

JNT - FACIT BUSINESS AND TECHNOLOGY JOURNAL ISSN: 2526-4281 - QUALIS B1



**A MIGRAÇÃO DA LOGÍSTICA FÍSICA PARA
ONLINE COM FOCO NO MODELO
DROPSHIPPING: UM ESTUDO NA EMPRESA
C2S NEGÓCIOS LTDA**

**THE MIGRATION FROM PHYSICAL
LOGISTICS FOR ONLINE FOCUSING ON THE
DROPSHIPPING MODEL: A STUDY IN THE
COMPANY C2S NEGÓCIOS LTDA**

Maria Victoria Ribeiro CARDOSO
Faculdade Católica Don Orione (FCDO)
E-mail: mvrc_23@hotmail.com

Edelvar Vicente RIPPEL
Faculdade Católica Don Orione (FCDO)
E-mail: edelvar@catolicaorione.edu.br



RESUMO

Um mercado competitivo e as dificuldades financeiras de se manter neste mercado de forma física têm conduzido muitos a buscar atuação como *dropshipping*. Serão apresentados no presente trabalho, conceitos e dados coletados em um estudo de caso da empresa C2S, que percebeu a vantagem em realizar transações com baixo custo, bem como, a viabilidade econômica e aceitação no mercado. O objetivo é analisar a migração da logística física para online, com foco no modelo Dropshipping. A pesquisa será exploratória, que envolve o levantamento bibliográfico e um estudo de campo junto à empresa C2S, por onde serão realizadas observações diretas das atividades da empresa, assim como o levantamento de dados.

Palavras-chave: Dropshipping. Inovação. Migração. Mercado.

ABSTRACT

A competitive market and the financial difficulties of maintaining this market physically have led many to seek work as dropshipping. Concepts and data collected in a case study of the company C2S will be presented, which realized the advantage of carrying out transactions with low cost, as well as the economic feasibility and acceptance in the market. The objective is to analyze the migration from physical to online logistics, focusing on the Dropshipping model. The research will be exploratory, which involves a bibliographic survey and a field study with the C2S company, through which direct observations of the company's activities will be carried out, as well as data collection.

Keywords: Dropshipping. Innovation. Migration. Innovation. Marketplace.

INTRODUÇÃO

O capitalismo é um sistema econômico que visa o lucro e acúmulo de riquezas, baseando-se na propriedade privada dos meios de produção, esse sistema tem gerado o crescimento acelerado das tecnologias e também ampliado o acesso à internet, consequentemente a expansão do mercado desta forma o meio digital tem ganhado cada dia mais espaço e se tornado um instrumento essencial.

Maria Victoria Ribeiro CARDOSO; Edelvar Vicente RIPPEL. A MIGRAÇÃO DA LOGÍSTICA FÍSICA PARA ONLINE COM FOCO NO MODELO DROPSHIPPING: UM ESTUDO NA EMPRESA C2S NEGÓCIOS LTDA. JNT- Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. ISSN: 2526-4281 <http://revistas.faculdefacit.edu.br>. E-mail: jnt@faculdefacit.edu.br. 2022. FLUXO CONTÍNUO. Ed. 34. V. 1. Págs. 324-339.

Assim, para conquistar mais espaço no mercado competitivo, a internet e todos os instrumentos pertinentes são importantes, onde perder tempo é visto como algo negativo, isso porque as pessoas com rotinas aceleradas querem ter o mínimo de prejuízo de tempo. Assim, aqueles que criam ou seguem novas alternativas para facilitar a comercialização de produtos e serviços têm ganhado espaço no mundo atual.

Coelho, Oliveira e Alméri (2013) nos ensinam que “[...] os avanços tecnológicos, a globalização e o crescimento de número de usuários da internet possibilitaram o rápido crescimento do comércio eletrônico, também conhecido como e-commerce”. Aqui a consciente viabilidade econômica abriu espaço para empreendedores como *dropshipper*.

Com a realidade de um mercado competitivo e as dificuldades financeiras de se manter neste mercado de forma física mais comerciantes se questionam sobre o uso e a atuação do *dropshipping*. Segundo Chiang e Feng (2009 *apud* MARTINS, 2020, p.10) “dropshipping é um acordo pelo qual um varejista online recebe os pedidos dos clientes e solicita os produtos a um fornecedor que os envia diretamente ao consumidor final”.

Essa modalidade é relevante, já que o mercado tem se tornando extremamente competitivo ao longo dos anos, comerciantes, empresas e empreendedores têm buscado acompanhar as necessidades daqueles que estão inseridos nesta realidade contemporânea, onde o cenário tem mudado muito, e somente aqueles que buscam se atualizar estão conseguindo sobreviver. Essas dificuldades têm se agravado com o enfrentamento da pandemia da COVID-19, uma crise que tem atingido a realidade sanitária, ambiental, econômica e política.

