



O GUIA COMPLETO SOBRE DROPSHIPPING!

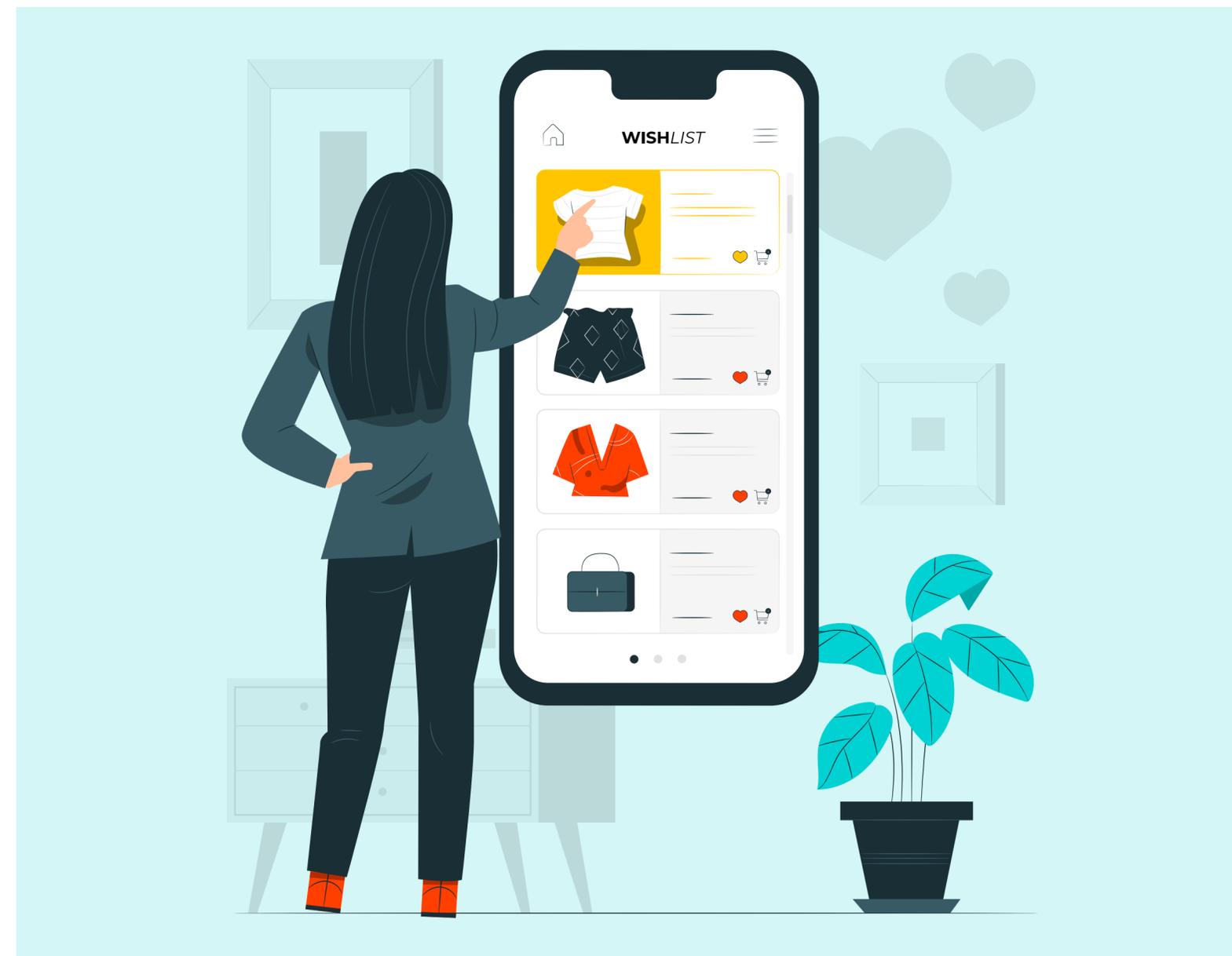
SEBRAE

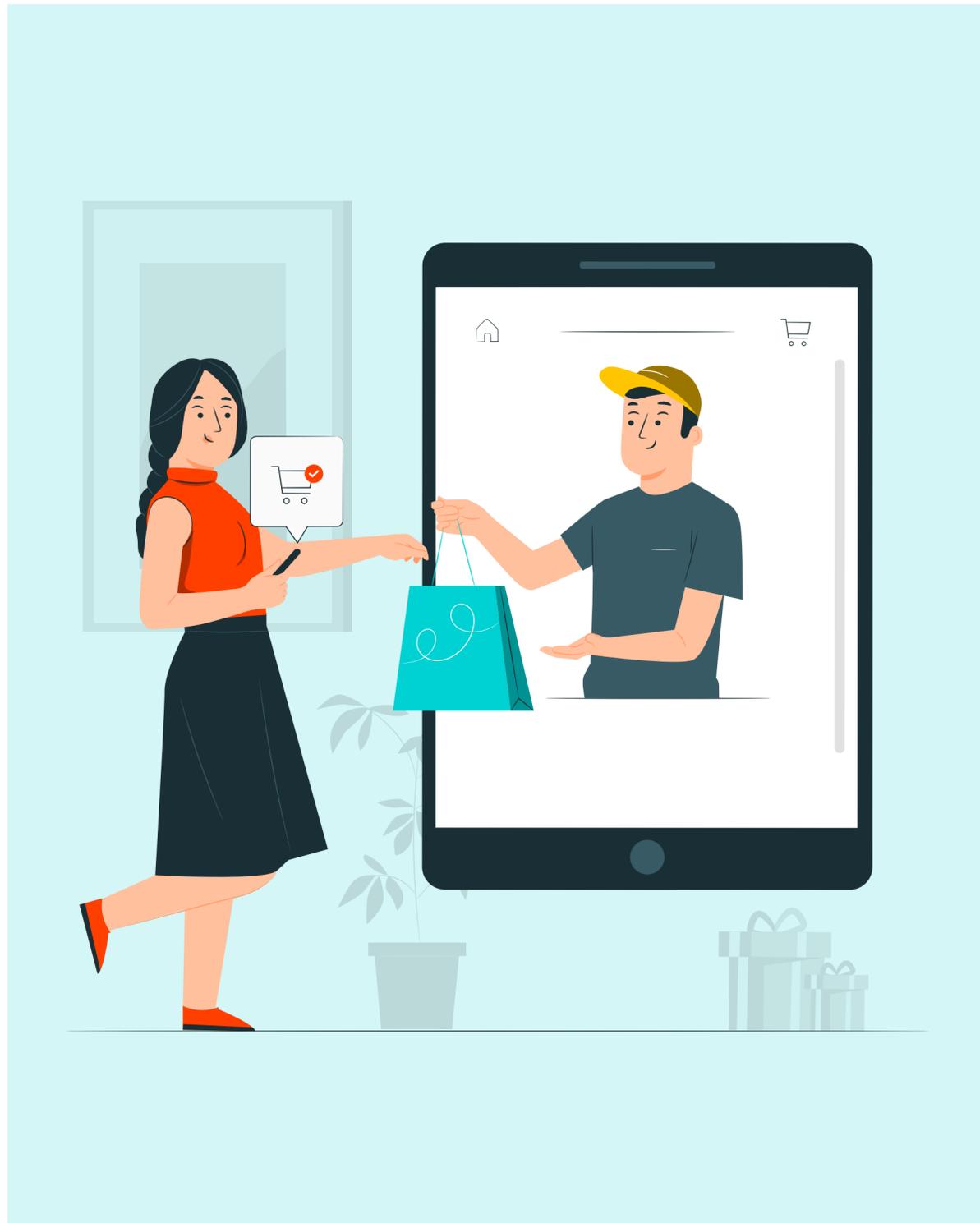
Introdução

O universo da tecnologia avança a passos significativamente largos, e “rapidez” e “praticidade” têm se tornado palavras de ordem. Nesse contexto, **o e-commerce representa um segmento que vem ganhando espaço a cada dia, afinal, infinitas possibilidades passam a estar a apenas alguns cliques de distância.**

Isso, inclusive, é reforçado pelos números apresentados na [7ª edição do Perfil do E-Commerce Brasileiro](#), uma pesquisa fruto da parceria entre BigDataCorp e PayPal, que aponta que, no ano de 2021, o comércio online já equivale a 6% do varejo brasileiro, com 1,59 milhão de sites. A expansão que se pode observar é o resultado do esforço que os lojistas vêm empregando para ampliar o alcance de público — **especialmente os pequenos e médios empreendimentos.**

Em meio a esse cenário, é importante conhecer mais a fundo determinadas soluções, como o **dropshipping**, principalmente quando se busca manter a lucratividade e a relevância em um setor altamente competitivo. Neste e-book, a nossa ideia é trazer um guia para você, abordando o conceito desse modelo, sua finalidade e seu funcionamento, além dos benefícios, dos desafios e outras informações igualmente pertinentes. Boa leitura!





O que é dropshipping?

Antes mesmo de abordar o que é dropshipping, é interessante — para fins didáticos — contextualizar o seu “nascimento”. O “boom” dessa modalidade de comércio eletrônico **está muito associado à expressiva popularidade que, nos últimos anos, os e-commerces chineses ganharam**, tornando-se verdadeiros fenômenos.

