



INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DE LONDRINA

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**BRUNO DE ARAUJO MOYA
JOANA D'ARC PAIVA LEMES**

CROSS-DOCKING E DROPSHIPING

Londrina

2016

BRUNO DE ARAUJO MOYA
JOANA D'ARC PAIVA LEMES

CROSS-DOCKING E DROPSHIPPING

Artigo apresentado ao curso de Bacharelado em Administração de empresas do Instituto de Ensino Superior – INESUL como requisito para obtenção do diploma de Bacharel em Administração de Empresas.

Orientadora: Profª Jaqueline de Brito Silva

Londrina

2016

BRUNO DE ARAUJO MOYA
JOANA D'ARC PAIVA LEMES

CROSS-DOCKING E DROPSHIPPING

Artigo apresentado ao curso de bacharelado em Administração de empresas do Instituto de Ensino Superior – INESUL como requisito para obtenção do diploma de Bacharel em Administração de Empresas.

COMISSÃO EXAMINADORA

Profª. Antonia Maria Gimenes

Profª. Jaqueline de Brito Silva

Londrina

2016

Cross-docking e Dropshipping

FERNANDES, Sívirino Ferreira dos Santos¹, SILVA, Jaqueline de Brito², GIMENES, Antônia Maria³, MOYA, Bruno de Araujo⁴, LEMES, Joana D'arc Paiva⁵.

RESUMO

Diante das incertezas econômicas as empresas buscam por estratégias que podem ser utilizadas como diferencial quanto aos concorrentes, além disso, em tempos de crise as empresas se veem preocupadas basicamente com a redução de custos. O problema que se coloca é que muitas delas não possuem conhecimentos necessários para o gerenciamento de estoques, uma vez que não apuram o real custo de sua operação. Com base nessas informações justifica-se ser observada a importância da escolha do modelo a ser trabalhado de acordo com a meta e/ou objetivo de cada empresa. A metodologia utilizada é de caráter descritivo, quantitativo e com levantamentos bibliográficos em livros e sites. O objetivo geral do presente artigo foi analisar como funciona e quais os benefícios e desvantagens do *dropshipping* e do *cross-docking*. Os objetivos específicos compreendem em analisar a viabilidade da inserção dos modelos em tempos de crise; analisar o papel do *cross-docking* e do *dropshipping* na gestão logística; analisar suas diferenças e os critérios utilizados na seleção de fornecedores. Conclui-se através dos levantamentos bibliográficos e após a presente análise foi verificado um mercado promissor que vem crescendo a cada ano devido que para sua inserção necessita de um baixo investimento associado a uma grande lucratividade. Também foi demonstrado uma análise dos modelos logísticos *cross-docking* e *dropshipping* apresentando suas diferenças, vantagens e desvantagens colaborando para que as empresas se mantenham atualizadas quanto às estratégias e utilizem desse meio como vantagem competitiva. Ainda é sugerida para posteriores estudos uma pesquisa aprofundada relativa à combinação entre os modelos; análise de sua aplicação em áreas distintas do comércio eletrônico; Analisar os resultados obtidos através da inserção do *dropshipping* e/ou *cross-docking* como principal sistema de distribuição da cadeia de suprimentos.

Palavras Chave: Cross-docking, Dropshipping, E-commerce

ABSTRACT

Before the economic uncertainties as companies seek for strategies that can be used as differential the aos competitors, in addition, in times of crisis as are seen basically concerned companies with a cost reduction. the problem that arises is que many of them do not have necessary knowledge for inventory management, since it does not discharge the actual operation cost sua. based on such information is justified being observed the importance of the model choose a being worked according to a meta and / or objective of each company. the methodology used and descriptive character, quantitative and bibliographic withdrawals in books and websites. the present general objective was to analyze article how it works and what are the benefits and disadvantages to dropshipping and make cross-docking. the specific objectives include to analyze the feasibility of insertion of the models in times of crisis; analyze the role of cross-docking and do dropshipping in logistics management; your analyze differences and the criteria used in the source selection. done up through bibliographic surveys and after a present analysis was verified hum promising market what is growing every year due que paragraph your hum low investment need insert associated profitability a large, was also demonstrated an analysis of logistics cross-docking models and dropshipping introducing your differences, advantages and disadvantages collaborating for what companies are kept updated about the strategies and use this medium as a competitive advantage. still and suggested further studies paragraph a thorough search concerning the combination of the models; analysis of its application in different areas to electronic commerce; analyze the results obtained through the insertion do dropshipping and or cross-docking the main distribution system of supply chain

Keywords: Cross-docking, Dropshipping, E-commerce.