Atualmente, o dropshipping tem sido uma modalidade interessante, que gera diversas dúvidas e curiosidades, assim, com a finalidade de verificar as reais condições dessa modalidade, será feito um levantamento de dados junto à empresa C2S, para verificar qual a realidade de um empresa que escolheu realizar a transição de uma loja física para uma virtual, levantando a possibilidade de realizar transações com baixo custo, ou seja, a compra ou a venda de serviços e produtos pode ser realizada de forma barata e eficiente, bem como sua viabilidade econômica.

Por se tratar de uma modalidade nova, abre espaço para diversos questionamentos, em especial, a forma como tem sido enfrentar a crise, como conseguir dinheiro, como manter o comércio funcionando, como evitar a falência e manter uma estabilidade financeira.

A Fundação Instituto de Administração (2021) esclarece que, a partir do presente cenário, o empreendedorismo tem ganhado cada vez mais espaço, isso porque muitas pessoas têm perdido seu emprego formal, têm tido dificuldade para manter aluguel, empréstimos, parcelas e demais responsabilidades financeiras.

A temática escolhida é vista hoje como uma alternativa econômica para geração de renda, assim, é de suma relevância pontuar aspectos que conduzam ao estudo e conhecimento dessa modalidade.

A partir do estudo de caso, será possível verificar qual a viabilidade econômica e como esta modalidade pode ser vantajosa para aqueles que se encontram perdidos ou que buscam inovação nesta competição do comércio convencional.

Além de ser uma temática atual, relevante e que incentiva o empreendedorismo (gerando renda, empregos e crescimento econômico), é salutar considerar que também contribuirá para a construção do conhecimento de acadêmicos, pesquisadores e futuros empreendedores sobre *dropshipping*.

O objetivo geral é analisar a migração da logística no formato físico para o formato online, com foco no modelo *Dropshipping*, onde será apresentado seu conceito, buscando pontuar os principais aspectos para aplicar essa modalidade na atual realidade econômica brasileira, apresentando a viabilidade econômica e o enquadramento ideal para sua aplicação.

Para a elaboração do trabalho utilizou-se a pesquisa exploratória, que envolve o levantamento bibliográfico, onde será desenvolvido com base em material já elaborado, leituras de artigos científicos existentes, livros, revistas da área e demais materiais literários que permitirão definir o *dropshipping* e construir o texto; outro procedimento técnico será o estudo de campo, por onde serão realizadas observações diretas *in loco*, bem como o levantamento de dados por meio de interrogações junto aos sócios e proprietários da empresa escolhida.

A empresa C2s Negócios Ltda foi a empresa escolhida para análise e obtenção de dados, essa empresa está localizada em Palmas/TO e o espaço temporal escolhido para a construção da pesquisa será de 2020 a 2021, período que permite analisar e observar as mudanças decorrentes do início da pandemia, e como tal, influenciou expressivamente na mudança do mercado.

A temática vai possibilitar o estudo de conceitos, caminhos, desafios e realizações daqueles que escolhem seguir essa modalidade, sempre levantando a real vantagem

econômica aos consumidores e como os fornecedores podem ampliar os seus mercados-alvos.

A IMPORTÂNCIA DA ADMINISTRAÇÃO

Todos os processos e tarefas de produção de bens ou serviços são planejadas, coordenadas, dirigidas, executadas e controladas por organizações. Segundo ensinamentos de Oliveira (2015), na sociedade moderna, as pessoas nascem, crescem, aprendem, vivem, trabalham, se divertem, são tratadas e até morrem nas organizações. Assim, faz-se necessário, portanto, que aqueles que têm interesse de entrar ou permanecer no mercado se qualifiquem e tornem-se cada vez mais ativos no mercado e nas organizações, estando sempre atentos aos conceitos e atualizações do mercado.

A palavra empreendedor deriva do termo *entrepreneur*, que significa “[...] alguém que assume riscos e começa algo novo” (CHIAVENATO, 2005, p. 3). O Autor ainda conceitua o empreendedor como “[...] pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades, e inovando continuamente” (CHIAVENATO, 2005, p. 3).

Assim, tal percepção está relacionada com a criatividade e habilidade para desenvolver as oportunidades não visualizadas no mercado formal, gerando conceitos diferenciados.

A Administração como toda ciência, deve ser baseada em leis ou em princípios, ficando muito evidente sua necessidade para a sobrevivência e desenvolvimento das relações entre as pessoas e organizações.

Segundo esclarecimento de Castro (2014), outro fator importante para que uma organização sobreviva é a comunicação no ambiente organizacional, isso porque a carência de uma comunicação eficaz gera instabilidade no grupo, desequilíbrio para a corporação, com baixa produtividade e motivação, tendo aumento significativo de conflitos e stress.

Dias e Nascimento (2016) apontam que, quando não há uso adequado dos seus canais de comunicação, bem como a má utilização de novas tecnologias e o modo como transita na empresa, tem-se a falta de interação das pessoas nas equipes de trabalho, influenciando diretamente no alcance das metas e objetivos organizacionais.

Ainda segundo os autores, até mesmo contratos entre as organizações podem não ser concluídos por falta de tempo adequado e pela carência de uma comunicação

organizacional eficiente. Uma comunicação que atende sua finalidade é decorrente de trabalho em equipe, do desempenho simultâneo entre as áreas que a compõem.