O surgimento do dropshipping remonta aos anos 50, quando o fundador de uma loja de departamento, Richard Warren Sears, começou a trabalhar nesse formato. À época, é claro, a tecnologia não se comparava às ferramentas às quais temos acesso nos dias de hoje, mas isso não foi um impeditivo para Sears, que passou a comercializar os seus artigos por meio do dropshipping.

Em suma, catálogos de relógios, exibindo os mais diversos modelos, eram enviados para as residências dos fazendeiros, que faziam os pedidos. Em seguida, bastava aguardar a entrega da mercadoria, que chegava a bordo de um trem. Aos poucos, a percepção acerca da modalidade se tornou muito positiva, e os catálogos foram ganhando cada vez mais produtos, não se limitando mais a relógios. Em pouco tempo, a expansão nos trouxe a realidade que conhecemos hoje.

O CONCEITO E A FINALIDADE

Usualmente voltado para empreendimentos que têm estruturas de marketplaces e/ou lojas virtuais, em termos simples, “dropshipping” é a junção de dois termos: “drop”, que significa, em tradução livre, “largar”, e “shipping”, que, traduzido para a Língua Portuguesa, pode-se entender como “remessa”. **Essa é uma técnica de logística em que o revendedor não tem as mercadorias comercializadas em estoque.**

Quando uma venda é fechada, a empresa entra em contato com seu fornecedor e o produto é enviado diretamente para quem o comprou. É como se o lojista atuasse, na verdade, como um mero intermediário.

Com a finalidade de deixar a cargo de outro negócio tanto o estoque quanto o envio dos artigos, a técnica é especialmente útil para os e-commerces — embora não seja restrita a esse setor. Não há a necessidade de manusear ou ter acesso a determinados produtos, e o lucro é o resultado da diferença entre o preço praticado pelo e-commerce e o valor cobrado pelo parceiro.



O FUNCIONAMENTO

Em termos simples, o dropshipping funciona da seguinte forma:

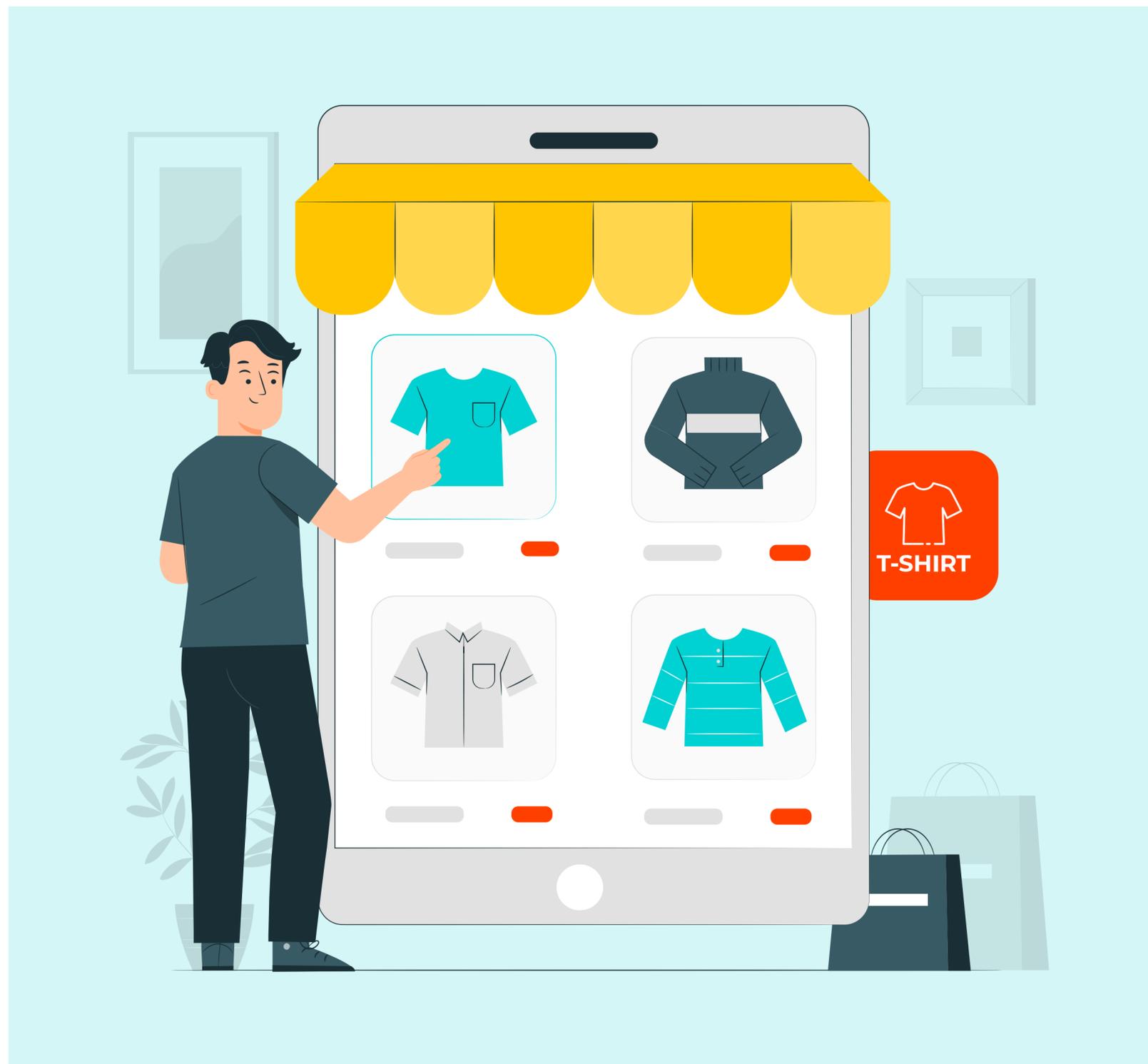
- um usuário visita um e-commerce e finaliza uma compra;
- o e-commerce, então, recebe a ordem de venda e, de forma automática ou manual, submete essa informação ao seu fornecedor;
- o fornecedor, por fim, separa a(s) mercadoria(s) e faz a distribuição do(s) produto(s) ao cliente.

Dessa maneira, a empresa que realiza a venda não precisa gerenciar os estágios de separação, fazer o acondicionamento dos artigos em embalagens apropriadas, despachar e acompanhar os pedidos enviados. **Toda a gestão logística é facilitada, tornando o negócio significativamente mais simples.**

AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

Nessa modalidade de comércio eletrônico, é possível destacar algumas características principais inerentes ao processo, como:

- a desnecessidade de lidar com altos custos, haja vista que não é preciso investir na estocagem de produtos — o que permite que o empreendedor entre no mercado sem precisar de muitos recursos financeiros;
- a possibilidade de ter um grande mix de mercadorias, já que não é preciso adquirir os artigos antecipadamente para comercializá-los;
- a desnecessidade de dispor de um alto capital de giro, pois, nesse formato, os custos operacionais do negócio também são reduzidos.



Quais são os benefícios do dropshipping?

Em relação aos benefícios desse formato de comércio eletrônico quando se estabelece uma comparação ao e-commerce tradicional, é possível destacar inúmeros — especialmente para aqueles que sonham em iniciar um negócio próprio, mas não dispõem de muitos recursos inicialmente. Inclusive, encabeçando a nossa lista de vantagens de investir nessa modalidade, está justamente essa possibilidade de dispensar um grande montante para começar a operar. Entenda mais sobre o assunto a seguir.

O CUSTO INICIAL É REDUZIDO

Ainda que esse fator já tenha sido brevemente mencionado quando abordamos as características do dropshipping, não há como falar dos benefícios do modelo deixando esse ponto de fora. Quando o empreendedor opta por operar por meio desse formato, os investimentos principais são direcionados:

- à criação de uma página hospedada em um servidor de boa qualidade;
- à elaboração de um design que leve em conta os diversos dispositivos por meio dos quais o site pode ser acessado, garantindo uma boa visibilidade;

- à boa descrição dos artigos comercializados;
- à seleção de um gateway de pagamento confiável e seguro.