¹ Administrador de empresas, Especialização em Marketing e Recursos Humanos, Especialização em Empreendedorismo, Coordenador do curso superior em Administração de empresas. ² Graduada em Administração, Especialização em Gestão Financeira e Controladoria, Especialização em Docência e Metodologia do Ensino Superior, Licenciatura Plena com habilitação em Administração; Especialização em Metodologia do Ensino da Matemática, Licenciatura Plena com habilitação em Matemática, Mestre em Metodologias para o Ensino de Linguagens e suas Tecnologias. ³ Administradora de empresas e especialista executiva em Gestão de Negócios, coordenadora dos cursos superiores Tecnologia em RH, Logística e Finanças, palestrante e consultora na área administrativa. ^{4,5} Acadêmicos do curso de Administração de empresas, pelo Instituto Superior de Londrina – INESUL.

INTRODUÇÃO

Atualmente diante das incertezas econômicas as empresas buscam por estratégias que permitam destaque quando comparado à concorrência, deparadas aos tempos de crise as empresas se veem preocupadas basicamente com a redução de custos.

Com base nessa informação analisamos os modelos logísticos *dropshipping* e *cross-docking*, a fim de concluir quais são suas diferenças, quais são os métodos utilizados em cada um, suas respectivas vantagens e desvantagens como também a viabilidade no tocante a investimentos.

De tal forma, o objetivo geral deste artigo é demonstrar como funciona a gestão logística, benefícios e desvantagens do *dropshipping* e do *cross-docking*. Já os objetivos específicos compreendem em verificar se a utilização dos modelos é viável em tempos de crise; Analisar qual é o papel do *dropshipping* e do *cross-docking* na gestão logística; Observar quais são suas diferenças; Identificar quais critérios são utilizados na seleção dos fornecedores.

Justifica-se a relevância do presente estudo devido a importância da escolha do modelo a ser trabalhado baseado na meta e/ou objetivo de cada empresa, buscando diferenciação e vantagem competitiva para surpreender os clientes e superar os concorrentes, visando o menor investimento para atingir maior rentabilidade empresarial. Mostrando os investimentos, vantagens e desvantagens de cada modelo para que a escolha seja feita baseada na melhor maneira de atender os clientes e ter garantia dos produtos que vende.

A metodologia utilizada é de caráter descritivo, quantitativo e com levantamentos bibliográficos em livros e sites.

O problema que se coloca é que muitas empresas não possuem conhecimento necessário para o gerenciamento de estoques, uma vez que não apuram os reais custos de sua operação, e por consequente, não compreendem que em sua gestão Logística poderiam dependendo de seu ramo/produto poderiam operar no modelo *dropshipping* e *cross-docking*, pois os custos com estoque e armazenagem reduziram, uma vez que utilizariam estoques de um terceiro ou mesmo de um centro de distribuição.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 E-Commerce

Albertin (2000) define o comércio eletrônico como a realização da cadeia de valores dos processos de negócio em um ambiente eletrônico por intermédio das tecnologias de comunicação e de informação (TICS), atendendo os objetivos de negócio. Os processos podem ser de forma completa realizada pela internet ou parcial, onde o consumidor pode iniciar o processo pela internet e finalizar o processo da compra em uma loja física ou vice versa.

Comércio eletrônico originou-se da palavra *electronic commerce*, com a tradução de comércio eletrônico, o significado mais amplo é comércio realizado por meios eletrônicos, uma troca de produtos e de serviços por dinheiro, uma transação na qual pode ser feita com papel moeda, cheque, ordem de pagamentos bancários, cartão de crédito ou qualquer ordem de representação numérica (NOVAES, 2007).

Com o crescimento da modalidade *e-commerce*, os consumidores encontram facilidade de acesso de qualquer lugar que tenha um computador para adquirir produtos ou serviços. Da mesma forma os comerciantes diminuiriam os prejuízos com inadimplência já que os pagamentos são feitos de forma eletrônica.

Essa evolução no comércio foi incorporada através da tecnologia de informação como fax, internet, televisão interativa ou telefone móvel, com o tempo outros métodos são criados a fim de aperfeiçoar os processos de dados e até mesmo no gerenciamento logístico como medida de segurança.