No ramo dos negócios o tempo pode ser um aliado ou inimigo, a velocidade das informações depende de uma equipe hábil e de tecnologias qualificadas, a comunicação é o processo de troca de informação entre duas ou mais pessoas, e no sistema organizacional a comunicação é vital, uma boa equipe requer funcionários influentes, integrados e informados do que acontece dentro e fora dela.

Para que esta ocorra de maneira eficaz, cabe aplicação de um conjunto de procedimentos e técnicas destinadas ao processo de comunicação e transmissão de informações sobre o desempenho, resultados, missão, objetivos, metas, normas, procedimentos, instruções de serviços entre outros.

Matos (2009 *apud* DIAS; NASCIMENTO, 2016) explica que, é fundamental a integração do público interno, pois quando as pessoas dispõem das mesmas informações e compreendem que são parte da vida organizacional, possuindo o mesmo valor e compartilhando dos mesmos interesses, os resultados certamente fluem.

Metodologia Dropshipping

Partimos para a apresentação da metodologia Dropshipping, que consiste em vender um ou mais produtos sem precisar tê-los em estoque, que mais à frente terá a apresentação dos dados colhidos por meio de pesquisa de campo junto à empresa C2S NEGÓCIOS LTDA, que está inserida no comércio eletrônico e-commerce.

Para Marins (2020), o comércio eletrônico vem antes mesmo do desenvolvimento da internet, ele foi iniciado no século XX, mais especificamente na década de 70, que surgiu a partir dos fundos eletrônicos de transferências (EFT), para transações financeiras e de intercâmbio eletrônico de documentos (EDI), para troca de documentos entre empresas e clientes.

Assim, a década de 90 foi marcada por avanços tecnológicos no setor de tecnologia e informação, e em 1991 com o surgimento o World Wide Web, a internet se tornou popular e consolidou o comércio eletrônico. Nos anos seguintes, 1995 foram fundados a Amazona e o Elba, empresas bastante conhecidas atualmente, que revolucionaram o modo de comprar e vender das pessoas, vez que comercializam todo tipo de produto pela internet, o que recebeu o nome de e-commerce (MARINS, 2020, p. 4).

Para Tassabehji (2003 *apud* MARINS, 2020), o comércio eletrônico é o ato de compartilhar informações sobre negócios, manutenção de relacionamentos sobre os acordos, condução das transações por meio das redes de telecomunicação. Outros autores entendem que o e-commerce é a realização da cadeia de valores dos processos de negócios dentro de um ambiente eletrônico, pela aplicação das tecnologias de informação e comunicação, alcançando o objetivo que é o negócio.

A inovação vem para desconstruir os padrões nas grandes organizações, as “[...] estruturas verticalmente integradas prevaleceram, onde maior parte das operações necessárias para disponibilizar um produto ao cliente final era realizada por apenas uma empresa, centralizando as responsabilidades” (GASPARETTO, 2003 *apud* AGUIAR, 2015).

Nesse cenário, as cadeias de suprimentos tendiam a ser pouco complexas, envolvendo um pequeno número de participantes. Uma cadeia de suprimento deve ser composta por todos os envolvidos, direta ou indiretamente, no pedido de um cliente, assim, além dos fabricantes e fornecedores, transportadoras, armazéns, varejistas e o cliente final.

Destarte, percebe-se que:

Dentro de cada organização, a cadeia de suprimentos engloba todas as funções envolvidas na recepção e na realização de uma solicitação do cliente. Essas funções incluem, entre outras atividades, o desenvolvimento do produto, marketing, operações, distribuição, finanças e serviços de atendimento ao cliente. A partir da década de 80, as empresas passaram a concentrar suas atividades nas suas competências essenciais e a terceirizar as demais atividades que antes eram executadas internamente, em estruturas verticalizadas, o que aumentou o número de empresas envolvidas na maioria das cadeias de suprimentos e, conseqüentemente, sua complexidade (AGUIAR, 2015, p. 8).

Novaes (2004 *apud* AGUIAR, 2015) aborda aspectos positivos e negativos desse tipo de comércio. Entre as vantagens, ele aponta a inserção instantânea no mercado, pois os produtos ficam expostos, de forma imediata, em nível nacional e internacional.

Outro ponto é a rápida interação entre o vendedor e consumidor, diminuindo a burocracia, análises mercadológicas facilitadas, reduzindo assim a assimetria informacional. Entre as desvantagens, aponta 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 (2004 *apud* AGUIAR, 2015) é possível observar que, atualmente sistemas de dados criptografados estão reduzindo esses problemas de forma significativa, tornando o meio virtual mais seguro.

A MIGRAÇÃO DA LOGÍSTICA FÍSICA À ONLINE

O mercado é dinâmico, e está fortemente influenciado pelo sistema econômico atual, sendo o sistema capitalista. Carvalho (2018) ressalta que tal sistema visa o lucro e acúmulo de riquezas, baseando-se na propriedade privada dos meios de produção, quais sejam: máquinas, terras, instalações industriais, tendo a função de gerar renda por meio do trabalho.