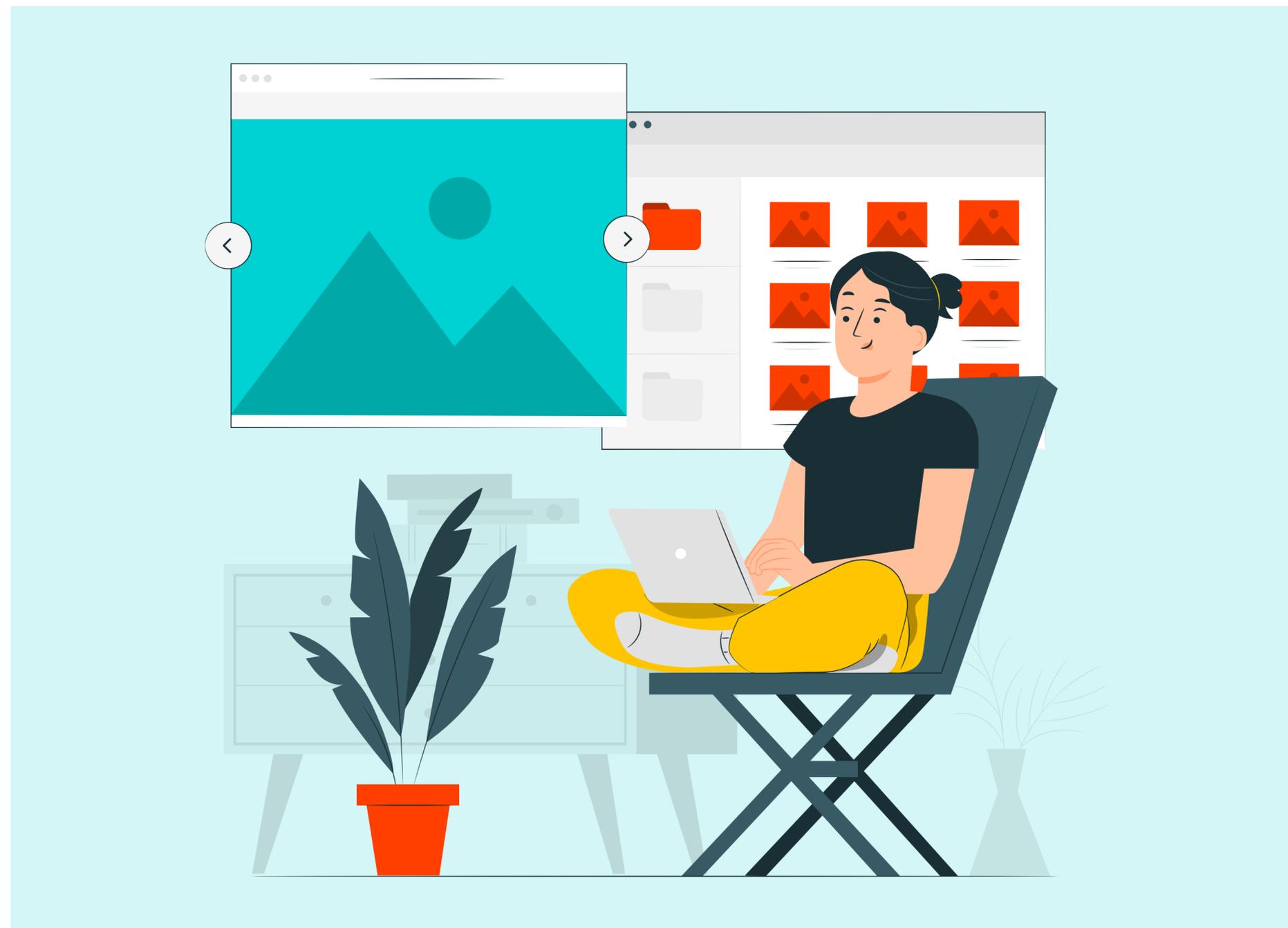
Além disso, **não há grandes despesas para a manutenção do e-commerce** — outra questão brevemente pontuada anteriormente —, visto que o faturamento e o despacho dos pedidos são de responsabilidade do fornecedor.

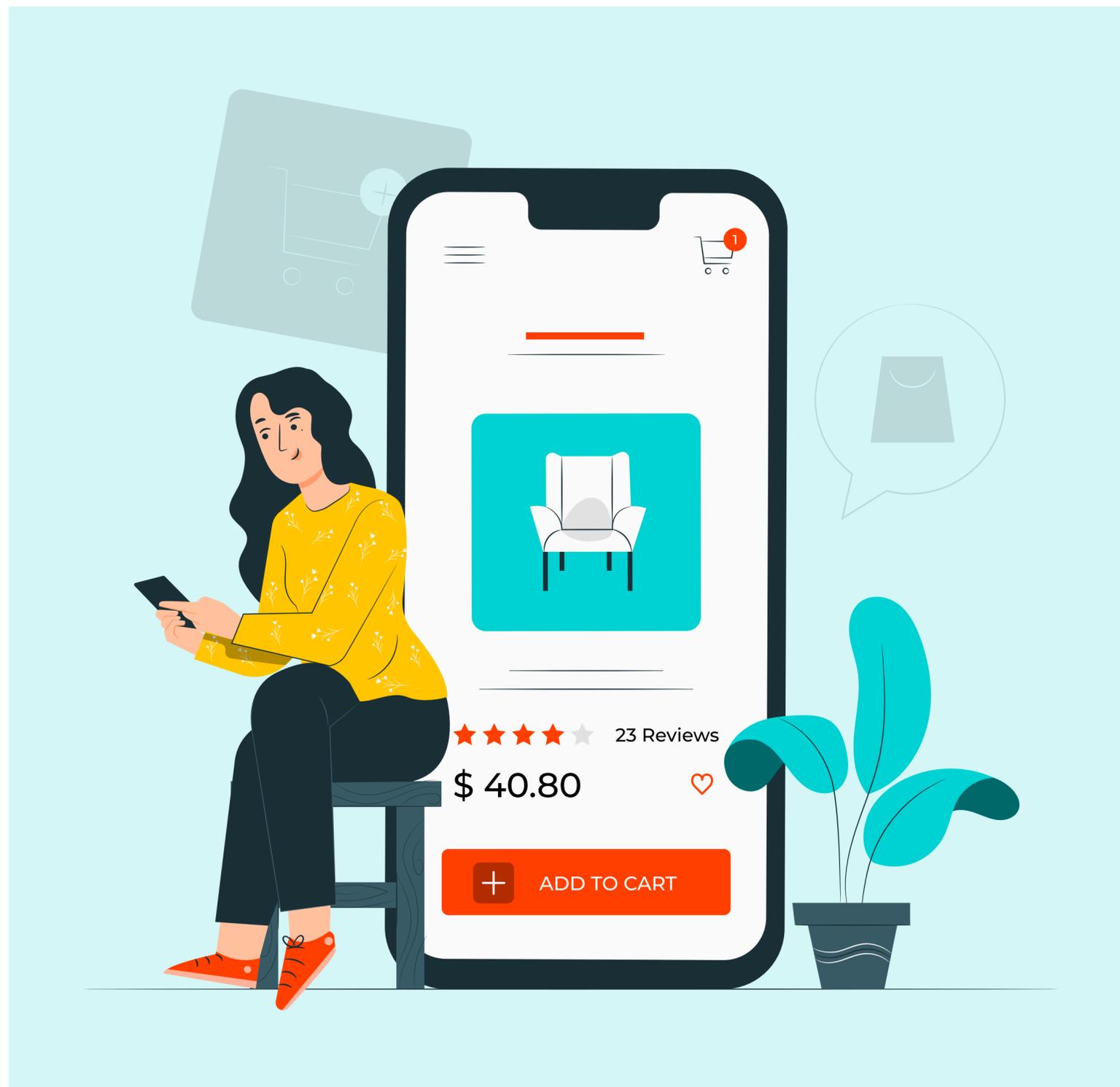
Vale ressaltar que, mesmo que o “modus operandi” fuja do convencional, toda a parte que diz respeito à legalização da atividade ainda deve ser observada, como a abertura de um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), a inscrição estadual etc.

