



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS**

**PRÓ-RETORIA DE GRADUAÇÃO**

**ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS**

**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ALINE DE CARVALHO MARINS**

**A VIABILIDADE ECONOMICA E O ENQUADRAMENTO DO**

***DROPSHIPPING NO BRASIL.***

**GOIÂNIA**

**2020**

**A VIABILIDADE ECONOMICA E O ENQUADRAMENTO DO  
DROPSHIPPING NO BRASIL.\***

**ECONOMIC VIABILITY AND THE FRAMEWORK OF DROPSHIPPING IN  
BRAZIL.\***

Aline de Carvalho Marins\*\*

Thaiza Renata dos Santos\*\*\*

**RESUMO:** Este estudo objetivou analisar o enquadramento e viabilidade econômica do *Dropshipping* no Brasil. Para tanto, foi elaborado um caso exemplo (simulação) contemplando as naturezas jurídicas pertinentes para esse negócio e o enquadramento tributário ideal em âmbito nacional para a atividade de *Dropshipping* de mercadorias adquiridas no exterior para venda no mercado nacional. Os resultados obtidos evidenciam que o regime tributário pelo Simples Nacional indica a menor carga tributária em detrimento ao Lucro Real e Lucro Presumido. Além disso, a natureza jurídica Limitada Unipessoal apresentou como alternativa a abertura de atividade sem exigência de capital mínimo e com segregação de bens da empresa versus do sócio. Portanto, existe viabilidade econômica e financeira para o comércio eletrônico de *Dropshipping* no Brasil com a indicação da natureza jurídica constituída como Sociedade Limitada Unipessoal e com a opção tributária pelo Simples Nacional. A aplicação prática deste estudo é de que a viabilidade da execução dessa prestação de serviço foi constatada em âmbito de sociedade jurídica, tributária e de retorno do capital investido.

**PALAVRAS-CHAVE:** Dropshipping. Enquadramento. Viabilidade Econômica. Prestação de Serviços. E-Commerce.

**ABSTRACT:** This study aimed to analyze the framework and economic viability of Dropshipping in Brazil. To this end, an example case (simulation) was prepared, contemplating the legal nature pertinent to this business and the ideal tax framework at the national level for the activity of Dropshipping of goods acquired abroad for sale in the national market. The results obtained show that the tax regime by Simples Nacional indicates the lowest tax burden to the detriment of Real Profit and Presumed Profit. In addition, the Unipessoal Limited legal nature presented as an alternative the opening of activity without minimum capital requirement and with segregation of company assets versus partner. Therefore, there is an economic and financial viability for the electronic commerce of Dropshipping in Brazil with the indication of

\* Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Pontifícia Universidade Católica de Goiás como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação da Me. Thaiza Renata dos Santos.

\*\* Aline de Carvalho Marins. Bacharelando em Ciências Contábeis pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Av. Universitária, 1440 - Setor Leste Universitário, Goiânia - GO, 74605-010. E-mail: linemarins@hotmail.com

\*\*\* Thaiza Renata dos Santos Me. Docente Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Av. Universitária, 1440 - Setor Leste Universitário, Goiânia - GO, 74605-010. E-mail: thaisarenata@pucgoias.edu.br

the legal nature constituted as a Unipersonal Limited Company and with the tax option by Simples Nacional. The practical application of this study is that the feasibility of executing this service provision was verified within the scope of a legal, tax and return on invested capital.

**KEY WORDS:** Dropshipping. Framework. Economic viability. Services provision. E-Commerce.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente artigo científico trata-se de um estudo cujo objetivo é verificar se existe viabilidade econômica ao empreender como *dropshipper* no Brasil bem como verificar qual o enquadramento ideal para atuar com *dropshipping* conforme caso exemplo.

A escolha deste tema se baseou no crescimento acelerado do comércio eletrônico, também conhecido como e-commerce, vez que integrar-se ao meio digital tornou-se uma importante vantagem competitiva para empresas por se tornar nova alternativa para as pessoas ao realizarem suas compras de maneira rápida e fácil em websites (BRUN et al., 2002; TUMOLO, 2001).

Esta vantagem competitiva é notada a partir do baixo custo de transações ao procurar, ou seja, comprar e vender, bem como no processamento eletrônico dos pedidos, sendo estes baratos e mais eficientes (BRUN et al., 2002; TUMOLO, 2001). Além disso existe a vantagem econômica aos consumidores, que passam a possuir aumento da base de procura de melhores preços e produtos. Em contrapartida os fornecedores podem ampliar os seus mercados-alvo e alcançar um nível global de comercialização (BRUN et al., 2002; TUMOLO, 2001).

Outro ponto que motivou a escolha do presente tema, foi o momento econômico e político instável vivenciados no ano de 2020, devido a pandemia mundial de Covid-19. (HENRIQUES et al., 2020; HOFSTATTER, 2020). Mencionada instabilidade é notada na queda da bolsa de valores, aumento brusco do dólar, baixa nas taxas Selic que refletem diretamente no bolso da população, além do desemprego no Brasil que em 2019 (anterior a pandemia mundial): dados divulgados pelo IBGE em maio indicam que a taxa de desemprego no primeiro trimestre de 2019, subiu para 12,7%, totalizando 13,4 milhões de brasileiros sem trabalho.

A partir deste cenário o empreendedorismo no Brasil se tornou modo de escape para muitos brasileiros principalmente aqueles que perderam seus empregos. Neste sentido, estes brasileiros não possuem capital suficiente para iniciar um negócio e diante deste dilema, foi elaborado este artigo científico como forma de incentivar estas pessoas à enxergarem novos

horizontes e possibilidades, sem que haja necessidade de grandes investimentos iniciais e ou capital de giro, sendo necessário apenas disposição e planejamento.

Além disso, sobre incentivo ao empreendedorismo, surge o *dropshipping* como uma alternativa econômica para geração de renda em outros países como Estados Unidos e até alguns do continente Europeu o *Dropshipping* é comumente praticado e tem se mostrado rentável, fato levou *Dropshipping* a chegar ao Brasil (FROYK, 2012). No Brasil, a modalidade *dropshipping* é legal, mas não há nada que a regule, ocasionando uma insegurança jurídica para o consumidor, (FERRER, 2019) Portanto a problemática deste estudo é: Qual a viabilidade econômica, regime tributário e natureza jurídica indicados no *dropshipping* no Brasil. E o objetivo deste estudo consiste em verificar qual a viabilidade econômica, regime tributário e natureza jurídica do *dropshipping* no Brasil por meio de uma simulação (caso exemplo).

Ressalta-se que esse estudo se justifica pela possível vantagem econômica e competitiva diante dos comércios convencionais, além de incentivar o empreendedorismo servindo como fonte de renda. Neste sentido, além de beneficiar futuros empreendedores, servindo de ponto de partida, também auxiliará a solucionar um problema social advindo do desemprego vez que ao incentivar o empreendedorismo, o mercado brasileiro se energizará, ocasionando assim melhora econômica e geração de novos empregos.