A comercialização de produtos e serviços é realizada em um mercado livre, com pouca ou nenhuma interferência do Estado, seguindo a lei da oferta e da demanda.

Sobre o processo que o empreendedor enfrenta Costa *et al.* (2011, p. 183) afirmam que:

[...] o atual processo de valorização, celebração e exaltação do empreendedor e do empreendedorismo privilegia um modelo específico de desenvolvimento econômico e social pautado pelo capitalismo de mercado, assumido como natural, ideal e exemplar. A partir dessa ótica, para que uma sociedade possa potencializar todos os supostos benefícios provenientes de um mercado livre capitalista, necessita do espírito empreendedor gerador de inovação e de riquezas.

O sistema capitalista tem gerado o crescimento acelerado, o desenvolvimento de tecnologias e a consequente ampliação do acesso à internet levaram à expansão do mercado, assim, é possível afirmar que, o meio digital tem ganhado cada dia mais espaço e se tornado um instrumento essencial, portanto, para conquistar mais espaço no mercado competitivo, a internet e todos os seus instrumentos são essenciais, onde perder tempo é visto como algo negativo, isto porque as pessoas com rotinas aceleradas querem perder menos tempo, assim aqueles que criam ou seguem novas alternativas para facilitar a comercialização de produtos e serviços têm ganhado espaço no mundo atual.

Costa *et al.* (2011) aponta ainda que, a busca incessante do ganho é mais que uma obrigação, os indivíduos são qualificados como sujeitos econômicos do capitalismo. Assim, os empreendedores são concebidos como “indivíduos que impulsionam a máquina capitalista, ao prover novos bens de consumo, além de métodos inovadores de produção e

transporte, com a inequívoca função social de identificar oportunidades e convertê-las em valores econômicos” (COSTA *et al.*, 2011, p. 185).

Em outras palavras, o empreendedor é fundamental para o desenvolvimento econômico, potencializando lucros, que vão além de uma visão pessoal, atingindo o coletivo, devendo sempre estar atento à criação e inovação de técnicas.

O desenvolvimento de novos produtos e serviços pode basear-se na interação com usuários em ciclos curtos, em que um mínimo produto viável é logo introduzido e, a partir desse ponto, continua sendo aperfeiçoado. [...] Além disso, a inovação é, cada vez mais, um esforço em rede, por meio da colaboração constante com fornecedores, clientes, empresas parceiras (grandes e pequenas) e centros de pesquisa. Tais colaborações proporcionam tanto aprendizagem quanto compartilhamento de custos e de riscos (FREIRE; MARUYAMA; POLLI, 2017, p. 236).

Como explica Freire, Maruyama e Polli (2017), o desenvolvimento do novo baseia-se na interação. A inovação por meio da internet tem colaborado para que o espírito empreendedor vire energia para a economia, alavancando recursos, impulsionando talentos e dinâmicas de ideias, permitindo assim, a criação de novas oportunidades de forma rápida e eficiente.

A modalidade Dropshipping, que vem sendo a referência para o artigo, tem sido vista como uma oportunidade captada pelos empreendedores que se deparam com uma realidade econômica não favorável e agravada com a pandemia da COVID-19 (MARTINS, 2020).

Antes de apresentar os dados coletados por meio de uma pesquisa de campo junto à empresa C2s Negócios Ltda, será apresentado de forma simplificada como vem ocorrendo a migração da Logística física para online.

Tanto o empreendedor como o consumidor tem mudado a percepção em relação à compra de produtos e serviços no varejo físico, a venda digital já estava sendo inserida, mas o processo pandêmico acelerou a mudança. O economista Felisoni (*apud* EDITOR CM, 2021), presidente do Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo (IBEVAR) em entrevista à revista virtual Consumidor Moderno, em março de 2021, esclarece que:

Basta ver as edições da NRF (National Retail Federation, a maior associação comercial do mundo), em que se discutia a presença e a importância do **varejo digital** em 2013. Até se falava no fim das lojas físicas. Aí já em 2018 os eventos discutiam o ressurgimento das lojas físicas. A verdade é que essas estruturas terão que se adaptar. Depois da pandemia, numa velocidade muito maior.

A previsão de mercado num mundo cada vez mais competitivo tem feito as pessoas trafegarem pelo meio digital, assim buscam mais informação e agilidade. Aqui, percebe-se a importância de estabelecer uma dinâmica de mercado que abarque as duas modalidades (física e online), requer também uma operação eficiente, uma logística competente que consiga vincular as atividades físicas e virtuais. Em especial para lojas que buscam a transição do físico para o virtual.

Esta fusão entre a venda física e digital pode acontecer de maneira integrada e seguindo o conceito do Omnichannel, que é “[...] uma tendência do varejo que se baseia na convergência de todos os canais utilizados por uma empresa. Trata-se da possibilidade de fazer com que o consumidor não veja diferença entre o mundo online e o offline” (SEBRAE, 2017).

