



UNICEPLAC

Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos - UNICEPLAC

Curso de Direito

Trabalho de Conclusão de Curso

**A responsabilidade civil consumerista no contrato de
*dropshipping***

Gama-DF

2022

EDUARDA NÓIRE MEDEIROS MELO

**A responsabilidade civil consumerista no contrato de
*dropshipping***

Artigo apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Direito pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Orientador: Prof. Dr. Ivan Claudio Pereira Borges

Gama-DF

2022

EDUARDA NÓIRE MEDEIROS MELO

A responsabilidade civil consumerista no contrato de *dropshipping*

Artigo apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Direito pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Gama, 12 de novembro de 2022.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Ivan Claudio Pereira Borges
Orientador

Prof. Gedeon Dias Ramos Júnior
Examinador

Prof. Rhemora Ferreira da Silva Urzeda
Examinador

A responsabilidade civil consumerista no contrato de *dropshipping*

Eduarda Nóire Medeiros Melo¹

Resumo:

O trabalho investiga a natureza e o enquadramento jurídico do *dropshipping* no âmbito brasileiro, fenômeno crescente no comércio eletrônico. Em um primeiro momento, analisa o conceito do termo em si, como faz uma análise sobre o funcionamento do procedimento. Após, busca-se compreender a natureza jurídica desse contrato em função de espécies contratuais típicas que se assemelham ao *dropshipping*. Por fim, a responsabilidade civil consumerista do intermediador e seu problema fronteiriço. O artigo possui abordagem metodológica, com bases bibliográficas, jurisprudenciais e documentais. Conclui-se que o modelo de *dropshipping* costuma ocorrer no modelo de compra e venda ou no contrato semelhante de colaboração/intermediação. Por fim, conclui-se que o intermediador (varejista) só pode ser responsabilizado por vício do produto ou inadimplência do contrato a depender do modelo adotado.

Palavras-chave: Contratos Eletrônicos, *dropshipping*, responsabilidade consumerista.

Abstract:

The paper investigates the nature and legal framework of *dropshipping* in the Brazilian context, a growing phenomenon in electronic commerce. In the first moment, it analyzes the concept of the term itself, as well as the functioning of the procedure. Then, it seeks to understand the legal nature of this contract in light of typical contractual species that resemble *dropshipping*. Finally, the intermediary's consumer civil liability and its cross-border problem. The article has a methodological approach, with bibliographical, jurisprudential, and documentary bases. The conclusion is that the *dropshipping* model usually occurs in the buy-sell model or in the similar collaboration/intermediation contract. Finally, it is concluded that the intermediary (retailer) can only be held liable for product defect or breach of contract depending on the model adopted.

Keywords: Consumer Responsibility, *dropshipping*, electronic contracts.

¹ Graduanda do Curso Direito, do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac. E-mail: duda.noire@hotmail.com.

1. INTRODUÇÃO

Com o desenvolvimento da sociedade pós-moderna as possibilidades de comunicação, interação, locomoção e criação se tornaram grandiosas e cada vez mais essas evoluem e são aperfeiçoadas para transformar a vida cotidiana ainda mais funcional e prática. Nesse sentido, podemos citar como exemplo as múltiplas formas de locomoção que foram desenvolvidas ao longo da história, permitindo que uma pessoa se desloque de cidade, estado ou até mesmo país rapidamente.

Um marco histórico da fase pós-moderna para expandir o contato do ser humano foi a criação da internet, posto que, essa possibilitou a globalização da comunicação e informação em massa. Pessoas de diferentes lugares do planeta se tornaram capazes de interagir entre si, por meio de uma rede de computadores. Atualmente, também, via *smartphones* e os mais diversos aparelhos eletrônicos seja para se comunicar, para buscar informação e estudo ou até mesmo para realizar transações comerciais.

Desta maneira, com a utilização crescente da internet para efetuar compras, a necessidade de se locomover até uma loja física na qual o objeto almejado está sendo comercializado se tornou consideravelmente reduzida. Tal capacidade, além de permitir que uma pessoa obtenha um bem ou serviço sem sair de sua residência, também proporcionou o aumento da gama de possibilidades de contratos comerciais, sendo, o modelo de negócio de *dropshipping*, um deles.

