

Análise econômica da implantação de uma empresa de *dropshipping* no Brasil

Thiago Naves Araújo

thiagonaraujo@icloud.com

Prof Dr. Ricardo Caetano Rezende

rcrezende@pucgoias.edu.br

Prof Me Santiago Meireles Rocha

santiago@pucgoias.edu.br

Profª Esp. Marlucia Lourdes Alves

marlucia@pucgoias.edu.br

O dropshipping no Brasil vem se consolidando cada vez mais. Neste contexto, o tema da pesquisa caracteriza-se por analisar economicamente a implantação de uma empresa de dropshipping que comercializará camisetas de times de futebol no Brasil. A metodologia proposta consistiu em fazer um diagnóstico do mercado, propor um projeto técnico, levantar as estimativas relevantes e por fim, construir e avaliar o fluxo de caixa. Com o presente trabalho constatou-se que os indicadores escolhidos para a análise de viabilidade do projeto, sendo eles PBD com um resultado de 23,3 meses, VPL a R\$77.094,79, TIR DE 8,4% e IL sendo 7,6, todos tornaram o investimento da abertura da empresa como uma opção viável e promissora.

Palavras-chave: Camisetas, Fluxo de Caixa, Indicadores, Viável.

1. Introdução

De acordo com o especialista de *e-commerce* e marketing digital Neto (2022) *dropshipping* é um modelo em que o vendedor atua como intermediário das vendas pela internet, sem a necessidade de um estoque e nem da logística de enviar os produtos, uma vez que é da responsabilidade do(s) fornecedor(es).

O questionamento para o desenvolver da pesquisa é dado por: É economicamente viável a abertura de um mercado de vendas de camisetas de futebol no modelo de *dropshipping* no Brasil? O trabalho possui como objetivos específicos: fazer o diagnóstico do mercado, propor o projeto técnico para abertura do novo negócio, levantar as estimativas relevantes e construir e avaliar o fluxo de caixa.

Em um artigo disponibilizado pelo Sebrae (2016) aponta que o Brasil é o terceiro país onde se faz mais compras pela internet. Sendo assim, gera uma maior confiança em atuar nesse mercado online. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2020), cerca de 80% das micro e pequenas empresas fecham em menos cinco anos em atuação no mercado. A análise econômica é projetada antes de o negócio ser aberto, para se ter um entendimento dos custos que a empresa terá, as suas receitas e projeções mensais ao longo de um determinado período, de modo a evitar prejuízos com a abertura de uma empresa malsucedida.

2. Referencial teórico

2.1 *E-commerce*

Segundo Gabardo (2015) *e-commerce* é um termo criado nos Estados Unidos, quando empreendedores visionários entenderam que seria possível conectar pessoas e utilizar da força comercial por trás desse universo, para que produtos e serviços pudessem ser oferecidos. Como bem assegura Bhusry (2005), *e-commerce* é um conceito que descreve o processo de compra e venda de produtos, serviços e informações através de uma comunicação via internet.

Sobre o *e-commerce* Novaes (2004) aborda algumas vantagens e desvantagens deste tipo de comércio. Como vantagem, este autor cita a fácil inserção no mercado, uma vez que os produtos ficam imediatamente expostos e a interação rápida e ágil entre vendedores e consumidores. Ressalta ainda as desvantagens desse mercado, compreendidos problemas como fraudes, dificuldade de cobrança de impostos e de proteção da propriedade intelectual, além da falta de confidencialidade e confiança em algumas operações. Vale ressaltar que atualmente sistemas

de dados criptografados estão reduzindo esses problemas significativamente, tornando o meio virtual mais seguro, e gerando assim, maior confiabilidade no cliente.

2.2 Dropshipping

Segundo Gato (2019), *dropshipping* é o recebimento de pedido do cliente final e o envio dessas ordens para o fornecedor, que em nome da empresa, encaminhará o pedido diretamente. A empresa atua como intermediário e não aloja estoque do produto. Castle (2022) assegura que *dropshipping* é um tipo de varejo onde a empresa passa o pedido e detalhes da remessa para um atacadista, e este, tem a tarefa de despachar as encomendas diretamente para o cliente, fazendo com que não seja preciso manter as mercadorias em estoque. O método é interessante, uma vez que, não é preciso a obtenção de um armazém.

As principais vantagens do *dropshipping* de acordo com Hofelmann e Anderson (2019, apud MARINS, 2020) é que a modalidade tende a ser favorável ao fluxo de caixa do lojista, uma vez que não há riscos em adquirir produtos que não tenham saída e margem de lucro geralmente alta por não requerer grandes investimentos em sistema de vendas. As principais desvantagens são: prazo de entrega, geralmente podendo chegar até um mês, pois a maioria dos fornecedores, chamados *dropshippers*, estão localizados nos Estados Unidos e China.

