/com-pandemia-vendas-pela-internet-crescem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021.shtml)>. Acesso em: 08 Junho de 2022.

CHING, H. Y. **Gestão de Estoques na cadeia de Logística Integrada**. 3ª Edição Atlas São Paulo 2006

CRUZ, Lucas. Como escolher o que fazer Dropship: Encontrando os produtos certos. **ExpertDigital**, 2022. Disponível em: <<https://expertdigital.net/como-escolher-o-que-fazer-dropship-encontrando-os-produtos-certos/#gsc.tab=0>>. Acesso em: 01 Junho de 2022.

Definitions of Marketing. **American Marketing Association**, 2017. Disponível em: <<https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>>. Acesso em: 28 Junho de 2022.

Dropshipping: Protagonista no crescimento das pequenas empresas. **Blog Dropify**, 2022. Disponível em: <<https://blog.dropify.com.br/2022/03/01/dropshipping-protagonista-no-crescimento-das-pequenas-empresas/>>. Acesso em: 10 Junho de 2022.

E-commerce no Brasil é o segundo que mais cresce no mundo. **Mistura by Zems**, 2021. Disponível em: <<https://mistura.zems.marketing/2021/08/25/e-commerce-no-brasil-e-o-segundo-que-mais-cresce-no-mundo/>>. Acesso em: 26 Junho de 2022.

EWERTON, Silva. SEO: tudo sobre Search Engine Optimization. **Resultados Digitais**, 2021. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/o-que-e-seo/#:~:text=SEO%20%C3%A9%20a%20sigla%20de,outros%20buscadores%2C%20gerando%20tr%C3%A1fego%20org%C3%A2nico.>>. Acesso em: 21 Junho de 2022.

Facebook. **Central de Ajuda do Meta Business**, 2021. Criar Anúncios automatizados. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/business/help/439409766471774?id=2393014447396453>>. Acesso em: 25 Junho de 2022.

FELIPINI, D. Empreendedorismo na Internet. 3º edição. ABC do E-commerce, LeBooks, Janeiro de 2012.

FERRER, Walkiria Martinez Heinrich; ITO, Vitor Casarini. **AS REDES CONTRATUAIS E A EFETIVAÇÃO DO PRINCÍPIO DA RESPONSABILIDADE CIVIL PARA O CONSUMIDOR DE E-COMMERCE BASEADO EM DROPSHIPPING**. Revista Inteligência Competitiva, v. 9, n. 4, p. 191-206, 2019.

KELLER, C. Importação de produtos eletrônicos para o Brasil cresce 29,2% de 2020 para 2021. Disponível em: <<http://www.abinee.org.br/abinee/decon/decon10.htm>>. Acesso em: 22 Junho de 2022.

LEÓN JIMÉNEZ, Fernando. **Dropshipping: una guía práctica. 2019**.

MACHADO, Lucas. Dropshipping: Como Vender Pela Internet Sem Ter Estoque?. **CartPanda**, 2020. Disponível em: <<https://cartpanda.com/blog/loja-dropshipping/>>. Acesso em: 11 Junho de 2022.

MATERA, Gustavo. Nicho de Mercado: O Que É e Como Encontrar Um Nicho de Mercado Lucrativo. **Marketing Objetivo**, 2019. Disponível em: <<https://marketingobjetivo.com.br/nicho-de-mercado/>>. Acesso em: 04 Julho de 2022.

MORETTI, Isabela. regras da abnt para tcc: guia completo com as normas. **ViaCarreira**, 2022. Disponível em: <<https://viacarreira.com/regras-da-abnt-para-tcc-conheca-principais-normas/>>. Acesso em: 05 Junho de 2022.

MORAES, Thiago. Dropshipping: e-commerce sem estoque vale a pena?. **ecommercebrasil**, 2021. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/dropshipping-e-commerce-sem-estoque-vale-a-pena/>>. Acesso em: 25 Junho de 2022.

NETO, Antenor. O que é Dropshipping: aprenda como funciona, como fazer e comece o seu em 2022!, **Escola de E-commerce**, 2022. Disponível em: <<https://www.escoladeecommerce.com/artigos/o-que-e-dropshipping/>>. Acesso em: 28 Fevereiro de 2022.

Parente, J. (2000).Varejo no Brasil: gestão e estratégia. Editora Atlas.

PREMEBIDA, E. A. E-commerce in 2020, a scenario of opportunities amid a pandemic. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 2, p. e59210212984, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i2.12984. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/12984>. Acesso em: 16 Junho de 2022.

RAFAEL, Nalva. Como abrir CNPJ como Dropshipping?. **Unclik**, 2020. Disponível em: <<https://unclik.com.br/blog/como-abrir-cnpj-dropshipping/>>. Acesso em: 01 Junho de 2022.

VALLE, Alberto. O que é Marketing de Afiliados e como ele funciona. **Academia do Marketing**, 2020. Disponível em: <<https://www.academiadomarketing.com.br/o-que-e-marketing-de-afiliados/>>. Acesso em: 31 Maio de 2022.

VICENTE, Ângelo. Os prós e contras da utilização da modalidade do dropshipping. **ecommercebrasil**, 2018. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/os-pros-e-contras-dropshipping/>>. Acesso em: 05 Julho de 2022.

WEINTRAUB, Marty. **Killer facebook ads : Master cutting-edge facebook advertising techniques**, 2011. Disponível em: <<https://www.perlego.com/book/2770235/killer-facebook-ads-master-cuttingedge-facebook-advertising-techniques-pdf>>. Acesso em: 21 Junho de 2022.