Ainda Novaes (2007), enfatiza que a internet surgiu na década de 1980, mas foi em 1985 que alcançou seu auge e se espalhou pelo mundo, em 1994 a possibilidade de negócios na internet foi percebida por agentes econômicos e com isso aumentando os meios de troca de informações que antes eram feitas somente através de televisão, rádio, telefone até mesmo correio.

Através da comunicação é feita uma troca de informação entre compradores e vendedores. As informações obtidas são guardadas no mais absoluto sigilo mantendo a integridade e privacidade na troca de informação. Os dados são uma maneira de gerenciar uma troca de informações no comércio eletrônico através da internet, permitindo o acesso a

diversas informações importantes para as vendas e para o marketing como a forma de compra mais utilizada, faixa etária, sexo e frequência de compra.

Novaes ,(2007) justifica que os prós do *e-commerce* se concentram nos serviços e produtos expostos no mercado nacional e internacional; Agilidade entre consumidor e vendedor; Disponibilidade com um mix de produtos se comparado ao comércio tradicional, possibilitando negociação de preços, com a possibilidade de obter grandes descontos; Redução de armazenamento de papéis ganhando tempo diminuindo custos administrativos e a Análise mercadológica com o registro de informações dos clientes levando a informação de novos produtos.

Já para as desvantagens, o autor enfatiza os seguintes quesitos: Fraude com a inserção de informações dentro dos sites das empresas onde terceiros pode efetuar saques em contas bancárias para compras via internet e implantar vírus; Propriedade intelectual, na internet se torna difícil uma proteção quanto à cópia de produtos, marcas e serviços; Confiabilidade com troca de informação entre fornecedores e compradores facilitando violação e uso para outros fins sem autorização das partes; Confiança por ser virtual não se tem uma base física, como referência para um apoio na transação no caso de dúvidas ou divergência.

Na loja física se tem essa ferramenta para caso de dúvidas e Relação ao cliente não positivas com a disponibilidade de entrega de produto em um determinado local trazendo problema ao varejista possibilitando erro sistêmico.

Gráfico 01: Evolução das vendas do e-commerce – Brasil



Fonte: Borges, 2016.

2.2 Logística

Durante a década de 90, a logística, no Brasil, passou por muitas mudanças em sua estrutura, onde se pode até mencionar que houve uma revolução, tanto nas práticas empresariais como também na eficiência, qualidade e disponibilidade da infra-estrutura de transportes e comunicações, fatores esses que são fundamentais para a existência de uma logística moderna, devido a exigência de mercado e ao consumidor exigente, os quais competem que seja executado um serviço com nível de excelência.

Segundo Ballou,(2007) a Logística é o processo de gerenciar estrategicamente a aquisição, o armazenamento de materiais e toda a sua movimentação de matéria-prima e produtos acabados por intermédio da organização e dos seus canais de marketing, com o intuito de maximizar a lucratividade com o atendimento do cliente a baixo custo.

Já a Logística empresarial objetiva-se a prover o cliente com o nível de serviço requerido, mediante qualidade e excelência, de face dos desejos e da demanda de consumo. Sua meta é oferecer bens e serviços aos clientes no lugar certo, no tempo correto e na condição combinada com o menor custo. Assim torna-se possível o êxito através da administração correta das atividades-chave da logística que compreendem a aquisição de produtos, manutenção de estoques, processamento de pedidos, transportes e outros fatores adicionais BALLOU, (2007).

Já CRISTHOPHER, (2007) diz que a logística tem a responsabilidade pela movimentação, armazenamento e distribuição dos produtos acabados como também o transporte da matéria prima até o produto final.

“O conceito de logística existe desde a década de 40, foi utilizado pelas forças armadas norte-americanas. Ele relacionava-se com todo o processo de aquisição e fornecimento de materiais durante a segunda guerra mundial, e foi utilizado por militares americanos para atender a todos os objetivos de combate da época” (CHING, 2008)

Ballou, (2007) ainda enfatiza a importância da logística em empresas do ramo de Varejo que efetuam venda ao consumo final, no qual compram mercadorias para revenda, como por exemplo, quando se utiliza de Canais de distribuições para aquisição de produtos ,

onde são disponibilizados por distribuidores, atacadistas, fabricantes, produtores e demais fornecedores.

O enfoque deve ser compreendido no fornecimento de produtos, transporte, controle de estoques, armazenagem, coleta e entrega no qual os custos logísticos chegam a atingir 25% ou mais do faturamento total.