Assim, é possível explorar todas as possibilidades de interação. Felisoni (*apud* EDITOR CM, 2021) continua pontuando em sua entrevista, que para fazer a fusão é preciso respeitar os diferentes níveis de inclusão digital, e ter uma intersecção mais clara e concomitante entre os dois meios. “A conexão do virtual com o físico é uma realidade, e as empresas serão bem mais sucedidas quanto melhor for a sua junção logística” (FELISONI *apud* EDITOR CM, 2021).

Em outras palavras, o autor esclarece ainda que, as lojas físicas podem criar um ambiente favorável à maior interação com produtos e serviços, enquanto que lojas virtuais podem ter mais agilidade na comunicação dos produtos e facilitar o processo de navegação (FELISONI *apud* EDITOR CM, 2021).

César (2021) aponta vantagens de ter uma versão de uma loja virtual, entre elas, melhorar a experiência do consumidor e potencializar as vendas, perceber que a marca já está criada e que a loja física já tem uma relação com fornecedores, uma base de clientes, o que facilita o processo de migração ou fusão.

O sucesso do negócio está na possibilidade de integrar as duas lojas, de modo a satisfazer o seu cliente que tem um comportamento multicanal, isto é, ele percorre diversos canais (site, loja física, redes sociais, etc.) para pesquisar preços, produtos e serviços, antes de realizar a compra (CÉSAR, 2021).

Agora que já se traçou alguns aspectos da transição, que permitem manter um empreendedor no mercado competitivo, não podemos nos esquecer de que a loja precisa estar onde o seu público está e atender às suas necessidades para manter sua credibilidade e

garantir a preferência desta clientela, passa-se a apresentar dados de uma empresa que passou pela transição do físico para o online.

EMPRESA C2S NEGÓCIOS LTDA E SUA MIGRAÇÃO DA LOGÍSTICA FÍSICA PARA ONLINE COM FOCO NO MODELO DROPSHIPPING

A empresa C2S Negócios Ltda está localizada na cidade de Palmas, capital do estado do Tocantins, que tem população estimada em 313.349, como densidade demográfica de 102,90 hab./km², com PIB per capita (2018) em R\$32.293,89, tendo como destaque da economia da cidade, a produção agrícola, que representa 18,1% do PIB (IBGE, 2021).

O espaço temporal escolhido para a construção da pesquisa foi o ano de 2020 ao primeiro semestre do ano de 2021, período que permite analisar e observar as mudanças decorrentes do início da pandemia, e como tal, influenciou na mudança do mercado.

Como tem sido apresentado, com a globalização o mercado não está limitado às lojas físicas, com a situação claramente e atual da crise decorrente da pandemia da COVID 19 enfrentada em todo o mundo, os empreendedores se deparam com o isolamento e a dificuldade em realizar vendas presenciais, esta realidade atingiu à empresa C2S.

A Empresa C2S passou a pesquisar opções que a possibilitasse manter-se no mercado, assim, perceberam que uma loja virtual aumentava as chances de atuação, já que o meio eletrônico permite que os clientes façam compras a qualquer momento, sem necessidade de se deslocar, além de observar que os custos para se manter no mercado são menores, assim, a modalidade escolhida pela loja foi Dropshipping.

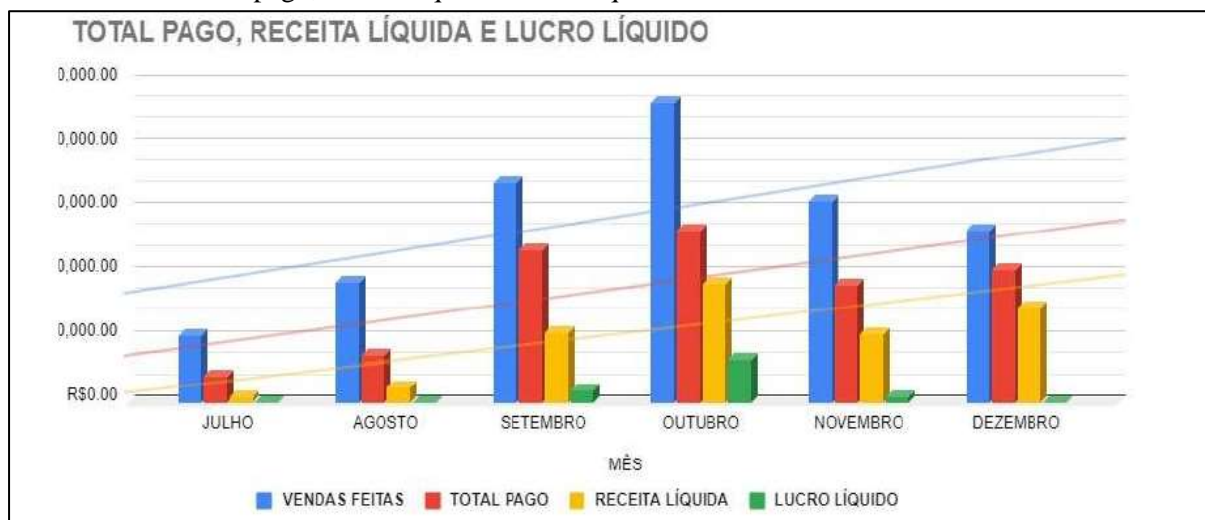
Algumas informações foram levantadas, entres elas, os motivos de realizar a transição e a escolha da modalidade, segundo afirmação do representante, que prefere não ser identificado, a modalidade foi escolhida devido a demanda do mundo durante a COVID-19, haja vista, que a modalidade permite o não estocamento, a logística fica muito mais simplificada quando se direciona à quantidade de mão de obra empregada, como também a ausência da necessidade de um ponto fixo para a execução do trabalho do time.