A CONVENIÊNCIA E A COMODIDADE SÃO INCOMPARÁVEIS

Como dito, no dropshipping, a loja virtual atua como uma mera mediadora entre o consumidor final e aquele que fornece os produtos adquiridos — o que, é claro, exige que você seja relativamente criterioso ao escolher os seus parceiros.

Esse modelo de negócio dispensa a necessidade de haver um local físico — e, naturalmente, seguro — para o armazenamento das mercadorias. Sendo assim, **é possível conduzir toda a sua atividade como empreendedor por meio de um notebook**. Isso, por sua vez, viabiliza que você trabalhe de qualquer lugar que quiser e defina os seus próprios horários.





UMA ALTA VARIEDADE DE ITENS PODE SER OFERECIDA AO PÚBLICO

Novamente, esse é um aspecto que já foi abordado na seção voltada às características do dropshipping, mas é válido nos aprofundarmos um pouco mais nesse ponto e nos elementos positivos atrelados a ele. Ao atuar como um revendedor de artigos provenientes do estoque da fonte, existe a possibilidade de comercializar itens de fornecedores distintos.

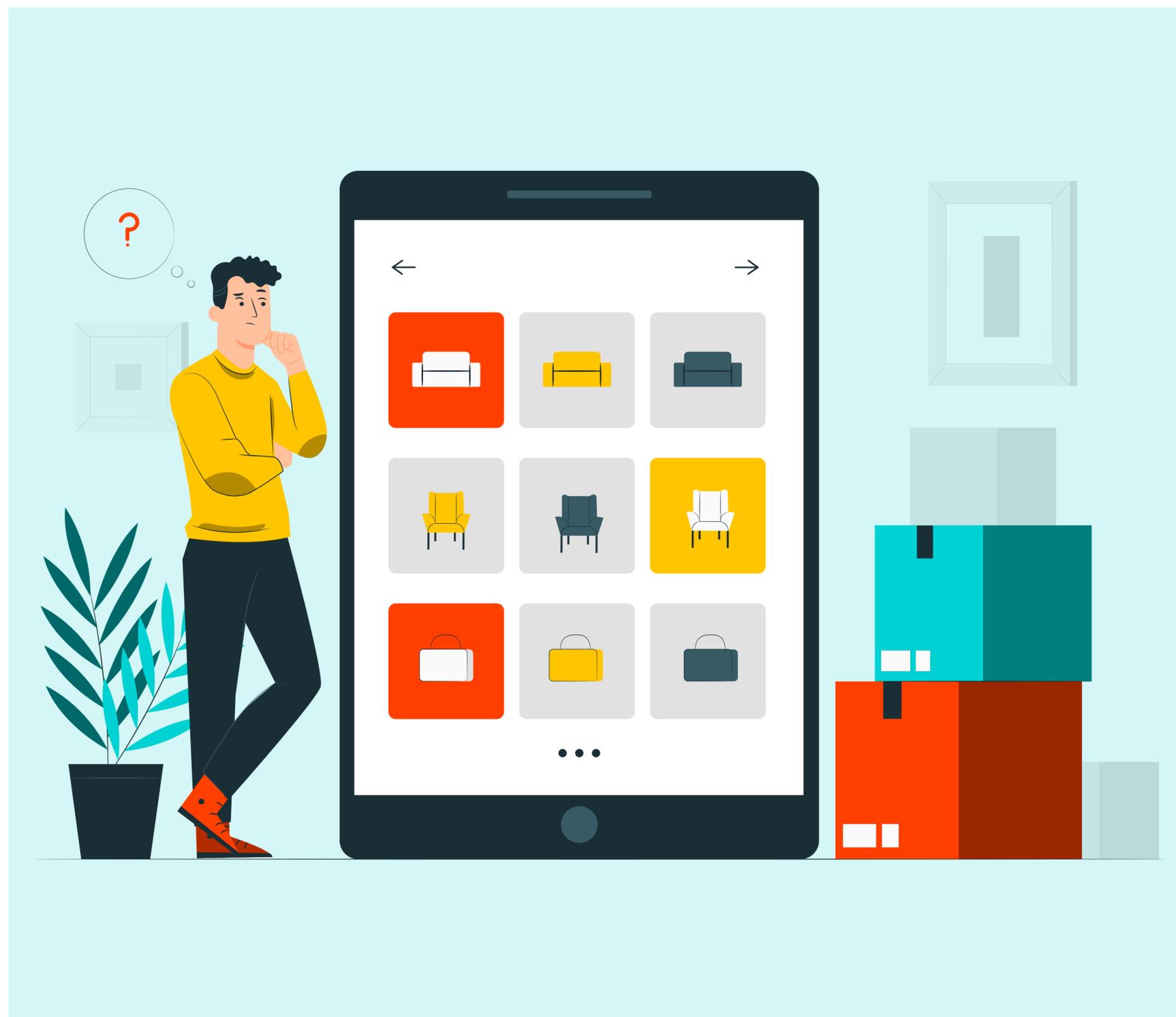
Nesse sentido, há uma alta margem de criatividade em relação às mercadorias que podem ser vendidas no seu e-commerce, já que é viável, por exemplo, ofertar desde artigos para casa até eletrônicos — ou funcionar como uma loja que abrange inúmeras categorias de produtos. Assim, o seu público-alvo se torna expressivamente mais amplo, o que permite aumentar o seu marketshare.