Neste aspecto compreende a importância em refletir sobre tais custos, pois a Logística vem a ancorar os processos de maximização de lucro e ao mesmo tempo o fornecimento de serviço de qualidade.

2.3 Dropshipping

O *Dropshipping* teve início nos Estados Unidos com vendas em sites de leilões por volta do ano de 2006, é uma técnica de gestão da cadeia logística que o revendedor não possui estoque de produtos, ele estabelece uma parceria com o fornecedor atacadista, esse possui estoque e permite que o revendedor tenha acesso ao seu mix de produtos e respectivas quantidades REIS, (2016).

Assim que o cliente efetua seu pedido e finaliza com o pagamento, este pedido é intermediado pelo revendedor com o atacadista que separa o produto, embala e envia direto ao cliente, sem que o revendedor tenha acesso à mercadoria. Para utilização da técnica, caso o revendedor ainda não possui, é necessário um baixo investimento para um computador com acesso à internet UFMG, (2015).

Através do conhecimento adquirido pela experiência dos autores desta pesquisa, demonstram como é efetuada a emissão da nota fiscal, onde o revendedor recebe o pedido do cliente, comunica ao fornecedor, que por sua vez emite a nota fiscal em nome do revendedor. Baseado na nota fiscal recebida o revendedor emite uma nova nota para o cliente e envia uma cópia ao fornecedor para o transporte do produto.

Figura 01: Modelo Dropshipping



Fonte: Ufmg, 2015.

Ayres, (2009) elenca alguns critérios para escolha do fornecedor como a capacidade de atender as demandas, capacidade de fabricação (ter estoque), a competência, saúde financeira para que haja confiabilidade na continuação de fornecimento, preços, prazos e descontos.

A técnica permite grande flexibilidade quanto ao local de trabalho, além de uma alta lucratividade também muito utilizada como uma renda extra em tempos de crise. BENÍCIO, (2013).

O autor também demonstra tais quesitos como prós na utilização do modelo como: Lucratividade: O revendedor possui uma alta lucratividade devido ao fato de não ter despesas com um depósito físico, embalagens e envio dos produtos; Baixo investimento: não se faz necessário investimento em estoques, espaço físico (armazenamento); Flexibilidade: o modelo permite sua utilização de qualquer local onde tenha acesso à *internet*; Mix de produtos: utiliza-se o estoque de vários fornecedores e suas grandes variedades e Escalabilidade: no *dropshipping* independente do número de pedidos recebidos a parte mais trabalhosa fica por parte dos fornecedores, assim consegue-se atender uma grande quantidade de pedidos sem grande trabalho adicional, ou seja, grande possibilidade de expansão do negócio.

Seguindo seu estudo Benício (2013), exibe os contras na utilização do *dropshipping* nos quais são: Cancelamento da compra: se o pedido já foi feito ao fornecedor e o cliente

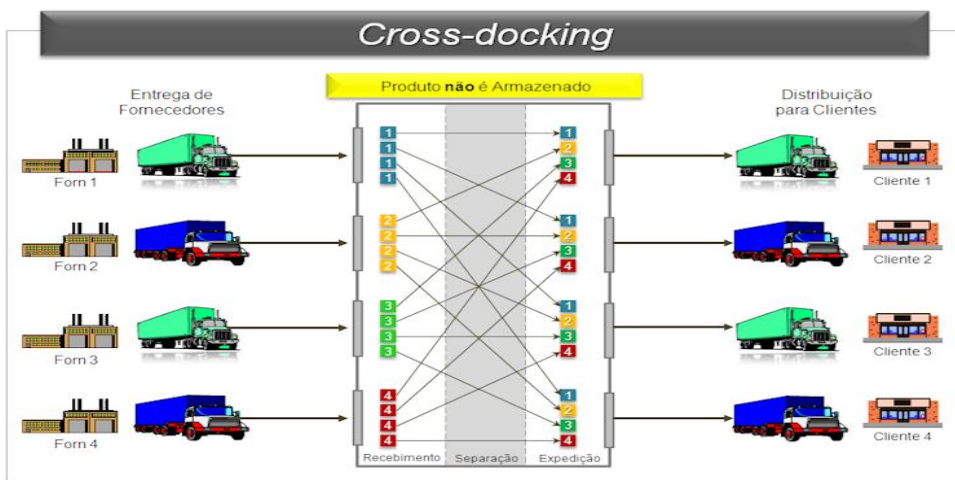
cancela, o prejuízo fica para o vendedor; Trocas: as trocas ficam mais complicadas, já que o contato do cliente não é direto com o fornecedor.