O tempo de transição da Empresa C2S foi de 1 ano e 3 meses, sendo iniciada em 2020, com capital inicial de R\$25.000,00 (vinte e cinco mil reais), valor que vem sofrendo um aumento significativo ao longo do tempo.

A empresa cedeu um gráfico que demonstra sua evolução, já que para administrar as finanças de uma empresa em transição é uma difícil tarefa do gestor, isto porque, envolve aspectos de finanças, patrimônio e investimentos tecnológicos e de qualificação,

além de adaptação do mercado junto à crise pandêmica, exigindo assim, grande responsabilidade de todos os que ocupam o sistema de funcionamento dessa empresa, em especial os gestores e membros que estão à frente das decisões da forma de prestar contas. Segue o gráfico:

Gráfico 1. Total pago, receita líquida e lucro líquido.



Fonte: Elaborado pela empresa C2s (2020).

Pelo gráfico 1 verifica-se um crescente desempenho nas vendas, o crescimento significativo ao longo dos últimos seis meses do ano de 2020, ainda em transição, onde as vendas tiveram uma alta significativa no mês de outubro, e posteriormente, uma queda nas vendas no mês subsequente, mas ainda mantendo equilíbrio entre o total pago e a receita líquida, que ao final do ano ainda não tem um lucro líquido em destaque.

Quando se levantou o questionamento das vantagens e desvantagens da transição e da modalidade escolhida, as respostas foram que a mudança foi positiva, pois “se adaptar à realidade do mundo quando se direciona à flexibilidade de mão de obra é essencial. Os custos diretos diminuem, o que faz “sobrar” para reinvestir na empresa e, consequentemente, crescer mais ainda”. Já quanto às dificuldades, aponta a “qualidade de mão de obra, principalmente quando se direciona às entregas realizadas pelos Correios”.

Para que a transição ocorra de forma adequada a empresa precisou realizar mudanças e pesquisas para enquadrar à realidade da empresa online, dantes física. Foi preciso investir em plataformas, cursos profissionalizantes, terceirização, investimentos em marketing, em especial nos equipamentos, como afirmado, optaram por ter uma estrutura de qualidade.

Para que a trajetória alcance os objetivos traçados, a empresa C2S definiu a mercadoria a ser comercializada, bem como o público-alvo, listou em tópicos a trajetória:

- Definir público-alvo;
- Escolher produtos específicos que suprem a demanda desse público, lembrando que temos que escolher produto para determinado público, e não público para determinado produto;
- Entrar em contato com o fornecedor;
- Assinar contrato com o fornecedor;
- Cadastrar em sua loja;
- Precificar e;
- Vender.

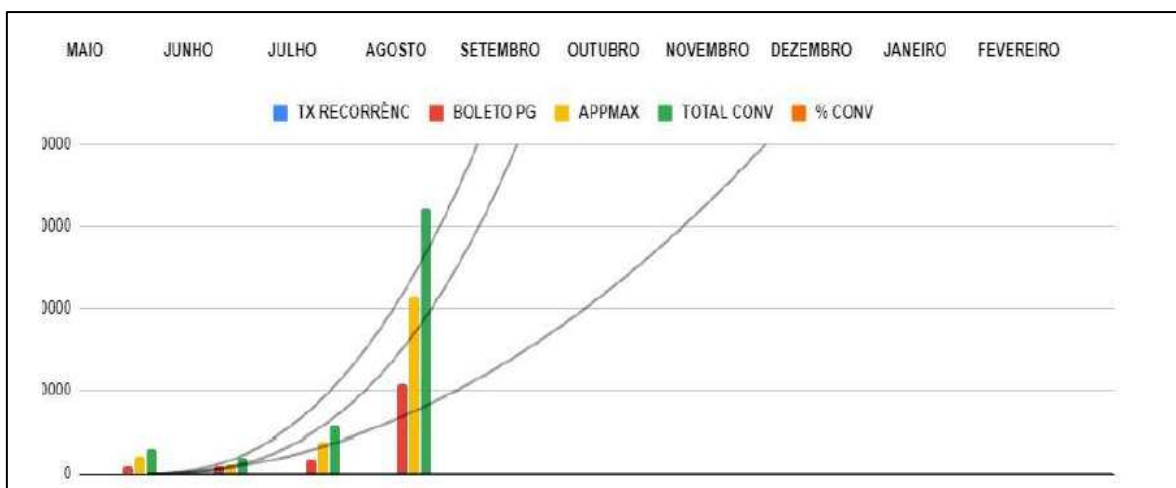
Quanto ao tipo de consumidor que tem mais interação com a loja, a empresa determina que a maioria é do sexo feminino, com idade entre 25 a 50 anos de idade, com profissões diversas, entre elas está servidoras públicas, psicólogas, empreendedoras e donas de casa. Quanto às cidades de maior acolhimento, estão as cidades situadas ao sudeste e sul.