De outro lado, o estudo de viabilidade econômica e enquadramento ideal ao *Dropshipping* nos termos do quadro exemplo proposto, possui grande contribuição para a área acadêmica vez que contribuirá, para construção do conhecimento sobre *dropshipping* para acadêmicos e profissionais da área de gestão e negócios para que estejam preparados para lidar com esse novo mercado que vem ganhando espaço no Brasil.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

A abordagem teórica deste estudo, está segmentada em três tópicos. Inicialmente será abordado as características e conceitos do comércio eletrônico e-commerce. Em seguida a definição de Gerenciamento da cadeia de suprimentos. Por fim, será exposto as definições existentes na literatura com relação ao *Dropshipping*.

### **2.1 E-COMMERCE**

O início do comércio eletrônico ocorreu antes mesmo do desenvolvimento da internet, iniciando no século XX mais especificamente na década de 70, denominado de comércio pré-internet (TESTA, FREITAS E LUCIANO, 2006). O comércio eletrônico surgiu a partir dos fundos eletrônicos de transferência (EFT), para transações financeiras e do intercâmbio eletrônico de documentos (EDI), para trocas de documentos entre empresas e clientes. Ocorre que o custo destas operações era elevado e por este motivo sua aceitação foi limitada.

Assim, a década de 90 foi marcada por avanços tecnológicos no setor de tecnologia e informação e em 1991 com o surgimento o Worl Wide Web, a internet se tornou popular e consolidou o comércio eletrônico. Nos anos seguintes, 1995 foram fundados a Amazon e o Ebay empresas bastante conhecidas atualmente, que revolucionaram o modo de comprar e vender das pessoas, vez que comercializavam todo tipo de produto pela internet, o que recebeu o nome de e-commerce.

A definição exata do termo e-commerce é dificultada pelo fato de passar por um processo contínuo de desenvolvimento. Para o autor Tassabehji (2003) o comércio eletrônico é o ato de compartilhar informações sobre negócios, manutenção dos relacionamentos, bem como a condução das transações através das redes de telecomunicação. Já o autor Albertin (1999), entende que o e-commerce ou comércio eletrônico é a realização completa da cadeia de valor dos processos de negócio dentro de um ambiente eletrônico, pela aplicação das tecnologias de informação e de comunicação, atendendo assim os objetivos do negócio.

Para Kotler (2000), o e-commerce refere a uma ampla variedade de transferências eletrônicas de dados (EDI) e a partir deste comércio há dois fenômenos, digitalização e conectividade. Nesse sentido, Marques (2007) difere e-commerce do conceito e-business dizendo que o segundo engloba os primeiros e os demais processos produtivos de uma organização. Enquanto o primeiro (E-commerce) apenas a interação entre cliente e fornecedor por um meio eletrônico de modo que podem negociar qualquer tipo de produto e ou serviço.

Nota-se que o e-commerce vem cada vez mais alterando a relação empresa-cliente, vez que altera a forma de vender, abordagem com o cliente, sistema vendas e até mesmo do marketing utilizado pelo vendedor que agora deve ser profissionalizado e estratégico para competir com as milhares de outras lojas existentes no universo online. Corroborando com essa afirmação, para o autor Earl et al. (2001) o comércio eletrônico é uma forma de gerar relacionamento com o consumidor e não pode ser visto apenas como um mero canal de vendas e deste modo, o empresário que enxergar o e-commerce apenas como canal de vendas perderá

a clientela ao longo prazo, portanto gerar relacionamento com o consumidor é essencial para sobrevivência de qualquer empresa no universo online.

Sobre o e-commerce Novaes (2004) aborda algumas vantagens e desvantagens deste tipo de comércio. Como vantagem Novaes cita a inserção instantânea no mercado vez que os produtos ficam de forma imediata expostos em nível nacional e internacional. Outro ponto positivo citado é a interação rápida, ágil entre vendedores e consumidores onde o e-commerce diminui a burocracia, análises mercadológicas facilitadas e reduz a assimetria informacional.

Neste sentido, segundo Novaes (2004), as desvantagens do e-commerce compreendem principais problemas como fraudes, dificuldade de cobrança de impostos e de proteção da propriedade intelectual, falta de confidencialidade e confiança em algumas operações. Sobre as desvantagens citadas por Novaes, atualmente sistemas de dados criptografados estão reduzindo esses problemas de forma significativa, tornando o meio virtual mais seguro.

No Brasil, foi publicada pesquisa pelo por eMarketer divulgada pelo relatório Webshoppers que aponta que o e-commerce mundial cresceu 24% no ano de 2018 e informa que atingiu 2,9 trilhões de dólares em vendas. A pesquisa aponta ainda que a tendência de crescimento é do e-commerce em detrimento ao varejo tradicional. A pesquisa do eMarketer apresentou que na América Latina o crescimento foi de 17,9 % em comparação ao mesmo período do ano de 2017. De lado outro, apontou que apenas 2,7% das vendas do varejo na América Latina foi feita de forma online, que acaba por demonstrar enorme possibilidade de crescimento.

Além disso, o Globay Payments Report – Wordpay de 2018 (Relatorio Global de Pagamentos), apresenta em seu teor que o gasto médio em comercio eletrônico no Brasil do ano 2017 per capita foi de US\$ 116,00, compara com o gasto per capita no ponto de venda (PDV) que foi de US\$ 3.746,00 no mesmo ano. Demonstra, portanto, que o números dos consumidores no meio eletrônico é alta mas ainda não supera as lojas físicas de varejo, fato esse que pode estar relacionado com o relatório Webshoppers publicado pela Ebit/Nielson apresenta que 41% dos brasileiros apontaram que a conexão com a internet é instável no momento de realizar as compras online, o que acaba por dificultar o acesso ao meio eletrônico em alguns grupos.

Portanto, apesar das barreiras e dificuldades que cercam o e-commerce, como fraudes, dificuldade de cobrança de impostos e de proteção da propriedade intelectual, falta de confidencialidade e confiança em algumas operações, ficou claro com os relatórios trazidos da pesquisa realizada, que o crescimento deste nicho de negócio (E-COMMERCE) é exponencial

sendo uma área relativamente nova possui bastante potencial à ser explorado nos próximos anos.

## 2.2 GERENCIAMENTO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

A segunda guerra mundial fortaleceu o gerenciamento da cadeia de suprimentos, vez que era primordial estabelecer estratégias para manter abastecido e organizados as tropas e seus suprimentos. Neste sentido, Machline (2011), afirma que os ensinamentos militares que a Segunda Guerra Mundial trouxe a partir do gerenciamento e abastecimento das tropas com munição, equipamentos e alimentação, denominada então de logística foi primordial para o desenvolvimento da cadeia de suprimentos.