2.4 Cross-Docking

Nos últimos dez anos o *cross-docking* se tornou uma grande prática logística a serviço a cadeia de suprimentos, o modelo contribuiu para obter alguns de seus propósitos essenciais como o aumento do fluxo de matérias, redução de estoques e de armazéns, melhora nos recursos financeiros como também a redução dos *lead times* PIRES (2007).

Pires (2007), ainda menciona o *cross-docking* de forma simplificada, uma prática na qual se objetivam em armazenagens desnecessárias e que se tornem desperdícios, o foco principal é a transição da mercadoria sem a necessidade de armazenamento. Imagine determinado centro de distribuição de uma empresa que recebe produtos de inúmeros fornecedores, no modelo elimina-se a necessidade de armazenamento e procura-se enviar os produtos imediatamente à mercadoria para o cliente, utilizando o local somente para movimentar a mercadoria para envio tornando o armazenamento de produtos nulo ou próximo à zero.

Figura 02: Operação de *cross-docking*



Fonte: Nogueira, 2015.

O atual mercado de negócios está cada dia mais exigente quanto a operações logísticas mais rápidas com um menor custo, com o intuito de atender estratégias de marketing, gerenciar redes de clientes e fornecedores, e tornar viável práticas como o *Just-in-time* BARROSO, (2001).

Ainda Barroso afirma que o *cross-docking* é um modelo logístico que responde a essas necessidades e apresenta suas vantagens e desvantagens na utilização da técnica começando pelas vantagens: Acelera o fluxo de mercadorias; Reduz o custo de manuseio; Dá suporte às estratégias *Just-in-time*; Reduz a necessidade de espaços; Reduz obsolescência.

Já as desvantagens: Requer sincronização dos fornecedores e demanda; Risco de *stock-out* pela ausência de estoque de segurança; Relações imperfeitas com os fornecedores; Gerencia nem sempre possui uma visão holística e orientada da cadeia de suprimentos; Dependências inadequadas ou retorno sobre investimentos insuficientes para justificar a compra, reforma ou construção de um centro de distribuição adequado

Quadro 01: Diferenças entre *Dropshipping* e *Cross-docking*

ETAPAS	DROPSHIPPING:	CROSS-DOCKING:
Armazenamento:	Não há armazenamento.	O armazenamento é limitado ou nulo, realizado através dos centros de distribuição.
Entrega:	A entrega do produto ao cliente é feita diretamente pelo fornecedor.	A entrega do produto é feita através da equipe (ou transportadora) do centro de distribuição.
Exclusividade nos produtos:	Alta variedade de produtos.	Alta variedade de produtos.
Lucratividade:	Alta lucratividade para o lojista.	Lucratividade satisfatória para o lojista.
Vantagens:	Não há custos com estoque, pacote e armazenagem.	Não há custos com estoque, mas pode haver com pacote e armazenagem.
Desvantagens:	Pode ocorrer lentidão de despacho do fornecedor e haver problemas alfandegários no caso de importação.	Dificuldade de sincronia entre os envolvidos no processo geral do <i>cross-docking</i> .
Gestão estratégica	O lojista deve orientar seu cliente e esclarecer sobre o prazo entrega. É necessário acompanhar a venda até que o cliente confirme o recebimento do produto.	Cuidado com a eficiência no fluxo de informações entre os envolvidos. É imprescindível sincronizar as atividades entre lojista, fornecedor, distribuição e transportadora.

Fonte: Arraes, 2014

CONCLUSÃO

O trabalho trouxe a compreensão, definições sobre os modelos de gestão logística *cross-docking* e *dropshipping*, modelos estes que são de grande importância para as empresas que necessitam estar atualizados quanto a estratégias que levam a obter vantagens competitivas sobre os concorrentes.

Através dos estudos com levantamentos bibliográficos, bem como respondendo aos nossos objetivos propostos no referido artigo, o mercado virtual tem sido promissor e vantajoso, de tal forma sendo uma ótima alternativa de investimento com baixo custo e alta lucratividade.

E com a implantação do modelo de *dropshipping* como uma atividade inovadora dentro das empresas, se tem diminuído custos com estoque, e assim aumentando lucros garantindo a sobrevivência no mundo dos negócios com maior rentabilidade financeira.