Ainda que essa técnica pareça ser bastante promissora, **antes de se aventurar nesse universo, é fundamental antecipar-se a alguns desafios que, certamente, você deverá driblar ao apostar no dropshipping.** No próximo tópico, elencamos os principais deles.

Quais são os desafios mais comuns a serem superados ao atuar nessa modalidade?

A proposta é extremamente tentadora: iniciar um empreendimento no meio digital com um investimento inicial baixíssimo e poucas questões com que se preocupar — ao menos, em um primeiro momento.

Além disso, uma rápida pesquisa nos principais buscadores nos leva a cases de sucesso (abordaremos alguns mais à frente, inclusive) de negócios que iniciaram do zero e atingiram o ápice. Fazendo jus ao velho ditado que afirma que “*nem tudo são flores*”, é o momento de citar os inconvenientes.



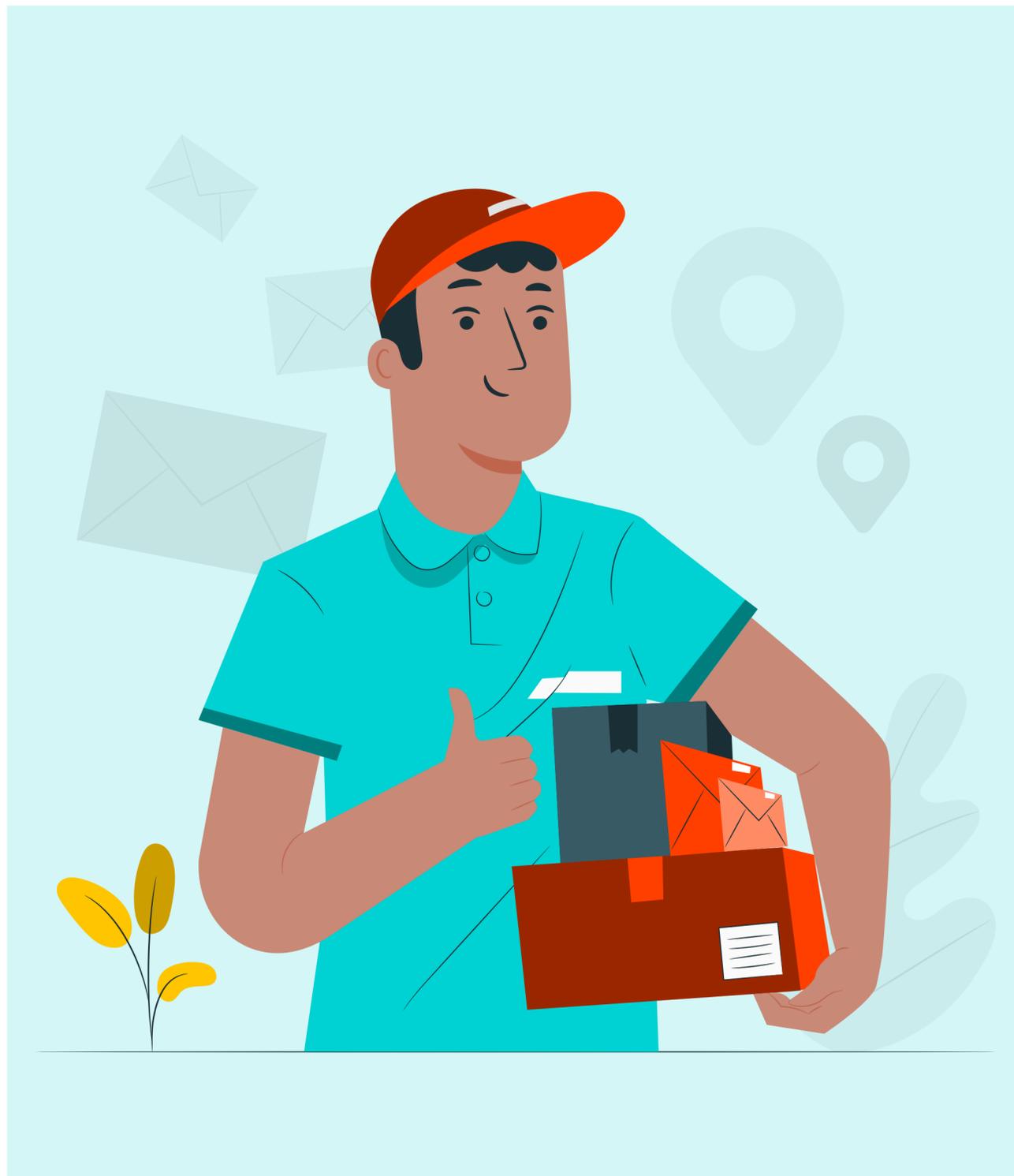
A MARGEM DE LUCRO É PEQUENA

Independentemente das mais diversas razões que levem você a querer conduzir um negócio próprio, certamente a lucratividade é um dos seus principais propósitos. Ao analisar esse modelo de comércio eletrônico de perto, esse fator é um dos que mais se destacam negativamente.