Deste modo, o conceito de gerenciamento da cadeia de suprimentos ou em inglês conhecido como Supply Chain Management vem sofrendo mudanças quanto ao seu conceito e a sua forma de aplicação para o que hoje existe de funcionalidades e aplicação no mercado atual. Ressalta-se que o Council of Supply Chain Management Professionals (2007) norte-americano, define que logística é o processo de planejar, implementar e controlar de maneira eficiente o fluxo e a armazenagem de produtos, bem como os serviços e informações associados, cobrindo desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o objetivo de atender aos requisitos do consumidor. Desse modo, infere-se que os transportes são parte primordial para compor a logística vez que este possui alto custo acoplado que acaba por sobrecarregar a cadeia de suprimentos e a maioria das vezes o produto ou serviço não vai ser consumido/utilizado no local de produção sendo necessário segundo Chopra e Meindl, (2011) utilizar-se de canais de distribuição.

Além disso, Ballou (1999) afirma sobre a logística e o transporte de produtos é importante manter equilíbrio entre qualidade de serviço o custo do produto. Devendo também entrar na equação da análise o tempo médio em trânsito da mercadoria e sua variabilidade bem como avarias ou perdas durante o transporte. Nesta feita, deve-se cuidar que nem sempre o transporte mais barato é o que mais reduz custos.

Neste íterim, para Chopra (2003), a decisão estratégica ótima para uma entidade é o equilíbrio correto entre diminuição de custos e responsabilidade nos serviços de transporte o que tende a contribuir para o objetivo da empresa referente a maximização de seus resultados, a satisfação do cliente e a permanência no mercado. Ressalta-se que para alcançar esses objetivos empresas tem investidos em meios e/ou mecanismos para divulgar e comercializar seus produtos atrelado ao desenvolvimento do comércio eletrônico.

## 2.3 DROPSHIPPING

O modelo de negócio *dropshipping* até o momento não possui legislação para regula-lo, porém sua pratica é legal e aceita no Brasil, tendo em vista que não há legislação contrária que impeça sua utilização (FERRER, 2019). Além disso, o tema *Dropshipping* é pouco explorado na literatura nacional, dentro do contexto de mercados e formas de custo. Assim, o entendimento dessa modalidade no Brasil tende a crescer de maneira exponencial se mostrando como um atrativo canal de vendas e conseqüentemente como forma de mercado para muitos empreendedores.

Ressalta-se que o modelo *Dropshipping* possui diferenças significativas em sua estrutura de suprimentos, o que difere de canais de vendas tradicionais, Segundo Netessine e Rudi (2001) O *dropshipping* é diferente das outras estruturas de cadeia de suprimentos onde existem acordos tradicionais de consignação, ou seja, o varejista retém, mas não é o dono do estoque, e decide qual política de estoque utilizar. No caso do *dropshipping*, a política de estoque é completamente controlada pelo atacadista ou fornecedor.

Deste modo, na literatura o modelo de negócio *dropshipping* é definido como sistema de distribuição em que a posse dos bens comercializados não alcança o intermediário e caminha diretamente ao cliente final advindo do fornecedor/comerciante. O Intermediário é entendido aqui como a pessoa responsável pela intermediação entre o consumidor final e o produtor da mercadoria.

De acordo com Hofelmann, Anderson (2019), o *dropshipping* consiste em um método de venda de produtos onde não há necessidade de armazenagem física de produtos por conta do vendedor, gerando maior lucro por unidade vendida devido à redução de custos que ocorre quando os varejistas terceirizam o processo de armazenagem e distribuição. Em uma situação corriqueira, o varejista compra os produtos do atacadista e os armazena em seu depósito e os envia ao comprador (HOFELMANN; ANDERSON, 2019).

Ressalta-se que um detalhe importante dessa modalidade é que quando utiliza-se o *dropshipping*, a armazenagem fica por conta do fornecedor (*dropshipper*), o que reduz o custo de envio e custo de armazenamento. Em geral, o varejista compra os produtos do atacadista e em sequência os armazena no depósito para posteriormente envia-los ao respectivo comprador. Neste sentido, ao utilizar o sistema *dropshipping*, o prestador deste serviço acaba por reduzir o custo de envio e armazenamento.

As principais vantagens do *Dropshipping* de acordo com Hofelmann, Anderson (2019), é que essa modalidade tende a ser favorável ao fluxo de caixa do lojista, vez que não há riscos em adquirir produtos que não tenham saída, margem de lucro geralmente alta por não requerer grandes investimentos em sistema de vendas.

Além disso, outra vantagem importante é menor investimento em equipamentos com acesso a internet e um acordo prévio com algum vendedor especializado em logística *dropshipper*. Deste modo os esforços do empreendedor se concentraram na promoção publicitária do produto e posteriormente, quando acontece a compra repassam informações ao vendedor *dropshipper* visando o envio da mercadoria. De acordo com Hofelmann, Anderson (2019), as principais desvantagens são: prazo de entrega, geralmente alto 30 (trinta) dias vez que a maioria dos fornecedores *dropshipper* estão localizados nos Estados Unidos e China.

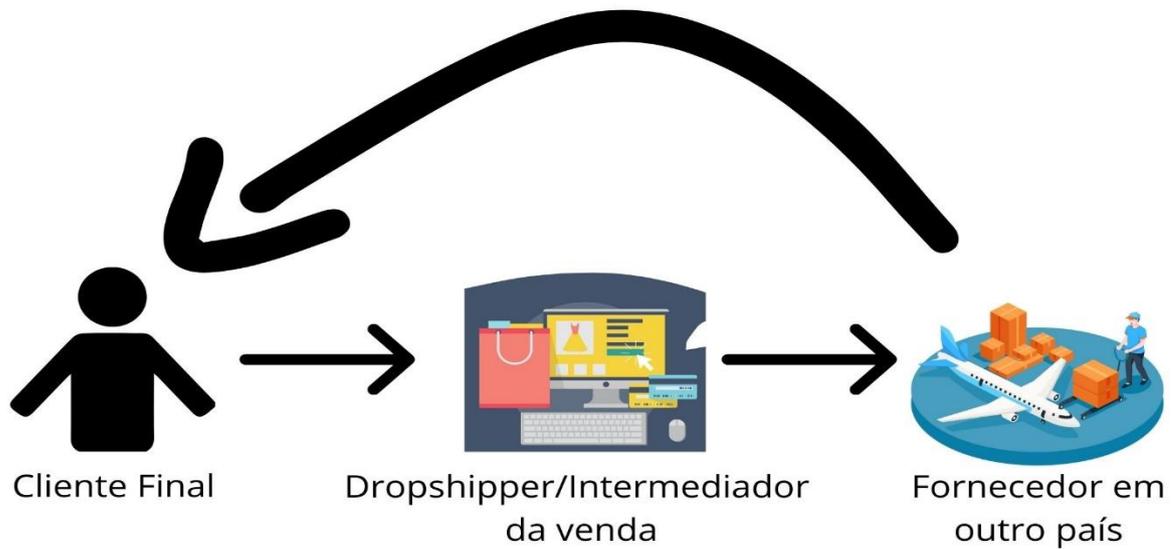
Um ponto de extrema importância sobre a constituição de uma empresa para *dropshipping* está no fato que o mesmo será apenas uma prestadora de serviços e não uma importadora no país de recepção da mercadoria e não pode ser caracterizado como comércio. Portanto, a definição de prestação de serviço é de extrema importância para a sobrevivência e maximização de resultados da entidade prestadora, vez que se enquadrada como importadora pode sofrer sanções futuras no que tange à Receita Federal. Ressalta-se que se a empresa possui enquadramento como importadora haverá futuramente discrepância com a necessidade de nota de entradas e saídas que não serão possíveis tratando-se de importação, pois na importação há somente os INVOICES e não nota fiscal, portanto, deve-se enquadrar a empresa como prestadora de serviços, a empresa prestadora repassará ao cliente somente os Invoices da compra do fornecedor e a nota fiscal do serviço prestado.