Assim, o *e-commerce* se torna cada vez mais popular entre os vendedores e consumidores em volta do globo. Investidores de todos os tipos estão usando e investindo em plataformas *online* como forma de quebrar barreiras de logística para aumentar seu faturamento, mas também, para otimizar o ato do comércio em si. Isto significa, que além das empresas poderem comercializar, pessoas físicas, podem, também, aproveitar desse espaço para entrarem em sites que aproximam vendedores e consumidores, denominados sites intermediadores.

Porém, essas novas relações de contratuais de consumo ao mesmo tempo que proporciona facilidades e praticidades, também geram grandes desafios e dificuldades para juristas e legisladores brasileiros. Visto que, muitas formas do *e-commerce*, devido a suas peculiaridades não têm disposição específica no ordenamento brasileiro, e, por várias vezes, nem mesmo no ordenamento internacional. Essa situação se dá pelo fato, o qual, quando reformado o Código Civil

em 2002 e o Código de Defesa do Consumidor de 1990, não era possível prever tantos avanços grandiosos sobre o comércio eletrônico, assim, não tratando-o de forma específica em seus artigos.

O ponto de partida do presente artigo busca analisar a complexidade jurídica do contrato de *dropshipping*, em razão da sua dificultosa identificação pela complexidade de sua matéria, mas também, pela dificuldade de acesso à informações e estudos pela falta de análise doutrinária do tema, devido ser tão recente. Dessa forma, juntando um compilado de entendimentos jurídicos a fim de tentar traduzir e facilitar as diversas formas desse contrato à luz do direito privado brasileiro.

No capítulo seguinte, abordaremos sobre a proteção ao consumidor pelo vício de produto ou do inadimplemento contratual por parte do intermediador ou distribuidor, em relação a responsabilidade civil consumerista destes, à luz do Código de Defesa do Consumidor juntamente com interpretações recentes dadas pelo Supremo Tribunal de Justiça. Por último, será feito o estudo acerca do problema fronteiro da responsabilidade civil consumerista no *dropshipping*, a respeito da diferenciação intermediadores de fato e plataformas que trabalham como serviço de anúncios.

O artigo em questão visa avaliar as possibilidades de responsabilização civil consumerista dos intermediadores em face do contrato de *dropshipping*, tendo em vista a condição de vulnerabilidade do consumidor dentro da relação negocial e as possibilidades de aplicação que versam sobre os contratos típicos do ordenamento jurídico, sendo que esse, ainda não tem legislação própria.

Dessa forma, expondo a necessidade de estabelecer diretrizes que permitam segurança jurídica para todos inseridos na relação de consumo virtual. Como, também, expor a necessidade de observação para novas pesquisas e estudos sobre o assunto, uma vez que, gradativamente a utilização desses tipos de contrato se tornam mais recorrentes no meio social, assim sendo, importantíssima a criação de uma legislação própria apropriada para determinados casos *online*.

A metodologia utilizada para confecção do trabalho foi a bibliográfica, através de jurisprudências e posicionamentos doutrinários, além da aplicação da legislação vigente sobre às relações de consumo.

2. A COMPLEXIDADE DA NATUREZA JURÍDICA DO CONTRATO DE DROPSHIPPING

O problema de pesquisa com que se defronta esta investigação é saber como a responsabilidade civil contratual de caráter consumerista se aplica no caso de um contrato atípico como o *dropshipping*. Como se sabe, a evolução das modalidades contratuais sempre foi crescente, mas parece que o fenômeno da pandemia do COVID-19 potencializou os meios de formação e extinção dos contratos civis e empresariais em razão das facilidades de intercomunicação eletrônica via internet, entre as quais também se destaca o *dropshipping*. Tais facilidades também implicam no aumento da complexidade das relações negociais e o *dropshipping* é um destes exemplos de facilitação e complexidade.

Para compreender a responsabilidade consumerista no contrato de *dropshipping* é preciso entender o significado comercial e empresarial do termo em inglês, como sua atipicidade e o âmbito de atuação nas relações negociais no Brasil. A atipicidade contratual é regra no direito civil e empresarial no Brasil, ex vi do artigo 425, do Código Civil, que dispõe ser, lícito às partes estipular contratos atípicos, observadas as normas gerais fixadas neste Código (BRASIL, 2002). Ao se referir sobre a normas gerais esse mesmo diploma legal se reporta, ainda que indiretamente, aos arts. 421 e 422 do mesmo código, que tratam, respectivamente, da função social do contrato, da probidade e boa-fé, princípios basilares na formação dos contratos.