Ainda a utilização do modelo *dropshipping* e do *cross-docking* tende a crescer ainda mais, devido ao baixo custo inicial, como também a flexibilidade no local de trabalho para que as pessoas que souberem aproveitar essa tendência poderão obter vantagens competitivas no mercado. Sendo elas: Baixo ou nenhum custo no tocante a embalagens e armazenamento dos produtos; Grande mix de produtos; Alta lucratividade e Baixo investimento

Conclui-se que manter um bom relacionamento com o cliente e manter uma relação duradoura se torna essencial, as empresas que atuam no ramo *dropshipping* e/ou *cross-docking* devem procurar continuamente melhorar e implementar a sua logística, possibilitando assim ao seu cliente agilidade para adquirir mercadorias nos prazos e com segurança sem maiores prejuízos, ou seja, sendo necessário acompanhar as exigências e tendências mercadológicas.

Como também para as empresas que desejam utilizar esta metodologia a fim de verificar se o *cross-docking* e o *dropshipping* se enquadram em suas metas e/ou objetivos, o real custo que todo processo irá custar e processos para introdução parcial ou por completa de sua gestão de suprimentos.

Para posteriores estudos sugerimos ainda fazer uma pesquisa mais aprofundada relativa à combinação entre o *cross-docking* e o *dropshipping* como complemento dos sistemas de distribuição e definir qual modelo inserir em cada tipo de processo; Analisar a aplicação do *dropshipping* em outras áreas distintas do comércio eletrônico; Analisar os resultados obtidos através da inserção do *dropshipping* e/ou *cross-docking* como principal sistema de distribuição da cadeia de suprimentos tendo como alicerce os fornecedores e a Rentabilidade Empresarial.

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas. 2000.

AYRES, Antonio de Pádua Salmeron. **Gestão de Logística e Operações**. Curitiba: IESDE Brasil S.A. P. 172. 2009.

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**. São Paulo: Atlas, 2007. – 1ed. – 19. Reimpr.

CHING, Hong Yuh **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos** 2.ed. São Paulo: Thomson, 2007.

GOMES, Carlos Francisco Simões. **Gestão da cadeia de suprimentos integrada à tecnologia da informação**. / Carlos Francisco Simões Gomes & Priscilla Cristina Cabral Ribeiro. – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

NOVAES, Antonio Galvão. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. (2ª reimpressão).

PIRES, Sílvio Roberto Ignácio. **Gestão da Cadeia de Suprimentos. Conceitos, Estratégias, Práticas e Casos**. São Paulo: Ed. Atlas. 2007.

ARRAES, João Paulo. **Dropshipping ou cross-docking: qual a escolha para o seu e-commerce**. Disponível em <https://www.e-commercebrasil.com.br/artigos/dropshipping-ou-cross-docking-qual-escolha-ideal-para-o-seu-e-commerce/> (Acesso: 22/09/16).

BARROSO, Fábio. **A operação de cross-docking.** Disponível em <http://www.ilos.com.br/web/a-operacao-de-cross-docking/> (Acesso: 18/09/2016).

BENÍCIO, Neemias. **Dropshipping no Ecommerce: Vantagens e Desvantagens.** <http://ecommercepordentro.com/dropshipping-ecommerce-vantagens-e-desvantagens> (Acesso: 28/08/2016). 11 de novembro de 2013.

BORGES, Bruno. **Compras pela internet “bombam” com comodidade e incentivos.** Disponível em <http://www.otempo.com.br/blogs/tecnologia-e-m%C3%ADdia-19.246340> (Acesso: 18/09/16).

HAYES, Mark. **Drop Shipping: A Forma Mais Fácil de Vender Online.** Disponível em <https://pt.shopify.com/blog/17588672-drop-shipping-a-forma-mais-facil-de-vender-online> acesso em 26/08/2016.

NOGUEIRA, Amarildo. **Cross-Docking.** Disponível em <http://portallogistico.com.br/2015/04/27/cross-docking-39781/> (Acesso: 10/09/2016).

REIS, Kevin. **Guia de Drop Shipping Para Iniciantes.** <https://gospaces.com.br/blog/72778181-guia-de-drop-shipping-para-iniciantes> (acesso: 27/08/16). 12 Janeiro 2016.

S/A. **Prós e Contras do Dropshipping no Brasil.** Disponível em <http://www.fafich.ufmg.br/psicologiadotrabalho/index.php/blog/8-prosecontras/16-droppshipping> (Acesso: 26/08/16).