Ressalta-se que é dever do fornecedor internacional emitir dois documentos ao cliente final/importador chamados Proforma Invoice (PI), que é o espelho da Nota Fiscal e Comercial Invoice (CI), quando da entrega para o Brasil é ela que é enviada junto com a mercadoria, que é internacional regida pelas leis internacionais que regulam a matéria.

É com base nesses documentos Proforma Invoice e Comercial Invoice que os dados da importação são repassados à Receita Federal e é feita a Declaração de Importação (DI) para pagamento dos impostos e de fato a mercadoria é legalizada, ponto que merece atenção vez que o cliente é responsável pelo pagamento dos impostos e não o *dropshipper* que no caso faz papel apenas de prestador de serviços da operação de compra internacional.

Deste modo, a cadeia do *Dropshipping* pode ser demonstrada de forma facilitada através deste gráfico ilustrado (elaborado pela autora deste artigo):

**Figura 1** – Cadeia *Dropshipping*



Fonte: Adaptado de FROYK, Robert. **The ABCs of Ecommerce and Dropshipping Success: Practical guide how to start and run a successful online store and ecommerce business.** Robert Froyk, 2012.

Conforme evidenciado na Figura 1 é possível compreender de forma mais simplificada como funciona na realidade a cadeia do *Dropshipping* internacional. Nota-se que primeiramente temos a figura do consumidor final que possui um interesse em algum objeto localizado em outro país. A partir desta “dor” o *dropshipper*/intermediador da venda, apresenta à esse cliente final o produto do seu interesse com a comodidade de recebe-lo em sua casa de forma facilitada vez que esse intermediador possui o “*know-how*”, ou seja, possui conhecimento sobre como trazer esse produto ao cliente final. Após concluído o pagamento pelo cliente final, o *dropshipper* enviar o pedido ao Fornecedor (estrangeiro) que possui a mercadoria e efetua o pagamento. Efetuado o pagamento o produto é enviado diretamente ao consumidor Final.

### 3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O método de pesquisa é definido como a escolha dos procedimentos importantes para descrição e explicitação de fenômenos e fatos. Deste modo, são similares ao método científico que consiste na delimitação de um problema e realização de observações visando futuras interpretações que se baseiam em relações encontradas nas teorias que existem no mundo (RICHARDSON, 1999).

A pesquisa possui um caráter objetivo, sendo definido por Gil (2002) como um processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. Neste

diapensão, o objetivo fundamental da pesquisa é descobrir soluções e respostas para a problemática vivenciada à partir do emprego de procedimentos científicos.

Por sua natureza, o presente estudo verifica se existe viabilidade econômica ao empreender como *dropshipper*, bem como a natureza jurídica e o regime tributário ideal para atuar no Brasil é classificada como uma Pesquisa Aplicada.

Neste sentido, Para Silva e Menezes (2005) este tipo de pesquisa tem por objetivo, formar conhecimentos para aplicação prática de dilemas reais, dirigidos à solução de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses de determinados grupos.

A metodologia utilizada nesta pesquisa seguiu uma abordagem qualitativa e quantitativa. Sobre a pesquisa qualitativa, Silva e Menezes (2000, p. 20) leciona que a interpretação dos fenômenos e a atribuição dos significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Diz ainda, que nesta abordagem não há necessidade de método e técnicas estatísticas, sendo o ambiente natural fonte direta para coleta de dados e o pesquisador como instrumento chave.

A abordagem quantitativa está presente e segue a linha da quantificação como meio de obtenção de respostas. Neste sentido, Malhotra (2001, p.155) complementa que a pesquisa quantitativa quantificar os dados e aplica alguma forma de análise estatística.

No que tange a coleta de dados, foi utilizado o método de pesquisa bibliográfica e documental, onde segundo doutrinador Vergara (2000, p. 48) a pesquisa é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral, sendo este a pesquisa bibliográfica. A pesquisa documental é a coleta de dados por meio de documentos e Segundo Marconi, Lakatos (2013) estes documentos podem ser escritos ou não, primários ou secundários, recolhidos em determinado momento.

Por fim, quanto aos fins da pesquisa foi enquadrada como descritiva que segundo Vergara (2000, p. 47) A pesquisa descritiva espoe características de determinada população ou determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreva, embora sirva de base para tal explicação. Na presente pesquisa o fenômeno descrito é a sistemática de atuação de *dropshipping* no Brasil, bem como existência de viabilidade econômica e financeira, natureza jurídica e regime tributário ideal.

#### 4 DADOS PARA ANÁLISE (CASO EXEMPLO)

O cenário hipotético (caso exemplo) é um contexto criado para ilustrar a viabilidade econômica do *dropshipping* para um prestador de serviços no Brasil, possibilitando primeiramente a decisão da melhor forma de constituição da natureza jurídica e em seguida o melhor regime tributário proporcionando menor recolhimento. Por fim, após a definição da natureza jurídica e tributação mais viáveis o estudo realiza a comparação com uma empresa e-commerce que atua no mesmo parâmetro estipulado (natureza jurídica e tributação).

Visando ilustrar o cenário hipotético deste artigo para explorar a viabilidade econômica de prestação de serviços internacional via *dropshipping* no Brasil, primeiramente será demonstrado comparativo entre 3 (três) tipos de natureza jurídicas de empresas. Deste modo, o presente estudo está analisando o seguinte cenário:

- a) Cidadão desempregado
- b) Recurso financeiro no valor de \$ 2.000,00.
- c) Sem Sócio
- d) Almeja abrir uma empresa para atuar como prestador de serviços (*Dropshipper*)
- e) Faturamento Mensal de \$ 10.000,00.
- f) Custos mensais com fornecedores, para adquirir o produto de \$ 6.000,00

Além disso, pressupõe o “CNAE 7490-1/04 – Atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários;”, para chegar ao enquadramento ideal final.