Tratando-se de prática empresarial e comercial do século vinte e um, a definição de sua natureza jurídica ainda se encontra em estudos acadêmicos, pois em sua composição guarda elementos de outros contratos, sui generis. Podendo ser comparado a três tipos contratuais, são esses: compra e venda; distribuição ou intermediação; e prestação de serviços.

O *dropshipping*, embora deva ser relacionado e traduzido em linguagem jurídica, não é originalmente um conceito jurídico. Pelo contrário, resulta da ciência logística e deve ser compreendido com o auxílio desta. Assim, é um termo, o qual, o seu significado vem da junção das palavras *drop* (largar) e *shipping* (remessa), “um modelo de estratégia logística”, utilizado em vários marketplaces como Mercado Livre, eBay, AliExpress e Amazon. (SANTOS, 2020)

No âmbito comercial e empresarial, apresenta-se como um método de vendas de produtos de consumo básico, consistente apenas na intermediação da compra e venda de bens fungíveis sem a necessidade do armazenamento físico de estoque, ou seja, não é mais necessário que o vendedor tenha o produto em mãos para concluir a venda. Atitude essa que muito diverge da prática do comércio tradicional, no qual,

“movem-se os materiais para o estoque, mantêm-se-os lá enquanto necessário, e então se os move para fora do estoque, de acordo com a demanda” (WATERS, 2003, p.33) que ainda é muito atual e a escolha de muitíssimas empresas.

Porém, é possível listar diversos tipos de problemas do estoque tradicional, como: o acúmulo de produtos e com isso, o aumento de desperdício; e o descarte de produtos novos e nunca usados ou para que essa situação não ocorra, a ausência de produtos disponíveis em estoque e a diminuição da clientela por falta deles. É de suma importância, também, citar o alto custo de manutenção para manter esses estoques.

Uma forma para solucionar tais problemas foi a criação do método *dropshipping*, visto que não há estoque e muito menos um centro de distribuição. Ou seja, a parte do armazenamento não mais fica por conta do varejista, mas por conta do fornecedor, este titulado como *dropshipper*, o que reduz o custo de envio e de armazenamento. Dessa forma, o vendedor não obtém a mercadoria e nem faz a entrega de forma simultânea, mas aciona o fornecedor para que este proceda o envio diretamente ao cliente. Isto significa que, não há relação contratual direta entre o consumidor e o atacadista, ou seja, nessa modalidade a loja não precisa manter um estoque de produtos e apenas intermedia a operação e terceiriza o processo para fornecedores que armazenam os produtos e posteriormente os distribuem (SANTOS, 2020).

Quanto à relação jurídica contratual é classificada como: consensual, onerosa e comutativa, bilateral, não solene, principal, impessoal e de execução continuada e impessoal (MARTINS, 2019, p. 75-79). O varejista virtual não necessita de produtos em estoque no *dropshipping*, como ocorre diferentemente nas categorias tradicionais de comércios. De forma contrária ao modelo tradicional, na categoria de *dropshipping* são expedidos os pedidos ao fornecedor, e ele que, portanto, os provê e os destina de forma direta ao cliente.

O modelo de negócio *dropshipping* até o momento não possui legislação própria para regulá-lo, porém, sua prática é aceita no Brasil, tendo em vista que não há legislação contrária que impeça sua utilização e, pelo contrário, o *dropshipping*, como já se encaixa sobre os contratos atípicos. Neste capítulo, serão analisados os requisitos, como também, a complexidade de identificação em razão de sua atipicidade.

2.1 Dropshipping na forma de compra e venda

De acordo com o Código Civil no artigo 481, que reza sobre o contrato de compra e venda, “um dos contratantes se obriga a transferir o domínio de certa coisa, e o outro, a pagar-lhe certo preço em dinheiro” (BRASIL, 2002). Um dos requisitos gerais para o contrato de compra e venda é a disponibilidade do objeto contratual, que pode ser determinado ou determinável, conforme o art. 104, do mesmo Código. Além disto, é possível a compra e venda de objetos de disponibilidade diferida, ou adiada, como no caso de venda de veículos em produção.