A razão para tanto é que, ao começar a atuar nesse formato, você precisa ter em mente que provavelmente entrará em uma “guerra” com vários outros empreendedores que tiveram a mesma ideia de investir nessa modalidade. Certamente, haverá uma **batalha de preços**, o que fará você reduzi-los ao máximo para manter o seu e-commerce suficientemente atrativo — **isso, por si só, já geraria reflexos negativos sobre a sua rentabilidade.**

Mesmo que você possa evitar esse cenário, focando um segmento em que a competitividade é menor para a sua atuação, outros elementos devem ser levados em consideração. Como acontece em qualquer modelo de comércio, há custos inevitáveis, como os atrelados à tributação, e que acabam por “comer” uma parcela do seu lucro.

Naturalmente, também haverá a cobrança de uma fatia do seu serviço pelo(s) seu(s) fornecedor(es), e é necessário lembrar que há outras despesas com as quais você deve arcar se deseja posicionar bem o e-commerce no seu nicho — como os montantes investidos em anúncios para a geração de tráfego. É imprescindível que você tenha cautela ao imergir nesse segmento, certificando-se de que o negócio realmente é viável financeira e operacionalmente.



OS INCONVENIENTES RELATIVOS ÀS ENTREGAS SÃO COMUNS

Uma grande parte dos e-commerces que trabalham com dropshipping tem parceiros internacionais — via de regra, americanos e/ou chineses. Se esse for o seu caso, **o prazo de entrega passa a ser mais uma preocupação**. O envio das mercadorias ao consumidor final pode atrasar, e isso, inevitavelmente, gera reclamações. Para evitar complicações, é importante avisar o consumidor que a mercadoria será importada, o que implica um prazo de entrega maior.

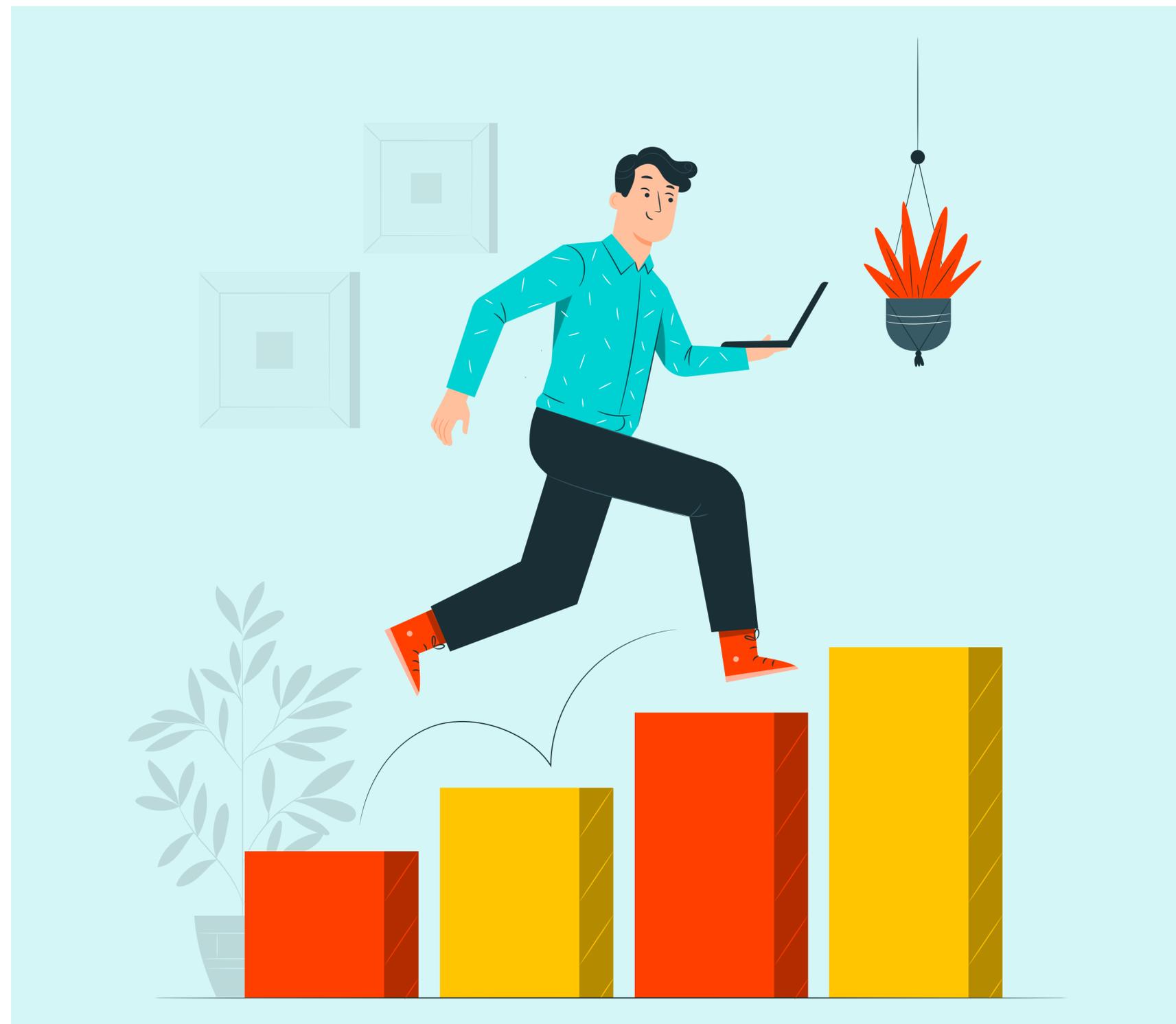
AS EVENTUAIS DEVOLUÇÕES TÊM O POTENCIAL DE GERAR PREJUÍZOS EXPRESSIVOS

Outro ponto importante é que a responsabilidade de **fornecer suporte ao público** não é do fornecedor, mas, sim, do e-commerce que revende os produtos. No Brasil, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) assegura que o comprador tem o direito de se arrepender da aquisição dentro de um período de sete dias, podendo, então, devolvê-la e solicitar o reembolso.

O fato é que, atuando nesse formato, não compensa devolver a mercadoria ao seu parceiro — em função dos custos envolvidos. Em casos assim, **difícilmente será possível driblar os prejuízos**.

Quais são os principais cases de sucesso do dropshipping?