Deste modo, vejamos a tabela abaixo:

A partir dos critérios mencionados acima elaborou-se Tabela 1, que evidencia os tipos de natureza jurídicas de empresas existentes, levando em conta as condições mencionadas para cálculo do estudo.

Quadro 1 – Informações Qualitativas para análise.

Ordem	Natureza Jurídica	Existência de Segregação de Bens, Capital Social	Fonte Científica
1	EI (Empresário individual)	NÃO	Código Civil, Lei 10.406/2002, artigo 44 (EI não está incluso no rol de pessoa jurídica de direito privado,

Ordem	Natureza Jurídica	Existência de Segregação de Bens, Capital Social	Fonte Científica
			sendo, portanto, considerado pessoa física).
2	EIRELI (EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA)	SIM	Código Civil, Lei 10.406/2002, artigo 44 (considerado pessoa jurídica portanto segrega patrimônio).
3	UNIPESSOAL (Sociedade Limitada Unipessoal)	SIM	Lei 13.874/2019 (conversão da medida provisória nº 881/2019) Lei 10.406/2002, artigo 1.052

Fonte: Elaborado pela autora.

Com relação ao regime tributário ideal serão comparados em tabela com a realidade do caso exemplo, bem como pela possibilidade de enquadrar na atividade (CNAE) do *dropshipping* “CNAE 7490-1/04 – Atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários;”, para chegar ao enquadramento ideal final. Deste modo, os critérios para o caso exemplo estão evidenciados na Tabela 2 abaixo:

Quadro 2 – Formas de Tributação adotadas no Estudo

Ord	Regime de Tributação	CNAE Permitido	Fonte Científica
1	MEI	NÃO	Portal do Empreendedor. <a href="http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/atividades-permitidas">http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/atividades-permitidas</a> Acesso em: 06/10/2020
2	Simplex Nacional	SIM	Lei 123/2006
3	Lucro Presumido	SIM	Lei 9.249/1995
4	Lucro Real	SIM	Lei 9.718/1998

Ressalta-se que após definir quais naturezas jurídicas e formas de tributação podem ser aplicadas, posteriormente será efetuado uma comparação entre estas para chegar ao resultado da melhor forma de enquadramento do caso exemplo narrado, no quesito natureza jurídica e forma de tributação.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste tópico são apresentados os resultados e análises realizadas junto aos dados secundários sobre o caso exemplo de viabilidade do negócio *dropshipping* para um prestador de serviços no Brasil. Este tópico está estruturado em duas partes. A primeira descreve a análise da viabilidade referente a forma de constituição da natureza jurídica para essa prestação de serviços, e em seguida a análise da viabilidade do melhor regime tributário para a prestação de serviços *dropshipping*, todos aplicados aos moldes do caso exemplo narrado.

### 4.1 – ANÁLISE VIABILIDADE NATUREZA JURIDICA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DROPSHIPPING

Tabela 1 – Comparação Tipos de Natureza

<b>Natureza Jurídica (SEM SÓCIO):</b>	EI (EMPRESÁRIO INDIVIDUAL)	EIRELI (EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA)	UNIPessoal (Sociedade Limitada Unipessoal)
<b>Capital Social (mínimo)</b>	NÃO	SIM  (100 Salários Mínimos vigente em 2020) = <b>R\$ 104.500,00</b>	NÃO
<b>Segregação de bens</b>	NÃO	SIM	SIM

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir dos dados da Tabela 1 pode-se identificar que a natureza jurídica EI (Empresário individual) não exige capital social mínimo, porém não há segregação de bens, ou seja, os bens do proprietário são unificados com os da empresa. Da mesma forma, nota-se que a empresa EIRELI exige um capital mínimo para abertura da sociedade jurídica no montante de cem (100) salários mínimos perfazendo a quantia de R\$ 104.500,00 (Salários Mínimos vigente em 2020), por outro lado, há segregação de bens do proprietário com os bens da empresa. Por fim, a sociedade jurídica unipessoal não exige capital mínimo e em contrapartida solicita a segregação de bens do proprietário e da empresa.

Nesse sentido, destaca-se que a natureza jurídica de EI (Empresário Individual) e EIRELI não são adequados para a presente simulação de *Dropshipping*. Ressalta-se que a EIRELI foi descartada porque exige capital social mínimo de 100 (cem) salários mínimos, perfazendo R\$ 104.500,00 (cento e quatro mil e quinhentos reais), deste modo não enquadrrou

ao cenário narrado deste artigo vez que se trata de cidadão desempregado com recurso financeiro de R\$ 2.000,00.

Em contrapartida, observamos que a sociedade Jurídica mais vantajosa para atividade de Dropshipping é a sociedade Unipessoal (Sociedade Limitada Unipessoal), pois além de não necessitar de capital mínimo para sua abertura ainda segrega os bens do empresário PF (pessoa física) com a empresa PJ (pessoa jurídica). A segregação de bens é importante pois protege os bens do sócio e caso no futuro haja alguma execução contra a empresa PJ, é mais dificultoso alcançar os bens do sócio Pessoa Física, podendo esta segregação de bens ser enxergada como uma proteção para o empresário. Esse resultado corrobora com Faquim e Haro (2019) no qual afirmam a criação da figura da Sociedade Limitada Unipessoal promete conferir à economia maior dinamicidade, facilitando a abertura de empresas pelos pequenos e médios empresários na medida em que se torna possível, a quem deseja empreender unipessoalmente, a separação patrimonial entre a empresa e seu sócio titular.

#### 4.2 – ANÁLISE VIABILIDADE DO REGIME TRIBUTÁRIO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DROPSHIPPING.

Sobre o regime tributário ideal é realizado a comparação em na Tabela 4 e 5 nos moldes do caso exemplo, bem como pela possibilidade de enquadrar na atividade (CNAE) do *dropshipping* “CNAE 7490-1/04 – Atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários;”, para chegar ao enquadramento ideal final.

Tabela 2 – Cálculo Simples Nacional para *Dropshipping*

Simples Nacional (Parte 1) – Alíquota Efetiva						
Meses	Receita Bruta	Anexo	Alíquota Nominal	PD (Parcela à Deduzir)	Formula Alíquota Efetiva	Alíquota Efetiva Encontrada
12	R\$ 10.000 x 12 = R\$ 120.000,00	V	15,5%	-----	$(RBT \times Alíquota) - PD$ / RBT	15,5%

Fonte: Elaborados pela autora.

Conforme evidenciado na Tabela 2, nota-se que a alíquota efetiva para a atividade de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, conforme CNAE 7490-1/01, na

forma de Tributação Simples nacional representa o percentual de 15,5%, conforme anexo V da Lei 123/2006. Assim, agora apresenta-se na Tabela 5 o valor devido para a tributação Simples Nacional considerando os critérios de faturamento.