Dessa forma, o consumidor compra do varejista que então adquire do atacadista e este deverá entregar o produto ao consumidor. Aliás, o Código Civil disciplina a figura da compra e venda com expedição para lugar diverso, nos termos do art. 494, pela qual os riscos da expedição correriam por conta do varejista, uma vez entregue pelo fornecedor da mercadoria ao transportador. “Embora, o caso em geral seja interpretado como entrega a um terceiro na condição de portador” (GAGLIANO; PAMPLONA FILHO, 2012, p. 56), nada impede que haja a emissão da nota de remessa para o consumidor final, proprietário legítimo da mercadoria em virtude de uma compra e venda diretamente com o varejista.

No dropshipping, a fornecedora, produtora ou atacadista costuma organizar por sua conta o transporte. Desde que haja a correta comunicação pelo varejista dos dados do cliente para a fornecedora, o ônus é repassado para esta. O contrato celebrado poderá dispor de modo específico a sistemática de transporte adotada. Assim dizendo, pode ser traduzido para a linguagem jurídica brasileira, visto que é contrato típico de compra e venda trazido pelo Código Civil.

2.2 Dropshipping no contrato de colaboração

No caso desse contrato, melhor do que o termo “colaboração”, é o termo “intermediação”, visto que, é basicamente, “essa relação que esse tipo de contrato traz, mediante intermediação de bens e serviços entre fornecedores e consumidores, as quais podem ser agrupadas nos chamados contratos de colaboração”. (SANTA CRUZ, 2020).

Segundo Fábio Ulhôa Coelho, “os contratos de colaboração são os quais as empresas contratantes articulam seus esforços visando à criação ou consolidação de

mercados consumidores dos produtos fornecidos por um deles.” (COELHO, 2015). Outrossim, na colaboração por intermediação, o produtor cuida da produção e disponibiliza as mercadorias ao comércio e o distribuidor (vendedor), faz a negociação em nome próprio, assume os riscos da atividade e sua remuneração consiste na diferença de preços praticados nesse método ao método tradicional de vendas.

Desta maneira, a empresa deixa claro o papel de intermediadora, diferenciando-a da figura do vendedor e eximindo de maiores responsabilidades pelas ações deste. Entretanto, no Código Civil de 2002, não há espécie contratual que denomine “intermediação”, mas sim, algumas figuras que podem ser assemelhar e que envolvem, são essas: mandato (arts. 653 a 692); comissão (arts. 693 a 709); agência e distribuição (arts. 710 a 721) e corretagem (arts. 722).

Assim sendo, a situação que mais se aproxima com o modelo de contrato de “*dropshipping* intermediação” é o contrato de comissão, uma vez que, este é específico para compra e venda de bens pelo comissário, que age em nome próprio, porém este deve se submeter a ordens e instruções do comitente e a remuneração pelo seu trabalho é negociada e não determinada pela diferença de preços (arts. 693, 695 e 701 do Código Civil) (BERTOLDI; RIBEIRO, 2020). Tendo em conta, que este é o único tipo contratual que o contratado assume por conta própria os riscos e celebra em seu nome os negócios.

Porém, em todo o caso de tipo de contrato é importante adotar as regras do contrato típico mais semelhante ou na ausência destas, adotar as regras gerais do Código Civil. Esta é uma medida de segurança jurídica, para trazer maior estabilidade para as relações comerciais e reduzir os custos da transação. É de suma importância respeitar tais regras para que o procedimento se torne cada vez mais seguro, mais aperfeiçoado e mais usado entre as empresas para que em breve tenha a sua própria legislação para regulá-lo.

2.3 *Dropshipping* no contrato de prestação de serviços

Atualmente, o *dropshipping* é muito utilizado em marketplaces como Mercado Livre, eBay, AliExpress e Amazon. Nessa modalidade, “a loja não precisa manter um estoque de produtos e apenas intermedia a operação e terceiriza o processo para fornecedores que armazenam os produtos e posteriormente os distribuem” (SOUSA, 2020).