Foi questionado se esse perfil de consumidor foi escolhido pela empresa, e a resposta concedida afirma que, a escolha é da empresa, pela capacidade de atuação e entendimento do público-alvo. Vejamos:

Esse público foi escolhido por nós. Motivo: entendemos o que eles demandam e nós somos capazes de suprir isso. Como? Agregando valor e soluções a produtos que suprem suas dores do dia a dia. Seja ela qual for. Por que conseguimos? Porque nós entendemos nosso público e seu comportamento (CEO da empresa C2S).

Resta levantar a questão quanto aos gastos dessa empresa. A empresa cedeu um gráfico que permite analisar a evolução da empresa, pelos gráficos abaixo é possível verificar que houve um aproveitamento e rendimento agradável. O gráfico a seguir, apresenta as evoluções dos últimos meses do ano de 2020 e os meses iniciais do ano de 2021. Vejamos:

Gráfico 2. Fluxo de gastos da empresa da metade do ano de 2020 a 2021.



Fonte: Elaborado pela empresa C2S (2020).

O gráfico 02 traça a evolução do fluxo de gastos da empresa a partir da metade do ano de 2020 a 2021, entre eles estão taxas de recorrência, boletos pagos, pagamento do aplicativo MAX, total de gastos convencionais. Pela linha de evolução é possível verificar que, a empresa tem conseguido manter o fluxo de entrada e saída em equilíbrio, e que do final do ano de 2020 para o início de 2021 há uma elevação nos gastos totais.

Por tudo apresentado, nota-se que, planejar e organizar são atos essenciais para gerir recursos de uma empresa, seja ela física ou online. Algumas das vantagens da modalidade dropshipping consistem no fato da empresa não precisa ter suas mercadorias em estoque, contando fornecedores e uma boa comunicação. É preciso garantir uma economia que traga bons resultados no decorrer do tempo, mas tudo a seu tempo, o lucro só é possível após aplicação de valores em materiais, infraestrutura e qualificação de todos os envolvidos no desempenho da empresa.

Além da tecnologia e do marketing serem fatores fundamentais para ampliação da empresa. Entre as dicas da empresa C2S para o desenvolvimento e crescimento temos: estude a gestão de empresas; faça cursos de especialização no ramo; observe o mercado americano nesse nicho (ele é referência); tenha seu financeiro e o processual bem redondinho, ou seja, tenha planilha de todos os dados; tenha um bom fornecedor de seus produtos; identifique um nicho que você tenha aptidão/conheça o público; se adapte sempre à demanda, ou seja, esteja inovando sempre em seu nicho; tenha uma boa gestão de inovação (CEO da empresa C2S).

É inquestionável que uma gestão de qualidade é essencial, e é preciso saber gerir as organizações e adequá-las à realidade, que na atualidade pede a introdução dos meios tecnológicos e até mesmo exclui a necessidade de uma loja física para que a mesma ganhe espaço no mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da presente pesquisa não foi analisar exclusivamente os recursos financeiros da empresa C2S, mas apresentar essa empresa, que como tantas outras têm e devem buscar alternativas que permitam manter-se no mercado que está cada dia mais concorrido, de maneira a criarem novos mecanismos para ampliar a concorrência numa busca infinita pelo lucro.

O cenário atual, com crise sanitária da COVID-19 e uma crise econômica têm deixado comerciantes com prejuízos e certa insegurança quanto ao futuro, o empreendedorismo tem ganhado espaço de maneira cada vez mais moderna, isso porque pessoas têm perdido seu emprego formal, têm tido dificuldade para manter aluguel, empréstimos, parcelas e demais responsabilidades financeiras, e usar o espaço virtual para manter-se no mercado tem sido um caminho interessante e rentável.

Para melhor compreensão da presente pesquisa foram apresentados conceitos importantes, aspectos pertinentes para que a modalidade Dropshipping funcione e como é a fase de transição de empresas físicas para online, destacando a importância de estar sempre atualizado e buscando ferramentas para manter-se no mercado e-commerce, apontando a existência de grandes vantagens na acolha da modalidade.

Diante disso, foi realizado um comparativo entre a teoria e a prática da gestão da empresa C2S em transição, que apresentaram dados e respostas satisfatórias à escolha da modalidade Dropshipping.

Embora a empresa tenha um curto período de transição (um ano e meio), seu representante mostrou-se bem satisfeito com a escolha e acredita que uma boa gestão deve manter-se focada na busca pela interação com a tecnologia, acolhendo as opções que lhe permite ser mais econômico, rápido e ágil, reconhecendo assim, a necessidade de se manter atualizado, aplicando os recursos para a manutenção e desenvolvimento das atividades da empresa, que por um período não pode falar em lucros atrativos por viver uma fase de muitas dúvidas e receios, mas que deixa claro que se não buscar mecanismos tem grandes chances de falir.