Tabela 3 – Síntese Cálculo Simples Nacional para *Dropshipping*

Simples Nacional (Parte 2) - Valor Simples Nacional no mês		
RBM (Receita Bruta do mês)	Alíquota Efetiva Encontrada (Tabela Simples – Parte 1)	Simples Nacional à Recolher
R\$ 10.000,00	15,5%	R\$ 1.550,00

Fonte: Elaborado pela autora.

Assim, a Tabela 3, evidencia que para o faturamento mensal no valor de \$ 10.000,00 (dez mil reais) o valor de tributo a ser recolhido conforme Tributação do Simples Nacional é de R\$ 1.550,00 (Hum mil, quinhentos e cinquenta reais).

Além disso, encontra-se na Tabela 6 o cálculo da forma de Tributação Lucro Presumido para *Dropshipping* considerando primeiramente o faturamento Bruto equivalente a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) pelo Trimestre.

Tabela 4 – Cálculo Lucro Presumido para *Dropshipping*

Lucro Presumido						
Impostos	Presunção	Alíquota	Faturamento Mês 1	Faturamento Mês 2	Faturamento Mês 3	Impostos à Recolher
IR	32%	15%	R\$ 30.000,00			R\$ 1.440,00
CSLL	32%	9%	R\$ 30.000,00			R\$ 864,00
PIS	-----	0,65%	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 195,00
COFINS	-----	3%	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 900,00
ISS	-----	5%	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 1.500,00
			TOTAL			R\$ 4.899,00

Fonte: Elaborado pela autora.

A tabela 4, evidencia o cálculo do lucro presumido aplicado ao *Dropshipping*. Nesta tabela foram calculados: IR = Imposto de Renda, CSLL = Contribuição Social Sobre Lucro Líquido, PIS = Programa de Integração Social, COFINS = Contribuição para Financiamento da Seguridade Social; ISS = Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza.

O percentual de presunção foi aplicado no percentual de 32% ao Imposto de Renda (IR) e 32% na Contribuição Social Sobre Lucro Líquido (CSLL). Após aplicação da presunção foram aplicadas as respectivas alíquotas, sendo, Imposto de renda (15%), Contribuição Social Sobre Lucro Líquido (9%), Programa de Integração Social (0,65%), Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (3%) e Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (5%).

Todos os impostos foram calculados sobre o faturamento trimestral onde foi aplicada a quantia de R\$ 30.000,00 (trinta mil), vez que o caso exemplo traz a quantia de R\$ 10.000,00 (dez mil) por mês foi multiplicado por 3 para utilizar o valor trimestral no cálculo do lucro presumido.

Ao final dos cálculos, obteve-se a quantia de R\$ 4.899,00 (quatro mil, oitocentos e noventa e nove reais), valor referente ao imposto trimestral devido pela empresa referente à aplicação da tributação pelo lucro presumido.

Tabela 5 – Demonstração Resultado Caso Exemplo

RECEITA OPERACIONAL BRUTA	30.000,00
Prestação de Serviços	30.000,00
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	2.595,00
ISSQN	1.500,00
PIS	195,00
COFINS	900,00
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	27.405,00
(-) CUSTOS DAS VENDAS	18.000,00
Custo dos Serviços Prestados	18.000,00
RESULTADO OPERACIONAL BRUTO	9.405,00
LAIR	9,405,00
(-) Provisão para Imposto de Renda e Contribuição Social Sobre o Lucro	2.304,00
(=) RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	7.101,00

A tabela 5, evidenciou o Resultado líquido do exercício, tributado sobre o lucro presumido. Deste modo o resultado encontrado foi de R\$ 7.101,00 (sete mil, cento e um reais), representa o lucro obtido.

Tabela 6 – Cálculo Lucro Real para *Dropshipping*

Lucro Real			
Impostos	Incidência	Alíquota	Impostos à Recolher
IR	Lucro R\$ 7.725,00	15%	R\$ 1.158,75
CSLL	Lucro R\$ 7.725,00	9%	R\$ 695,25
PIS	Faturamento R\$ 30.000,00	1,65%	R\$ 495,00
COFINS	Faturamento R\$ 30.000,00	7,6%	R\$ 2.280,00
ISS	Faturamento R\$ 30.000,00	5%	R\$ 1.500,00
		TOTAL	R\$ 6.129,00

Fonte: Elaborado pela autora.

Nota: CSLL = Contribuição Social Sobre Lucro Líquido; IR = Imposto de Renda; PIS = Programa de Integração Social; COFINS = Contribuição para Financiamento da Seguridade Social; ISS = Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza

A tabela 6, evidencia a carga tributária do lucro real aplicado ao *Dropshipping*. Nesta tabela foram calculados: IR = Imposto de Renda, CSLL = Contribuição Social Sobre Lucro Líquido, PIS = Programa de Integração Social, COFINS = Contribuição para Financiamento da Seguridade Social; ISS = Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza.

O percentual de aplicado ao Imposto de Renda (IR) foi de 15% sobre o lucro, bem como 9% na Contribuição Social. O Programa de Integração Social (PIS) foi calculado sob a alíquota de 1,65%, Contribuição para Financiamento da Seguridade Social 7,6% e Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (5%).

Tabela 7 – Demonstração Resultado Caso Exemplo

RECEITA OPERACIONAL BRUTA	30.000,00
Prestação de Serviços	30.000,00
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	4.275,00
ISSQN	1.500,00
PIS	495,00
COFINS	2.280,00
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	25.725,00
(-) CUSTOS DAS VENDAS	18.000,00
Custo dos Serviços Prestados	18.000,00
RESULTADO OPERACIONAL BRUTO	7.725
LAIR	7.725
(-) Provisão para Imposto de Renda e Contribuição Social Sobre o Lucro	1.854,00
(=) RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	5.871,00

Por fim, na Tabela 7 é evidenciado a DRE tributada pelo Lucro Real. Foi considerado faturamento Bruto equivalente a R\$ 30.000,00 (Trimestre). Ressalta-se que foi determinada uma dedução de fornecedores de 60% o que correspondeu ao valor de = 6.000/mês e R\$ 18.000,00 (trimestre). Foram deduzidos os tributos e posteriormente os custos das vendas, resultando em Lucro antes do Imposto de renda e contribuição social de R\$ 7.725,00. Aplicadas as respectivas alíquotas do IR e CSLL resultou em lucro líquido do exercício de R\$ 5.871.

Considerando os dados das Tabelas 2, 3, 4, 5, 6 e 7, nota-se que a forma de Tributação Simples Nacional obteve um valor mensal de tributos à pagar de R\$ 1.550,00. Além disso na simulação da forma de tributação pelo Lucro presumido o valor de tributos no trimestre foi de R\$ 4.899,00. Em contrapartida, no lucro real os tributos devidos encontrados foram de R\$ 6.129,00.