Dessa forma, para se caracterizar como empresa que presta contrato de prestação de serviços no *dropshipping*, a plataforma *online*, como, por exemplo, o AliExpress, precisam ser uma empresa de atacado, onde há vários *dropshipper* que fornecem diversos produtos para vendedores publicarem e venderem em suas lojas virtuais próprias. Assim, fazendo com que o ciclo do *dropshipping* aconteça.

Porém, é facilmente confundido com plataformas que servem apenas para anúncios, essas, não são empresas de venda e tão pouco intermediadoras. Quanto a isso, é preciso ter cuidado, visto que, o serviço de anúncios descaracteriza a essência da logística do *dropshipping*. Ou seja, a anunciadora não faz parte das etapas de venda, execução e conclusão do contrato, dessa forma, não tem personalidade para responder solidariamente por algum tipo de sinistro sobre a compra.

Para exemplificar a situação, foi o caso da plataforma “OLX”, empresa provedora de espaço para anúncios virtuais, assim, se descaracterizando como intermediadora, pois, não traz a essência do *dropshipping*, a qual, não auferir lucro sobre a negociação. Vejamos o julgado do Tribunal de Justiça de São Paulo:

APELAÇÃO. PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS. ANÚNCIO DE MOTOCICLETA PELA INTERNET. CONSUMIDOR QUE ALEGA TER SE VALIDO DOS SERVIÇOS DE CLASSIFICADOS DO SITE OLX. O provedor do espaço para anúncios virtuais, no caso dos autos, não faz parte da cadeia de consumo, não respondendo pelo inadimplemento contratual. Intermediação não caracterizada. Ausência de responsabilidade. Sentença Reformada. (SÃO PAULO, 2020).

Como, também, foi o caso no julgado do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul:

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. AÇÃO DE RESOLUÇÃO CONTRATUAL C/C INDENIZATÓRIA. COMPRA DE MOTOCICLETA PELA INTERNET. BEM NÃO ENTREGUE. VENDEDOR DA ROMÊNIA. SITE DE PUBLICAÇÃO DE ANÚNCIOS. OLX. MERA APROXIMADORA. AUSÊNCIA DE INTERMEDIAÇÃO. AUSÊNCIA DE RESPONSABILIDADE DA RÉ. SENTENÇA REFORMADA. DEMANDA IMPROCEDENTE. Caso dos autos em que o autor adquiriu motocicleta de vendedor residente na Romênia, divulgada na plataforma de anúncios da ré OLX, sem, no entanto, receber o bem. **Considerando que a demandada atua como mera aproximadora de vendedores e compradores, apenas publicizando em sua plataforma os anúncios de venda, não atuando diretamente como negociadora, inviável responsabilizá-la pelos danos sofridos pelo autor.** Assim, tendo em vista que comprovado que toda negociação fora realizada diretamente pelas partes por e-mail, sem qualquer ingerência da ré, impositivo o juízo de improcedência da demanda. Apelo do autor, que visava à majoração

do quantum indenizatório arbitrado a título de dano moral, bem como a majoração dos honorários advocatícios fixados, que resta prejudicado. (RIO GRANDE DO SUL, 2019, grifo nosso).

Ou seja, quando a empresa apenas faz prestação de serviços de anúncio, essa não se classifica no procedimento do *dropshipping*, sendo uma relação eventual, dessa forma, não é responsabilizada sobre a relação consumerista.

3. A RESPONSABILIDADE CIVIL CONSUMERISTA DO INTERMEDIADOR OU DISTRIBUIDOR NO *DROPSHIPPING*

Por ser um contrato atípico, isto é, não previsto em legislação brasileira, a responsabilidade civil contratual submete-se aos dispositivos gerais sobre a matéria. Desse modo, como se trata de uma nova forma de contratação, o cabimento da responsabilidade civil, juntamente atrelada aos preceitos do Código de Defesa do Consumidor, precisa ser investigada nas peculiaridades do contrato. Assim, estes legislam sobre normas para a responsabilização de todos aqueles que participam desta relação.

Dessa maneira, nesse capítulo será estudado, a associação do intermediador na relação de consumo e a sua possibilidade de responsabilização. Porém, há o questionamento sobre a forma que ocorre no procedimento do *dropshipping*, afinal, o intermediador faz parte da cadeia de consumo? Porque em algumas hipóteses ele pode ser visto por fora da relação de consumo como também pode ser comparado ao “prestador de serviços de anúncio”, mesmo que os dois tenham funções e objetivos diferentes.