2.3 Análise econômica

Segundo Barros (2021), análise econômica é um detalhamento minucioso dos dados financeiros de uma empresa, servindo de ferramenta auxiliadora na avaliação de condições internas e externas que afetam financeiramente a mesma. Antonik (2016) assegura que análise econômica é uma variação real dos resultados financeiros e das contas contábeis de uma empresa, além da retirada dos efeitos inflacionários. Logo, é importante compreender que a análise econômica seja feita antes mesmo da abertura do projeto em questão, podendo assim, em caso de negatividade, abandonar o projeto e evitar prejuízos.

Laponni (2000) descreve quatro tipos de indicadores da qualidade de um investimento, sendo eles: *payback* descontado (PBD), valor presente líquido (VPL), taxa interna de retorno (TIR) e índice de lucratividade (IL). O mesmo, complementa que o PBD pode ser considerado uma medida do tempo de recuperação do capital investido. Para calcular o PBD, têm se que FCt igual a fluxo de caixa total, k é igual à taxa de desconto e t o período. A Equação 1 é dada por:

$$\sum_{T=0}^{PBD} \left(\frac{FCt}{(1+k)^t} \right) = 0 \quad (1)$$

“O *payback* descontado, do inglês *discounted payback period*, é o número de períodos necessários para retornar os investimentos realizados ou, em outras palavras, o número de períodos necessários para tornar o VPL nulo” (FRANCO; QUINTELLA, 2018, p. 10).

Ainda por Laponni (2000), este descreve o método do VPL como sendo todas as entradas e saídas de dinheiro na data inicial do projeto, descontando os retornos futuros do fluxo de caixa com a taxa de juro k . O modelo matemático utilizado para o cálculo é apresentado na Equação 2, onde têm se FC_t , sendo que o fluxo de caixa, o investimento que é igual a I e o custo de capital representado por K .

$$VPL = I - \sum_{t=1}^N \left(\frac{FC_t}{(1+K)^t} \right) \quad (2)$$

“Taxa interna de retorno é a taxa proporcionada pelo projeto, que remunera o investimento e torna o Valor Presente Líquido de um fluxo de caixa igual a zero” (SOUZA; CLEMENTE, 1999).

Gitman (2010) descreve a TIR como uma taxa de retorno que define quanto a empresa poderá receber se optasse por um determinado projeto. Já Samanez (2009) descreve a TIR como a taxa que torna verdadeira a seguinte Equação 3, sendo que FC_t é igual a fluxo de caixa no período (t), I igual a investimento e TIR a taxa interna de retorno.

$$VPL = I - \sum_{t=1}^N \left(\frac{FC_t}{(1+TIR)^t} \right) \quad (3)$$

O índice de lucratividade (IL), é uma variante do método do NPV (*net present value*) sendo determinado por meio da divisão do valor presente dos benefícios líquidos de caixa pelo valor presente dos desembolsos de capital. Gitman (2004) entende e demonstra que o IL é calculado sendo FC_0 o fluxo de caixa inicial, o FC_t o fluxo de caixa e i igual à taxa mínima de atratividade e descrito na Equação 4:

$$IL = \frac{\frac{FC_t}{1+i^t}}{FC_0} \quad (4)$$

Para a análise do IL, Gitman (2004) estabelece o critério de que se o IL for maior que 1, o projeto deve ser aceite, se o IL for igual a 1, o projeto é indiferente e caso for menor que 1, o projeto não deve ser aceite.

3. Metodologia

3.1 Fazer diagnóstico de mercado

O diagnóstico de mercado é uma parte importante para ser desenvolvida logo após o negócio ser cogitado a ser implantado. A utilização de ferramentas é uma ótima forma para a busca de

um diagnóstico de mercado mais completo. Neste estudo foi feita uma análise do ramo, uma segmentação de mercado de modo a entender melhor qual o público-alvo do negócio, um estudo dos concorrentes agregando requisitos para obter diferenciais e um estudo dos fornecedores.

Análise do ramo: foi realizado um estudo para entender o mercado de *dropshipping* no Brasil e então concluir se é um risco que pode valer a pena, além de entender a demanda dos produtos que serão comercializados.

Segmentação de mercado: foi concluído de modo a identificar e enxergar a divisão dos consumidores com clareza. Algumas características a serem utilizadas para categorizar o público-alvo: localização, gênero, faixa etária e lazer. A segmentação vai ser importante porque com ela se pode fazer o *marketing* com tráfego pago e a divulgação dos produtos para atingirem o público-alvo de uma maneira mais certa.

Estudo de concorrentes: uma análise comparando os preços praticados pelos concorrentes foi realizada com o intuito de se ter uma ideia do posicionamento no mercado diante delas. Isso possibilitou uma visão das oportunidades e necessidades de melhorias no mercado.

Estudo dos fornecedores: foi realizada uma avaliação dos fornecedores para evitar prejuízos e imprevistos durante o pedido e a entrega, além de verificar a qualidade da gestão de estoque e do produto.

3.2 Propor projeto técnico

Para abertura do negócio, deve-se o necessário para que este comece seu funcionamento. No caso do estudo em questão que é para abertura de um modelo de negócio online, têm-se os materiais pré-operacionais e os físicos. A princípio, com os materiais pré-operacionais, tem-se a compra do domínio, que no caso é o site por onde serão comercializados os produtos, o tráfego pago, que são os anúncios feitos em mecanismos de busca e os gastos com a regulamentação da empresa.