Assim, conforme dados apresentados, evidencia-se que o Simples Nacional é a tributação mais vantajosa, explica-se, o Simples Nacional possui pagamento mensal de R\$ 1.550,00, já o Lucro Presumido e Lucro Real foram calculados na modalidade trimestral. Deste modo, podem ser pagos até o último dia útil do mês subsequente ao do encerramento do período de apuração, ou seja, ao se dividir a obrigação tributária do Lucro Presumido e Lucro Real por 3 meses, obtemos o valor mensal do Lucro Presumido de R\$ 1.633,00 e o Lucro Real mensal de R\$ 2.043,00.

Deste modo, o Simples Nacional se mostrou mais vantajoso por caracterizar modalidade com menor carga tributária, conforme caso exemplo. Este resultado corrobora com Silva, Guilherme (2019) que afirma que o planejamento tributário é uma ferramenta eficaz, e quando estudado e aplicado de maneira correta, resulta em real economia de impostos para as empresas, sem infringir a legislação. Assim, através do planejamento tributário é possível que os gestores tenham uma gestão eficaz sobre a carga tributária das empresas e principalmente, consigam aderir ao melhor enquadramento tributário.

O autor SCHROEDER, 2005 afirma que a exigência básica de um projeto de investimento é a geração de retorno econômico, que compense os riscos e os custos de capital envolvidos no investimento. Deste modo será analisado se há viabilidade econômica em atuar no Brasil como prestador de serviços *Dropshipper* enquadrado como sociedade Unipessoal (Sociedade Limitada Unipessoal) tributado pelo Simples Nacional.

#### 4.3 - ANÁLISE VIABILIDADE ECONOMICA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DROPSHIPPING

Para analisar os índices de viabilidade econômica será calculado inicialmente o Fluxo de Caixa (Tabela 7) e posteriormente o PayBack.

Tabela 8 – Cálculo do Fluxo de Caixa (Anual)

Fluxo de Caixa Trimestral	Anual
Saldo Bancário	R\$ 2.000,00
Clientes à Receber	R\$ 120.000,00
Fornecedores	R\$ 72.000,00
Impostos	R\$ 18,600,00
Total	R\$ 31.400,00

Conforme evidenciado na Tabela 8, os valores encontrados no saldo bancário, clientes à receber, fornecedores e tributos foram os dados iniciais do caso exemplo multiplicados por 12 para projetar o valor anual, deste modo, o Fluxo de Caixa projetado Anual totalizou R\$ 33.284,00 (trinta e três mil, duzentos e oitenta e quatro reais).

Deste modo, a partir do valor encontrado do fluxo de caixa projetado anual é possível calcular o Payback, que segundo Lima et al. (2013) é o cálculo que representa o tempo que levará para seu investimento "se pagar". Assim evidencia-se na Tabela 10 o indicador do Payback considerando o investimento inicial e o fluxo de caixa encontrado acima.

Tabela 9 – Cálculo do Payback (Anual)

PayBack = Investimento Inicial / Fluxo de Caixa	
Investimento Inicial	R\$ 2.000,00
Fluxo de Caixa	R\$ 31.400,00
PayBack	0,06 meses

A Tabela 09 demonstrou que existe viabilidade econômica de prestar serviços de *Dropshipper* no Brasil, vez que, evidenciou ser necessário menos de 1 (um mês) para retornar o dinheiro do investimento nos parâmetros do caso exemplo.

Deste modo, a partir do enquadramento da empresa prestadora de serviço na natureza jurídica de sociedade Unipessoal (Sociedade Limitada Unipessoal) e tributada pelo regime do Simples Nacional nos termos do caso exemplo, existe viabilidade econômica para prestar serviços *Dropshipping* no Brasil. Esse resultado corrobora com o estudo de Aguiar et al. (2015) o qual afirma que apesar de toda cadeia de suprimentos priorizar uma eficiência, a adoção do *dropshipping* tende a ser vantajosa para empresas de e-commerce que procuram uma maior competitividade no mercado a partir de uma melhora simultânea na concorrência e também nos lucros almejados.

## 5 CONCLUSÃO

Este estudo objetivou analisar a viabilidade econômica e qual seria a natureza jurídica e o regime tributário ideal para o empresário operar com a atividade de *dropshipping* no Brasil. Nesse sentido foi utilizado uma simulação (caso exemplo) de uma empresa com investimento inicial de R\$ 2.000 (dois mil reais). Essa temática se mostra relevante tendo em vista o momento econômico e político instável vivenciado no ano de 2020, devido a pandemia mundial de Covid-19 e a escassez de trabalho e aumento do desemprego.

Os resultados evidenciaram que a sociedade Jurídica mais vantajosa para atividade de *Dropshipping* é a sociedade Unipessoal (Sociedade Limitada Unipessoal), pois além de não necessitar de capital mínimo para sua abertura ainda não confunde o patrimônio dos sócios com a PJ. Ressalta-se que a segregação de bens é importante pois protege os bens do sócio e caso no futuro haja alguma execução contra a empresa PJ, é mais dificultoso alcançar os bens do sócio Pessoa Física, podendo esta ser enxergada como uma proteção para o empresário.

Além disso, os resultados denotaram por meio da simulação que a tributação pelo simples nacional (tabela 4 e 5) que resultou em tributos a pagar de R\$ 1.550,00 ao mês, lucro presumido (tabela) resultou em tributos à pagar de R\$ 4.899,00 trimestral ou R\$ 1.633,00 ao mês e lucro real (tabela 7), onde resultou em tributos à pagar de R\$ 6.129,00 (seis mil, cento e vinte e nove reais) trimestral ou R\$ 2.043,00 (mil oitocentos trinta reais) ao mês.

Deste modo, o Simples Nacional se mostrou mais vantajoso por caracterizar modalidade com menor carga tributária, conforme caso exemplo. Assim, através do planejamento tributário é possível que os gestores tenham uma gestão eficaz sobre a carga tributária das empresas e principalmente, consigam aderir ao melhor enquadramento tributário.

Sobre a viabilidade econômica, esta ficou evidenciada por meio do cálculo do Payback, o qual evidenciou que foi necessário menos de 1 (um mês) para retornar o dinheiro do investimento nos parâmetros do caso exemplo.

Conclui-se que o enquadramento ideal da empresa prestadora de serviço como *dropshipping* é a natureza jurídica de sociedade Unipessoal (Sociedade Limitada Unipessoal), tributada pelo regime do Simples Nacional. Portanto, existe viabilidade econômica ao prestar serviços *Dropshipping* no Brasil. Esse resultado corrobora com o estudo de Aguiar et al (2015) o qual afirma que apesar de toda cadeia de suprimentos priorizar em seu uma eficiência, a adoção do *dropshipping* tende a ser vantajosa para empresas de e-commerce que procuram uma

maior competitividade no mercado a partir de uma melhora simultânea na concorrência e também nos lucros almejados.