Até aqui, além de entender o conceito, a finalidade e as principais características do dropshipping, você teve a chance de avaliar as vantagens de investir nesse modelo de comércio eletrônico e os desafios que precisam ser contornados para manter a operabilidade de um negócio. A seguir, você poderá perceber — a partir de cases — que, mesmo que haja aspectos positivos e negativos, **é bastante possível ter uma atuação bem-sucedida.**



THALLES FELIPE

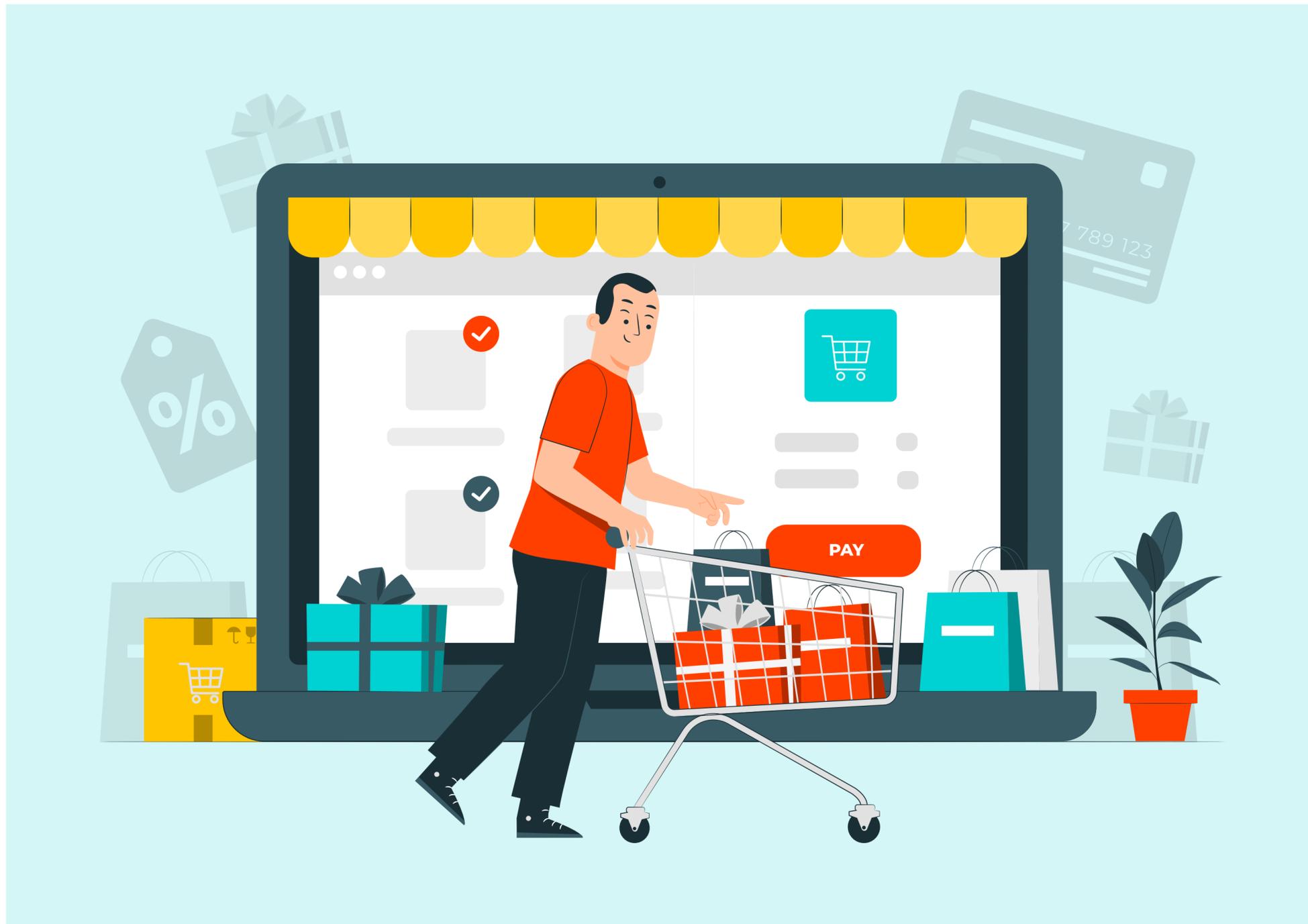
O nosso primeiro exemplo de case de sucesso é o de Thalles Felipe, que, enquanto vivia uma carreira estressante no setor de empréstimos de um banco, almejava ter um retorno financeiro maior e mais liberdade. Esse sonho o levou a investir no próprio empreendimento e, após cinco anos atuando no mercado físico, Thalles “se encontrou” no universo digital.

Inclusive, hoje em dia, ele gerencia várias lojas que atuam sob o modelo de dropshipping e já faturou mais de R\$ 3 milhões.

ALOYSIUS CHAY E GALVIN BAY

Atuando nessa modalidade desde o ano de 2016, hoje em dia, Aloysius Chay e Galvin Bay já faturam mais de US\$ 60 mil diariamente. No início do negócio, ambos enfrentaram muitas dificuldades para selecionarem os artigos que comercializariam, testando entre 20 e 30 tipos de produtos até concluírem o que, efetivamente, funcionava.

Atualmente, o e-commerce Bay & Chay não atua em um setor específico. A companhia vende artigos que estão em alta no mercado e, em simultâneo, busca emplacar novidades — com muito sucesso, vale dizer. Hoje em dia, inclusive, as unidades estão posicionadas entre os melhores e-commerces de Shopify.



Conclusão

Como visto, da mesma maneira que os demais modelos de comércio, **o dropshipping apresenta os seus pontos positivos e os negativos**. Antes de apostar nesse segmento, é fundamental estudar mais a fundo e antecipar-se aos possíveis obstáculos que poderão surgir.

Neste e-book, também foi possível perceber que, mesmo diante dos desafios inerentes ao formato, é possível, sim, não apenas atingir bons resultados, mas crescer — especialmente ao optar por atuar em um nicho ainda pouco explorado.



O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de **fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios**, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.