Com outros gastos previstos, tem-se o aluguel do imóvel onde a empresa funcionará, e dentro deste pode-se citar a energia e água, e a compra do material para que tudo possa estar funcionando, que incluem computadores, celular e bebedouro.

3.3 Levantar as estimativas relevantes

Visando a rentabilidade do projeto, as estimativas têm o intuito de avaliar e calcular os custos, investimentos e receitas fundamentadas nas evidências existentes, são elas investimento inicial, receitas, valor residual, custos, capital de giro e taxa mínima de atratividade.

3.4 Construir e avaliar o fluxo de caixa

Com o levantamento das estimativas relevantes realizado, tem-se a construção do fluxo de caixa. O modelo utilizado baseia-se a partir da proposta de Lapponi (2007), adaptado ao sistema em estudo com a intenção de utilizar alguns indicadores como o PBD, VPL, TIR e IL. É com a construção do fluxo e a análise desses indicadores que a viabilidade da empresa será ou não aceita, e com isso, a decisão de continuar ou abandonar o projeto.

4. Etapas da pesquisa

4.1 Diagnóstico de mercado

Inicialmente, foi realizada uma análise do ramo e segmentação de mercado. Inicialmente partiu do princípio de entender o produto a ser comercializado e o público-alvo. Em um estudo realizado por Mauro et. al (2017) com o tema sobre os motivos pelas quais os consumidores compram camisas de futebol, foi concluído que estes demonstraram que em relação ao preço do produto, 69% dos entrevistados afirmaram que a camisa oficial é cara. Relacionando esse fato, com o crescimento e a grande oferta de produtos hoje disponível no mercado, 90% afirmaram que não pode ou não optam por comprar a camisa oficial.

Após uma análise feita a partir do trabalho desenvolvido por Hélio et. al (2017) com o tema “Características do mercado e tipos de consumidores do futebol brasileiro“, foi criado o perfil sociodemográfico e assim, definido como alvo para o tráfego pago uma série de segmentações, estudadas e divididas em quatro partes e desenvolvidas no site de ferramentas Miro. A segmentação se destaca por um público majoritariamente masculino, de 18 a 58 anos, que mora no Brasil, frequenta estádios de futebol e faz uso contínuo de redes sociais.

Posteriormente, foram analisadas lojas totalmente *online* como a “FutFanatics”, “MantosDeTime” e “DoentesPorFutebol” que possuem preços com uma variação de até no máximo 10% do que se comercializará, e todas tiveram mais de um milhão de visitas nos meses de julho a setembro de 2022, consoante a plataforma “Similar Web”, que faz registro de uma série de empresas. Foi então entendido, que se tem um potencial grande e que o mercado para esse nicho é amplo e tem espaço para novos empreendedores. É sabido que para que a empresa possa render ao máximo, tem que se fazer um investimento em *marketing* de tráfego pago e certo em relação à segmentação proposta, uma vez que é com ela que um cliente em potencial localizará a empresa e fará a compra do produto.

Em relação aos fornecedores, foi feito um estudo com uma série de fornecedores encontrados na *Ali Express*, atualmente o melhor site para encontro de empresas que gostam de atuar em outros países por meio do *dropshipping*. Analisou-se as respostas de clientes que compraram com os fornecedores em questão, afinando assim, para três fornecedores em potencial, dois da Tailândia e um da China.

Entrou-se em contato com os três fornecedores focado em três principais “frentes”: preço, tempo de entrega e facilidade de comunicação. A título de teste, foram compradas duas camisetas, das seleções do Brasil e Argentina, de cada um dos três fornecedores de modo a ter a própria experiência com cada um deles. Um dos fornecedores da Tailândia destacou-se em duas frentes, com um tempo de entrega melhor de três semanas, contra um mês dos outros dois fornecedores e um preço de 70,00 reais por unidade contra 75,00 e 90,00 do outro da Tailândia e China, respectivamente. Em relação à comunicação, os três conseguem se ter uma comunicação rápida através do aplicativo *WhatsApp*, o que fez com que essa “frente” fosse descartada como meio de definição.

4.2 Projeto técnico

Foi necessário uma série de fatores e custos a serem calculados e estimados. Pode-se citar a compra do domínio do site e o dinheiro que será gasto diariamente com o tráfego pago. Mesmo sendo uma empresa totalmente online tem-se que contabilizar gastos previstos mensalmente como aluguel do imóvel onde os sócios ficarão instalados, e com isso tem-se energia e água, além dos materiais de infraestrutura como computadores e celular.

O site funcionará 24h todos os dias da semana, sendo uma vantagem ao ter como uma empresa online, e os sócios (constituídos por três pessoas) são os únicos funcionários da empresa, e trabalharão nos dias de semana (de segunda a sexta) pela tarde (14h – 18h) e sábado de manhã (8h – 12h), tendo o papel de levantar tudo que foi consumido no(s) dia(s) anterior(es) e fazer o(s) pedido(s) junto ao fornecedor definido. O local de trabalho considera a facilidade e o custo do mesmo e se instalará em um escritório alugado no Shopping Plaza D’oro localizado na Avenida Milão em Goiânia-GO. O local constitui 32m² e já possui mesas, cadeiras e ar-condicionado, que estão inclusos no preço do aluguel de 1000,00 reais, e não é cobrado despesas de condomínio.