O presente trabalho, de forma ampla, apresentou uma temática relevante para o conhecimento acadêmico, mas também pertinente para os empreendedores em geral, já que se trata da modalidade Dropshipping, que está ganhando espaço no mercado e ao mesmo tempo tem permitido que empreendedores que não têm espaço físico abram ou realizem a transição de suas lojas para o mundo virtual, alcançando assim, um meio que antes não era tão explorado.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Marco Antônio Esteves de. **Crossdocking e dropshipping aplicado ao e-commerce: um estudo de caso.** 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/157236/TCC%20-%20Marco%20Aguiar%20%28Upload%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 jul. 2021.

CARVALHO, Talita de. O que é o capitalismo? **Revista online politizar**, 2018. Disponível em: <https://www.politize.com.br/capitalismo-o-que-e-o/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

CASTRO, Monica Aparecida de. **Comunicação interna e gestão de pessoas: interfaces e perspectiva de integração e diálogo nas organizações.** 2014. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/987260/1/MonicaCastroDissertacao.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2021.

CÉSAR, Caio. **Potencialize suas vendas equilibrando físico e digital.** 2021. Disponível em: <https://abcomm.org/noticias/potencialize-suas-vendas-equilibrando-fisico-e-digital/>. Acesso em: 13 set. 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** Barueri (SP): Manole, 2005.

COELHO, Lidiane da Silveira; OLIVEIRA, Rafaela Carvalho; ALMÉRI, Tatiana Martins. O crescimento do e-commerce e os problemas que o acompanham: identificação da oportunidade de melhoria em uma rede de comércio eletrônico na visão do cliente. **Revista de Administração do Unisal**, [S.l.], v. 3, n. 3, p. 1806-5961, 2013.

COSTA, Alessandra Mello da. A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. **RAC**, Curitiba, v. 15, n. 2, art. 1, pp. 179-197, mar./abr. 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/yZCSgXRmkRKFLqBZXqJF6Ly/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 12 ago. 2021.

DALLA VECCHIA, Davide; BARBOSA, Otilia Donato. **Dropshipping: o e-commerce do futuro.** 2018. Disponível em: <file:///C:/Users/eduardo.ferreira/Downloads/24530-Texto%20do%20artigo-88668-1-10-20200903.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2021.

Maria Victoria Ribeiro CARDOSO; Edelvar Vicente RIPPEL. A MIGRAÇÃO DA LOGÍSTICA FÍSICA PARA ONLINE COM FOCO NO MODELO DROPSHIPPING: UM ESTUDO NA EMPRESA C2S NEGÓCIOS LTDA. JNT- Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. ISSN: 2526-4281 <http://revistas.faculdefacit.edu.br>. E-mail: jnt@faculdefacit.edu.br. 2022. FLUXO CONTÍNUO. Ed. 34. V. 1. Págs. 324-339.

DIAS, Joilson Alcindo; NASCIMENTO, Maria do Socorro Araújo. A importância da comunicação nas organizações e o advento de novas tecnologias. **Revista Científica da FASETE**, 2016.

EDITOR CM. A importância da fusão entre varejo físico e online. **Consumidor Moderno**, 2021. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2021/03/12/importancia-fusao-varejo-fisico-online/>. Acesso em: 11 set. 2021.

FREIRE, Carlos Torres; MARUYAMA, Felipe Massami; POLLI, Marco. **Políticas de apoio à inovação tecnológica no Brasil**: avanços recentes, limitações e propostas de ações. Brasília (DF): Ipea, 2017.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO. 2021. Disponível em: <https://fia.com.br/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

IBGE. **Brasil/Tocantins/Palmas**. 2021. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/to/palmas/historico>. Acesso em: 11 out. 2021.

MARINS, Aline de Carvalho. **A viabilidade econômica e o enquadramento do dropshipping no Brasil**. 2020. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/1268>. Acesso em: 13 out. 2021.

MARTINS, Gabriel. **Análise das estratégias de dropshipping e fulfillment no gerenciamento da cadeia de suprimentos de um e-commerce**. 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/218519>. Acesso em: 11 set. 2021.

OLIVEIRA, Antônio. **Fundamentos de administração**. Cuiabá (MT): UFMT, 2015.

SEBRAE. **Integre seus canais de vendas a partir do conceito de omnichannel**. 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/integre-seus-canais-de-vendas-a-partir-do-conceito-de-omni-channels>. Acesso em: 20 ago. 2021.

Maria Victoria Ribeiro CARDOSO; Edelvar Vicente RIPPEL. A MIGRAÇÃO DA LOGÍSTICA FÍSICA PARA ONLINE COM FOCO NO MODELO DROPSHIPPING: UM ESTUDO NA EMPRESA C2S NEGÓCIOS LTDA. JNT- Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. ISSN: 2526-4281 <http://revistas.faculdefacit.edu.br>. E-mail: jnt@faculdefacit.edu.br. 2022. FLUXO CONTÍNUO. Ed. 34. V. 1. Págs. 324-339.