A limitação desta pesquisa está no fato de que esta pode ser aplicada somente ao caso exemplo narrado, outros cenários requerem estudos mais específicos. A segunda limitação desta pesquisa também está no fato de que não foram encontrados estudos relacionados ao enquadramento e da vantagem econômica do *Dropshipping* no Brasil até a data atual, deste modo, as fontes foram escassas. Além disso, sugere-se para pesquisas futuras o levantamento das demais características não abordadas nesta pesquisa, a fim de diversificar os estudos e o enriquecimento em relação à temática.

## REFERÊNCIAS

- ALBERTIN, A. L.; MOURA, R. M. E-commerce nas empresas brasileiras. 2012.
- AGUIAR, Marco Antonio Esteves de et al. Crossdocking e dropshipping aplicado ao e-commerce: um estudo de caso. 2015.
- BALLOU, R. H. Business Logistics Management: Planning, Organizing, and Controlling the Supply Chain; Instructors Manual. **Prentice-Hall**, 1999.
- BIZELLI, João dos Santos; Barbosa, Ricardo. Noções Básicas de Importação. Aduaneiras – Informação sem Fronteiras.
- BRASIL. Decreto nº 6.759, de 5 de fevereiro de 2009. Regulamenta a administração das atividades aduaneiras, e a fiscalização, o controle e a tributação das operações de comércio exterior. Legislação Informatizada. **Diário Oficial, Brasília, DF**, 5 de fev. 2009. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/decreto/d6759.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6759.htm) Acesso em: 04 de Maio 2020.
- BRUN, P. et al. E- marketplaces: crafting a winning strategy. *European Management Journal*, Oxford, v. 20, n. 3, p. 286-298, June 2002.
- CHOPRA, S., MEINDL, P. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Estratégia, Planejamento, e Operação. **Pearson Prentice Hall**, 2003.
- CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter; GONÇALVES, Marilson Alves. Gestão da cadeia de suprimentos: estratégia, planejamento e operações. 2011.
- COUNCIL OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PROFESSIONALS (CSCMP), 2007. Disponível em: <http://www.cscmp.org/Website/AboutCSCMP/Definitions/Definitions> Acesso em 01.05.2020
- CHEONG, Taesu, Mark Goh, and Sang Hwa Song. "Effect of Inventory Information Discrepancy in a Drop-Shipping Supply Chain." *Decision Sciences* 46.1 (2015): 193-213.

DA SILVA, E. L., & Menezes, E. M. (2005). Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. UFSC, Florianópolis, 4a. edição, 123.

EARL, M.; KHAN, B. E-commerce is changing the face of IT. MIT Sloan Management Review, v. 43, n. 1, p. 64, 2001.

Ebit/Nielsen em 2019, 39ª edição. Disponível em <https://www.ebit.com.br/webshoppers>  
Acesso em: 05 de maio de 2020

FAQUIM, David. e HARO, Guilherme. CRIAÇÃO DA FIGURA DA SOCIEDADE LIMITADA UNIPessoal – FIM DA EIRELI? **Encontro de Iniciação Científica – ETIC**, 2019.

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.

FROYK, Robert. **The ABCs of Ecommerce and Dropshipping Success: Practical guide how to start and run a successful online store and ecommerce business**. 2012.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. **São Paulo: Atlas**, 2002.

HENRIQUES, CLÁUDIO; PESSANHA, MAIEROVITCH; VASCONCELOS, WAGNER. Crises dentro da crise: respostas, incertezas e desencontros no combate à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Estudos Avançados**, v. 34, n. 99, p. 25-44, 2020.

HOFELMANN, Anderson. Vender na Internet: Por onde começar? Editora Senac São Paulo, 2019.

HOFSTATTER, H. Redução dos embarques da China para o Brasil e seus impactos. COBERTURA ESPECIAL-BRASIL -CHINA-GEOPOLÍTICA. DefesaNet. 02 de abril de 2020. Brasília.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 2000.

LIMA, J. et al. Propostas de ajuste no cálculo do payback de projetos de investimentos financiados. **CEP**, v. 85, p. 390, 2013.

MACHLINE, Claude. Cinco décadas de logística empresarial e administração da cadeia de suprimentos no Brasil. **Revista de Administração de Empresas**, v. 51, n. 3, p. 227-231, 2011.

MARQUES, A. F. Plano de Negócios para Empresa de Comercio Eletrônico. 2007.

MASCHIO, LUCAS ADRIANO, and Melissa Pereira Monguilhott. "VIABILIDADE DE IMPORTAÇÃO DE GUITARRA POR PESSOA FÍSICA." **Anais da Semana Científica e de Extensão do Centro de Ciências Sociais Aplicadas-Gestão** 7.1 (2019).

NETESSINE, S.; RUDI, N. Supply chain structures on the internet: marketingoperations coordination under drop-shipping. **University of Pennsylvania Working Paper**, 2001.

NOVAES, A. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição. 4ª Edição. Elsevier Brasil, 2004.

NUNES, Samuel Fernandes, Fabio Henrique de Oliveira, and Ary Celso Vacca. "GARGALOS LOGÍSTICOS DE IMPORTAÇÃO: ESTUDO DE CASO EM UM DISTRIBUIDOR FARMACÊUTICO." South American Development Society Journal 5.15 (2020): 34.

PAPST, Elisângela. VIABILIDADE FINANCEIRA OU ECONÔMICA: Estamos avaliando os custos sociais e ambientais de projetos de usinas hidrelétricas no Brasil?. 2014.

SILVA, E. L., MENEZES, E. M. (2000) Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

SILVA, GUILHERME. Planejamento Tributário – Lucro Real, Lucro Presumido e Simples Nacional: um estudo de caso em uma drogaria. 2019

SCHROEDER, Jocimari Tres et al. O custo de capital como taxa mínima de atratividade na avaliação de projetos de investimento. **Revista Gestão Industrial**, v. 1, n. 2, 2005.

TASSABEHJI, R. Applying e-Commerce in Business. 1st ed. London: SAGE Publications Limited, 2003.

TESTA, Mauricio Gregianin; LUCIANO, Edimara Mezzomo; FREITAS Henrique. Comércio Eletrônico: Tendências e Necessidades de Pesquisa. **Revista ANGRAD**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, jan./fev./mar. 2006.

TUMOLO, M. Business-to business exchanges. Information Systems Management, London, v. 18, n. 2, p. 54-62, 2001.

WORLD PAY GLOBAL PAYMENTS REPORT. Disponível em: [http://offers.worldpayglobal.com/rs/850-JOA-856/images/Global\\_Payments\\_Report\\_Portugese.pdf](http://offers.worldpayglobal.com/rs/850-JOA-856/images/Global_Payments_Report_Portugese.pdf) Acesso em: 05 de maio de 2020