Para adquirir, os sócios terão de fazer um investimento em dois computadores, um celular com chip e um bebedouro. A água e energia será calculada normalmente com o gasto pelos mesmos e efetuando o pagamento mensalmente. Em relação ao investimento em marketing tráfego pago foi definido um valor diário de 100,00 reais diário pela plataforma de tráfego do Google, o

“Google Ads” e um valor de 80,00 diário para a plataforma de tráfego do “Facebook”.

4.3 Estimativas relevantes

4.3.1 Investimento inicial:

Para o projeto inicial os investimentos foram destinados aos equipamentos necessários de infraestrutura que foram chamados gastos fixos e os gastos com a criação e desenvolvimento do site, nomeados como pré-operacionais, como demonstra a tabela a seguir.

Tabela 3 – Investimento Inicial

Fixo (infraestrutura)	Quantidade	Valor Total	Pré Operacional	Valor Total
Aluguel	1	R\$ 1.000,00	Domínio (nome)	R\$ 40,00
Internet	1	R\$ 99,00	Shopify (site)	R\$ 69,19
Computador	2	R\$ 3.199,98	Regulamentação	R\$ 1.500,00
Celular com chip	1	R\$ 999,00	Subtotal	R\$ 1.609,19
Limpeza	1	R\$ 75,00		
Bebedouro	1	R\$ 399,99		
Iptu	1/12	R\$ 90,00		
Subtotal		R\$ 5.862,97		
		Investimento Total:	R\$ 7.472,16	

Fonte: Próprio autor, 2022

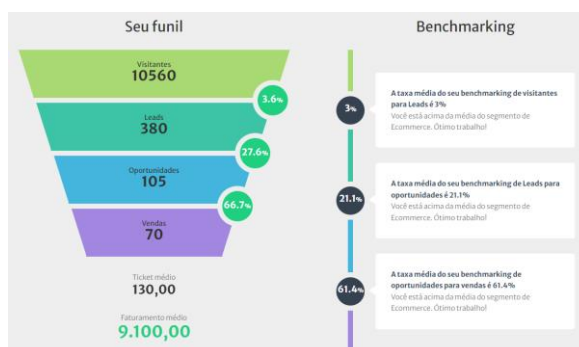
Pode-se perceber que foram feitas algumas aquisições como computadores, celular e bebedouro para a sala onde os sócios trabalharão. Sobre a regulamentação, esta foi definida como o gasto com a regulamentação da empresa, proposta e aceita pelo escritório de contabilidade da “Planning”, localizada em Goiânia. O site foi criado na plataforma da Shopify e tem um valor de 69,19 reais segundo a cotação do dólar no dia de 20 de setembro de 2022. Foi totalizado para o investimento inicial um valor de R\$ 7.472,16.

4.3.2 Receitas:

Primeiro, foi focado em encontrar um “valor base”, e para sua maior assertividade, utilizou-se de ferramentas. Foi constatado nas plataformas de tráfego “Google Ads” e “Facebook”, qual a quantidade de pessoas que seriam levadas ao site conforme o valor investido nessas plataformas.

Neste caso, com os investimentos citados, os cliques representam visitantes no site. Tendo assim, uma média de 4560 visitantes no site apenas com a plataforma do “Google Ads”, e pelo Facebook, os visitantes no site são representados por “curtidas na página”, contabilizando assim, mais 6000 visitantes através desta plataforma, finalizando com um total de 10560 visitantes totais. Através da Plataforma “Resultados Digitais”, consegue-se fazer um funil de vendas e comparar com a média do Brasil em relação à e-commerce, chegando aos seguintes valores, conforme na Figura 3 abaixo:

Figura 3 – Funil de Vendas



Fonte: Similar Web, adaptado pelo autor (2022)

Os visitantes são representados por pessoas que acessaram o site. Leads são a quantidade de pessoas que colocaram algum ou mais itens no carrinho. Oportunidades são pessoas que avançaram com a compra, porém nem todas são concretizadas, pois muitos geram boletos e não o pagam. E por fim, vendas é representado por quantidade de pessoas que realmente efetuaram uma compra. Percebe-se que os valores estão bem próximos à média, validando assim a projeção.

Foi considerado um percentual de 50% das vendas com tráfego pago, em tráfego orgânico (quando não se utiliza dinheiro) em redes sociais como “Instagram, TikTok e Twitter”. As vendas representadas na figura 3 são quantidades de pessoas que compraram, e não quantidade de itens. A quantidade de produtos por pessoa foi estabelecida como sendo 1,5 itens por pessoa, ou seja, o tráfego pago mais o tráfego orgânico, multiplicado por 1,5 itens, tem se um total de 158 camisetas por mês, totalizando assim o valor base. Cada camiseta com o preço de venda estabelecido e fixado em R\$130,00.