Como visto no capítulo anterior, existem três modalidades de *dropshipping* e em todas o intermediador faz parte do procedimento, sendo figura insubstituível para o bom funcionamento do processo. Esse, também, obtém lucro com a intermediação e todos aqueles que lucram por intermediar transações entre o consumidor e o varejista, assume a qualidade de participante da cadeia de consumo e, por isso, tem legitimidade para responder pela ação frente aos prejuízos causados ao comprador.

Portanto, estes sites intermediadores fazem nascer expectativas naqueles cuja confiança na plataforma foi despertada, lucram com isso, e devem obedecer às normas que garantem a segurança pertinente aos produtos que colocam no mercado. (MARQUES, 2019).

O Superior Tribunal de Justiça, deliberou sobre o caso de uma consumidora que moveu a ação em face do provedor de busca, em virtude de que não teria recebido uma mercadoria adquirida no e-commerce, vejamos:

CIVIL E CONSUMIDOR. INTERNET. RELAÇÃO DE CONSUMO. INCIDÊNCIA DO CDC. GRATUIDADE DO SERVIÇO. INDIFERENÇA. PROVEDOR DE PESQUISA VOLTADA AO COMÉRCIO ELETRÔNICO. INTERMEDIACÃO. AUSÊNCIA. FORNECEDOR. NÃO CONFIGURADO. 1. Ação ajuizada em 17/09/2007. Recurso especial interposto em 28/10/2013 e distribuído a este Gabinete em 26/08/2016. 2. A exploração comercial da Internet sujeita as relações de consumo daí advindas à Lei nº 8.078/90. 3. **O fato de o serviço prestado pelo provedor de serviço de Internet ser gratuito não desvirtua a relação de consumo.** 4. **Existência de múltiplas formas de atuação no comércio eletrônico.** 5. O provedor de buscas de produtos que não realiza qualquer intermediação entre consumidor e vendedor não pode ser responsabilizado por qualquer vício da mercadoria ou inadimplemento contratual. (BRASIL, 2016, grifo nosso).

Ou seja, é compreensível que as disposições previstas no Código de Defesa do Consumidor se aplicam plenamente ao *e-commerce*². No mesmo sentido, a Relatora reconhece a “existência de múltiplas formas de atuação no comércio eletrônico”, desse modo, entende-se que existe diversas formas de atuar no e-commerce. Então, o *dropshipping*, com suas características e seu procedimento único, é uma dessas formas de atuação no comércio eletrônico, desse modo, é abrangido pela aplicação do CDC.

Com o entendimento sobre a aplicação do Código de Defesa do Consumidor no processo de *dropshipping*, resta compreender sobre a parcela de responsabilidade do intermediador ou distribuidor, participante necessário nesta relação comercial. É o caso da seguinte ementa:

JUIZADO ESPECIAL CIVEL. COMPRA DE PRODUTO PELA INTERNET. PRELIMINAR DE ILEGITIMIDADE PASSIVA DA EMPRESA RESPONSÁVEL PELA GESTÃO DO PAGAMENTO. REJEITADA. NÃO ENTREGA DO PRODUTO. ESTORNO EM DOIS MESES. DANOS MORAIS NÃO CONFIGURADOS. SENTENÇA MANTIDA. RECURSO IMPROVIDO. 1. **Participa da cadeia de consumo quem auferir vantagem econômica ou de qualquer outra natureza, por intermediar transações entre o consumidor e terceiros. Por essa razão, responde solidariamente aos prejuízos causados ao comprador (parágrafo único do art. 7º e §1º do art. 25, CDC).** Ademais, responsabilidade civil é objetiva, ou seja, independe da demonstração da culpa, porque fundada no risco da atividade econômica. Preliminar rejeitada. 2. Alega o recorrente que em

² *E-commerce* é uma abreviação de *eletronic commerce*, traduzindo comércio eletrônico. É uma modalidade de negócios onde todas as transações comerciais são realizadas totalmente por meio *online*.