O mercado de futebol possui sazonalidades devido ao início das competições. O calendário europeu difere do calendário brasileiro, tendo assim dois picos de vendas em cada ano, agosto e fevereiro, respectivamente. Os picos são nos meses em que as competições se iniciam, pois é quando os times lançam as suas camisas novas para a temporada e faz com que as vendas sobem. Foi estabelecido um aumento de 25% nos meses de início da temporada europeia e 20% no da temporada nacional. Tem-se a particularidade da Copa do Mundo, que se contabilizou um acréscimo de 30% no primeiro mês e 25% no segundo mês, conforme na Tabela 5 abaixo:

Tabela 5 - Previsão de Receitas em R\$ para 60 meses

Mês	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Jan		R\$ 20.293,52	R\$ 24.352,22	R\$ 29.222,67	R\$ 35.067,20	R\$ 42.080,64
Fev		R\$ 24.648,00	R\$ 29.577,60	R\$ 35.493,12	R\$ 42.591,74	R\$ 51.110,09
Mar		R\$ 19.718,40	R\$ 23.662,08	R\$ 28.394,50	R\$ 34.073,40	R\$ 40.888,07
Abr		R\$ 19.324,03	R\$ 23.188,84	R\$ 27.826,61	R\$ 33.391,93	R\$ 40.070,31
Mai		R\$ 18.937,55	R\$ 22.725,06	R\$ 27.270,07	R\$ 32.724,09	R\$ 39.268,91
Jun		R\$ 18.558,80	R\$ 22.270,56	R\$ 26.724,67	R\$ 35.540,36	R\$ 38.483,53
Jul		R\$ 18.187,62	R\$ 21.825,15	R\$ 26.190,18	R\$ 33.763,34	R\$ 37.713,86
Ago		R\$ 25.675,00	R\$ 30.810,00	R\$ 36.972,00	R\$ 44.366,40	R\$ 53.239,68
Set		R\$ 20.540,00	R\$ 24.648,00	R\$ 29.577,60	R\$ 35.493,12	R\$ 42.591,74
Out		R\$ 20.129,20	R\$ 24.155,04	R\$ 28.986,05	R\$ 34.783,26	R\$ 41.739,91
Nov	R\$ 26.702,00	R\$ 19.726,62	R\$ 23.671,94	R\$ 28.406,33	R\$ 34.087,59	
Dez	R\$ 25.366,90	R\$ 19.332,08	R\$ 23.198,50	R\$ 27.838,20	R\$ 33.405,84	

Fonte: Próprio autor (2022)

Para o levantamento de receitas considerou se algumas particularidades. Nos meses de pico, destacados na tabela 5, tem-se um aumento variando de 20 a 30% do valor base. Estabeleceu uma queda de 20% no mês subsequente a um mês de pico e a partir do segundo mês, uma queda de 2% em relação ao mês anterior até que se chegue a um novo mês de pico. Considerou se, também, um aumento de 20% nos meses de pico de um ano para o ano seguinte, e assim, continuou se com a mesma proposta de redução de 20% no próximo mês e 2% nos meses seguintes. O aumento anual se dá devido à fidelidade de clientes e um crescimento da empresa.

4.3.3 Valor residual:

O valor residual representa o valor de um ativo que sofre depreciação ao final da sua vida útil (ou ao fim do horizonte de planejamento, a depender da vida útil), encontrado a partir da depreciação dos equipamentos ao longo de 60 meses.

Todos os materiais adquiridos se depreciarão por completo ao longo dos 60 meses, porém o celular terá que fazer uma nova compra no mês 31 e o bebedouro necessita trocar o refil ano após ano, entrando como investimentos no fluxo de caixa final.

4.3.4 Custos:

A presente empresa encontrará custos todos os meses, sejam eles fixos ou variáveis. Os custos variáveis foram chamados de operacionais e estão totalmente interligados a quantidade de camisetas vendidas, como demonstra a seguir na Tabela 6:

Tabela 6 – Custos divididos

Custos de Infraestrutura (fixos)		Custos Operacionais	
Relacionados	Valor Total	Relacionados	Valor total
Aluguel	R\$ 1.000,00	(1) Shopify (site)	R\$ 69,19
Internet	R\$ 99,00	(2) Tráfego pago	R\$ 5.400,00
Chip de celular	R\$ 50,00	(3) Camisetas	X n° vendas * 70
Material de limpeza	R\$ 100,00	(4) % do shopify	1,5% faturamento
Iptu 1/12	R\$ 90,00	(5) % para mercado pago	4,49% faturamento
Contador (Manutenção CNPJ)	R\$ 400,00		
Água	R\$ 28,00		
Energia	R\$ 40,00		
Subtotal	R\$ 1.807,00	Subtotal	R\$ 5469,19 + (3) + (4) + (5)

Fonte: Próprio autor (2022)

O custo da camiseta é fixo em 70,00 reais por unidade já definido com o fornecedor. O Shopify cobra uma taxa de 69,19 por mês, além de 1,5% sobre o faturamento. O Mercado Pago cobra uma taxa de 4,49% sobre o faturamento. Com os dados de quantidade de camisetas vendidas por mês, consegue se obter esses números que somados com R\$ 5469,19 tem-se o valor de custos operacionais. Enquanto os custos com Infraestrutura são melhores definidos. Gera se assim, a tabela mês a mês de custos totais.

Tabela 7 – Previsão de custos totais em R\$

Mês	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Jan		R\$ 19.520,52	R\$ 21.969,39	R\$ 24.908,02	R\$ 28.434,39	R\$ 32.666,03
Fev		R\$ 22.147,85	R\$ 25.122,18	R\$ 28.691,37	R\$ 32.974,41	R\$ 38.114,05
Mar		R\$ 19.173,51	R\$ 21.552,98	R\$ 24.408,34	R\$ 27.834,77	R\$ 31.946,48
Abr		R\$ 18.935,57	R\$ 21.267,44	R\$ 24.065,69	R\$ 27.423,59	R\$ 31.453,08
Mai		R\$ 18.702,38	R\$ 20.987,62	R\$ 23.729,90	R\$ 27.020,65	R\$ 30.969,54
Jun		R\$ 18.473,86	R\$ 20.713,39	R\$ 23.400,83	R\$ 28.719,88	R\$ 30.495,67
Jul		R\$ 18.249,90	R\$ 20.444,65	R\$ 23.078,34	R\$ 27.647,69	R\$ 30.031,28
Ago		R\$ 22.767,50	R\$ 25.865,76	R\$ 29.583,67	R\$ 34.045,17	R\$ 39.398,97
Set		R\$ 19.669,24	R\$ 22.147,85	R\$ 25.122,18	R\$ 28.691,37	R\$ 32.974,41
Out		R\$ 19.421,38	R\$ 21.850,41	R\$ 24.765,26	R\$ 28.263,07	R\$ 32.460,45
Nov	R\$ 23.387,15	R\$ 19.178,47	R\$ 21.558,93	R\$ 24.415,48	R\$ 27.843,33	
Dez	R\$ 22.581,60	R\$ 18.940,43	R\$ 21.273,27	R\$ 24.072,69	R\$ 27.431,99	

Fonte: Próprio autor (2022)

4.3.5 Capital de giro:

Para se ter um fluxo de caixa saudável deve-se investir de forma saudável, sendo assim, a empresa tem grandes oportunidades dar certo. O capital de giro foi definido analisando Lapponi (2007) que diz que é uma fração destinada para financiar vendas a prazo e estoque de produtos acabados. Da mesma forma, Sebrae (2017) define o capital de giro sendo em torno de 50 a 60% dos ativos da empresa. Estes citados consideraram empresas com estoque. Com isso, o capital de giro foi definido como 10% da receita mensal, e o investimento em capital de giro como sendo 10% da primeira receita do prazo de análise e depois um reajuste mensal de 10% deste valor investido no mês zero.

4.3.6 Taxa mínima de atratividade (TMA):

A lei que regulamenta o simples nacional é definida como sendo: Lei complementar N°123, de 14 de dezembro de 2006. O melhor CNAE para este mercado de *dropshipping* foi definido como o código 7490-1/04, que se refere a “atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários”.

Conforme o Banco Central (2022), na data de 25 de setembro, a taxa Selic está com variação de 13,75% e inflação de 4,63%. Se tratando de um mercado sem muitos riscos, uma vez que não se tem estoque e o investimento inicial é baixo, os riscos ficaram a 1,62%. Segundo Ferreira

(2012) a TMA é formada pela soma de três índices: risco do negócio, custo de oportunidade e a liquidez. A análise desses índices pode variar de forma independente de projeto para projeto. Definiu-se então, uma TMA de 20% ao ano ou 1,66% ao mês. As alíquotas mensais foram definidas de acordo com o anexo 1 da tabela do simples nacional de 2018.

4.4 Fluxo de caixa e análise

A partir dos dados levantados na seção anterior, pode-se construir o fluxo de caixa para acompanhamento mensal e a avaliação da viabilidade. Com previsões mensais demonstrada descreve os valores dos 60 meses em análise, como segue a Tabela 8 abaixo:

Tabela 8 – Fluxo de caixa de 60 meses em R\$

Investimento	-R\$ 7.472,16					
Alíquota mensal		5,45%	5,40%	5,25%	6,66%	6,70%
	out/22	nov/22	dez/22	jan/23	set/27	out/27
Receita (+)		R\$ 26.702,00	R\$ 25.366,90	R\$ 20.293,52	R\$ 42.591,74	R\$ 41.739,91
Receita anual média		R\$ 320.424,00	R\$ 312.413,40	R\$ 289.449,68	R\$ 487.723,53	R\$ 494.680,18
Impostos (-)		-R\$ 1.454,25	-R\$ 1.369,48	-R\$ 1.064,97	-R\$ 2.835,85	-R\$ 2.795,82
Custos (-)		-R\$ 23.387,15	-R\$ 22.581,60	-R\$ 19.520,52	-R\$ 32.974,41	-R\$ 32.460,45
Depreciação Equipamento		-R\$ 91,67	-R\$ 91,67	-R\$ 91,67	-R\$ 91,67	-R\$ 91,67
FCO		R\$ 1.860,60	R\$ 1.415,82	-R\$ 291,97	R\$ 6.781,48	R\$ 6.483,65
CG		R\$ 2.670,20	R\$ 2.536,69	R\$ 2.029,35	R\$ 4.259,17	R\$ 4.173,99
Investimento em CG	-R\$ 2.670,20	R\$ 133,51	R\$ 507,34	-R\$ 435,45	R\$ 85,18	R\$ 4.173,99
VR						R\$ 0,00
FC	-R\$ 10.142,36	R\$ 1.994,11	R\$ 1.923,16	-R\$ 727,42	R\$ 6.866,66	R\$ 10.657,64
Taxa Requerida	1,66%					
VPL	R\$ 77.094,79					
TIR	8,4%					
IL	7,6					
PBD(VP)	23,3					

Fonte: Próprio autor (2022)

4.4.1 Análise do fluxo de caixa

Para estabelecer a viabilidade do projeto, é realizada a análise dos valores definidos pelo Fluxo de Caixa por meio da aplicação dos indicadores. Após efetuar os valores obtidos nas fórmulas definidas na seção 2.3 Análise Econômica, através da ferramenta Excel, com um investimento inicial de R\$ 7.472,16 o VPL ao final dos 60 meses de projeto será de R\$ 77.094,79 com uma taxa requerida mensal de 1,66% a.m. Nesta conjuntura, a TIR ficou de 8,4% e o IL de 7,6, o que representa que para cada um real investido, ganha-se R\$ 7,60 em cima desse valor.

Segundo o VPL, o investimento será completamente ressarcido e o custo de oportunidade será pago. Pela TIR de 8,4% a taxa requerida ficou favorável, indicando um lucro muito maior que o investimento inicial. O tempo do PBD se concluiu em 23,3 meses, ou seja, o retorno é em pouco menos de dois anos.

Vale ressaltar que o fluxo de caixa obteve mais de uma alteração de sinal em seu fluxo de caixa, sendo assim, teve de ser usado a regra de Descartes e Norstrom para validar a TIR e os outros

indicadores. O resultado foi que o fluxo de caixa, apresentado pela Tabela 8, possui apenas uma TIR e então validando os valores dos indicadores utilizados.

Baseando-se nesses indicadores, sugere-se que o projeto seja aceito.

5. Conclusões

Conclui-se que o objetivo do trabalho, definido como o estudo da viabilidade econômica da abertura de uma empresa de *dropshipping* no Brasil, foi concluído com sucesso e positivamente. Construiu-se um fluxo de caixa com uma análise de projeção de 60 meses e os indicadores mostraram ser sim economicamente viável a abertura da empresa em questão, visto que os parâmetros escolhidos mostraram projeções otimistas.

O VPL apresentado com um valor de R\$ 77.094,79 atingiu números expressivos se tratando de uma empresa que não apresenta tantos riscos. A TIR foi outro parâmetro que se destacou chegando a 8,4%, sendo assim um valor que indica a viabilidade do negócio uma vez que esta é maior que o valor da taxa requerida mensal de 1,66%. O valor do PBD foi de aproximadamente 23 meses, indicando o valor de retorno de todo o capital investido neste tempo de análise. O índice de lucratividade ficou como 7,6, sendo assim maior que o 1 proposto, e desta forma, aceitando o projeto por meio também deste indicador.

Para trabalhos futuros, sugere-se estudar a viabilidade da busca de um mix maior de produtos, mesmo que sendo do mesmo nicho, como por exemplo, shorts, calças e blusas de frio de times de futebol. É interessante também, entender a ampliação do mercado para outros esportes, como futebol americano e basquete. Após entender a dinâmica de impostos e sua viabilidade, um outro ponto que pode ser destacado é trabalhar com uma entrega internacional, ampliando para clientes de fora do Brasil e expandindo cada vez mais.

REFERÊNCIAS

Anúncios do Google. Conquiste mais clientes com publicidade on-line. Disponível em: <https://ads.google.com/intl/pt_BR/home/?pli=1>. Acesso em: 30 nov. 2022.

Aprenda a calcular o capital de giro da sua empresa. SEBRAE, [s. l.], 17 de dez. 2014. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/aprenda-a-calculer-o-capital-de-giro-da-sua-empresa,152038ccdf25a410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 15 set. 2022.

CODA, Roberto. et. al. **Torcedor/consumidor na compra do produto camisa de time de futebol: uma avaliação dos motivos da compra.** Globalização e internacionalização de empresas, [s. l.], 2007. Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/10semead/sistema/resultado/trabalhosPDF/355.pdf>>. Acesso em: 15 de set. 2022.

CUNHA, Júlio Araujo Carneiro. et. al. **Características do mercado e tipos de consumidores do futebol brasileiro.** Simpósio Internacional de Projetos, Inovação e Sustentabilidade, São Paulo, 14 de nov. 2017. Disponível em: <<https://singep.org.br/6singep/resultado/581.pdf>>. Acesso em: 30 de set. 2022.

DROP shipping: o que é, quais as vantagens e por onde começar. Blog locaweb, [s. 1.], 28 jan. 2020. Disponível em: <<https://blog.locaweb.com.br/temas/como-vender-mais/drop-shipping-o-que-e-quais-as-vantagens-e-por-onde-comecar/>>. Acesso em: 17 abr. 2022.

Facebook. ADS Manager. 2022. Disponível em: <https://web.facebook.com/ads/manager/accounts/?ref=fb4b_adsmanager&_rdc=1&_rdr>. Acesso em: 30 nov. 2022.

FEUSER, Carlos Eduardo; PONTES, Ronaldo. **Finanças para não financeiros.** Rio de Janeiro: FGV Editora, 2021.

GITMAN, Lawrence. **Princípios de Administração Financeira.** 10ª edição. São Paulo: Editora Pearson Education, 2004.

Google Trends. Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/explore?geo=BR&q=CAMISA%20DE%20FUTEBOL>>. Acesso em: 30 out. 2022.

GUAREZI, Eduardo; LAGUNA, Alexsandro. **O modelo de negócios dropshipping: um estudo de caso da Shopify, plataforma de E-commerce.** Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

LAPPONI, J. C. **Projetos de investimento na empresa.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MARINS, Aline. **A viabilidade econômica e o enquadramento do dropshipping no brasil.** Pontifícia Universidade Católica de Goiás, [s. 1.], 2020.

MATA, Mauro. **Análise de viabilidade econômica da produção de leite através do processo de ordenha balde ao pé em um sistema de confinamento semi-intensivo.** Pontifícia Universidade Católica de Goiás, [s. 1.], 2018.

MOUSINHO, André. **Dropshipping: saiba o que é, como funciona e por onde começar.** Resultados digitais, [s. 1.], 22 fev. 2022. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/dropshipping/#:~:text=Benef%C3%ADcios%20de%20trabalhar%20com%20dropshipping,modelo%20de%20intermedia%C3%A7%C3%A3o%20de%20vendas>>. Acesso em: 14 abr. 2022.

NETO, Antenor. **O que é Dropshipping: aprenda como funciona, como fazer e comece o seu em 2022!** Escola de E-commerce, [s. 1.], 5 fev. 2022. Disponível em: <<https://www.escoladeecommerce.com/artigos/o-que-e-dropshipping/>>. Acesso em: 12 abr. 2022.

Procura por ‘camisa do Brasil’ tem aumento de 232% no Google. Show de camisas [s. 1.], 2018. Disponível em: <<https://www.showdecamisas.com.br/2018/06/procura-por-camisa-do-brasil-tem.html>>. Acesso em: 29 de set. 2022.

REZENDE, Ricardo. **Métodos de payback.** Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiás [s. d.]. Disponível em: <<http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/6852/material/03%20-%20Payback.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2022.

REZENDE, Ricardo. **Valor presente líquido.** Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiás, [s. d.]. Disponível em: <<http://professor.pucgoias.edu.br/sitedocente/admin/arquivosUpload/6852/material/02%20-%20Valor%20Presente%20L%C3%ADquido.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2022.

ROCHA, Isabel. **Estas são as 4 contas que você deve fazer antes de abrir um negócio.** Exame, [s. 1.], 1 fev. 2022. Disponível em: <<https://exame.com/btg-insights/4-contas-que-voce-deve-fazer-antes-de-abrir-um-negocio/>>. Acesso em: 28 mar. 2022.

RODRIGUES, Wildy. **Estudo de viabilidade econômica para abertura de uma cafeteria gourmet.** Pontifícia Universidade Católica de Goiás, [s. 1.], 2021.

Tráfego do Site. Verifique e Análise Qualquer Site. 2022. Disponível em: <<https://www.similarweb.com/pt/>>. Acesso em: 30 nov. 2022.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
GABINETE DO REITOR

Av. Universitária, 1369 • Setor Universitário
Caixa Postal 88 • CEP 74605-010
Goiânia • Goiás • Brasil
Fone: (52) 3246.1000
www.pucgoias.edu.br • reitoria@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

ANEXO I

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante _____ THIAGO NAVES ARAUJO _____
do Curso de _ ENGENHARIA DE PRODUÇÃO _, matrícula _ 2018.2.0039.0019-4 _,
telefone: _ (62)9-9969-2161 _ e-mail _ thiagonaraujo@icloud.com _____,
na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei
dos Direitos do Autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás)
a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
_____”Análise econômica de uma empresa de *dropshipping* no
Brasil” _____, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5
(cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial
de computadores, no formato especificado (Texto(PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som
(WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da
área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção
científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, _ 21 _ de _ setembro _ de _ 2022 _.

Assinatura do autor: _____

Nome completo do autor: _____ THIAGO NAVES ARAUJO _____

Assinatura do professor-orientador: _____

Nome completo do professor-orientador: _____ RICARDO CAETANO REZENDE _____