06/10/2015 efetuou a compra de um telefone celular pela internet com previsão de chegar ao endereço indicado em 23/10/2015. Já no dia 09/10/2015, registrou reclamação junto às requeridas, conforme documento id. 959.172. Em 15/10/2015, a requerida em resposta a disputa registrada informou ao consumidor acerca do cancelamento da compra (id. 959.164) que foi efetivado em 22/12/2015, conforme se verifica no documento acostado (id. 959.129). Além disso, o documento id. 959.156 comprova que o cancelamento foi solicitado pelo cliente e que houve integral ressarcimento do valor pago pelo consumidor. 3. O mero descumprimento contratual não traduz, por si só, a ocorrência de dano moral. No presente caso, verifica-se que o consumidor obteve resposta das requeridas após seis dias do registro da reclamação, bem como que a finalização do processamento ocorreu decorridos dois meses da data prevista para a entrega do produto. Assim, não há conduta desidiosa hábil a ensejar danos morais. Ademais, não restou evidenciado, por outras provas acostadas aos autos, que tal fato, por si só, foi capaz de macular os direitos da personalidade da parte recorrida. 4. Recurso conhecido. Preliminar de ilegitimidade passiva rejeitada. Improvido. Sentença mantida por seus próprios fundamentos. 5. Condenado o recorrente ao pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios, estes fixados em 10% do valor atribuído à causa, cuja exigibilidade fica suspensa em razão da concessão dos benefícios da justiça gratuita, nos termos do art. 98, §3º, do CPC/2015. 6. A súmula de julgamento servirá de acórdão, conforme regra do art. 46 da Lei 9099/95. (DISTRITO FEDERAL, 2016, grifo nosso).

De acordo com a análise deste Relator, é possível concluir de que o Superior Tribunal de Justiça compreende o intermediador como responsável solidário responde, porque, este participa da cadeia de consumo, nos termos do Código de Defesa de Consumidor, podendo responder tanto por vício do produto ou serviço, como também por inadimplemento contratual.

Na mesma linha de raciocínio, o Doutrinador Tarcisio Teixeira, ao analisar intermediadores como comerciante, compreende que caso a conclusão do negócio seja realizada por um intermediador, por exemplo, um site intermediador, a responsabilidade por danos causados ao consumidor deve ser atribuída de seguinte forma, sendo o negócio concluído na plataforma do site facilitador, tido como comerciante intermediário (agente), ele se submete às regras pertencentes ao fato (defeito) e ao vício do produto e do serviço por ele comercializado. (TEIXEIRA, 2015. p. 282.).

Em outras palavras, este tipo de contrato eletrônico tem como base de segurança, a responsabilidade civil daquele que fornecem os produtos, seja o fornecedor de fato ou o intermediador. Conforme esclarece Roberto Rocha:

Mesmo que os sites intermediadores de vendas estipulem cláusula de irresponsabilidade, no sentido geral, sobre os conflitos gerados nas relações comerciais, eles claramente

possuem forte papel na ação de induzir o cliente a confirma na plataforma e realizar a ação naquele estabelecimento virtual, portanto, não há como se isentarem das suas responsabilidades no processo. (ROCHA, 2017, p.12).

Em conclusão, os contratos virtuais elaborados em sites intermediadores, os quais, conectam o vendedor e o consumidor são considerados pelo Superior Tribunal da Justiça como participantes da relação consumerista, com fulcro no artigo 30³ do Código de Defesa do Consumidor. Assim, esse auferem uma parcela do ganho das vendas e concedem a própria plataforma para conclusão do negócio. Dessa forma, não é possível afastar a aplicação da responsabilidade solidária pela reparação de possíveis danos sobre as relações virtuais.

4. O PROBLEMA FRONTEIRIÇO DA RESPONSABILIDADE CIVIL CONSUMERISTA DO *DROPSHIPPING*

A partir das premissas até aqui apresentadas, falta ainda compreender o problema fronteiro da responsabilidade civil consumerista sobre o contrato de *dropshipping*. Neste capítulo será analisado o embaraço entre disparidade do intermediador e do distribuidor de serviços de anúncios, que podem ser comparados entre si, porém, suas características são extremamente diferentes, além das características, os seus objetivos também são dissemelhantes, sendo esses, uma das principais causas para que o problema fronteiro aconteça. Assim, esses sujeitos são os ponto-chaves para distinguir um contrato de *dropshipping* de outros tipo contratos.

Assim, como já visto, o intermediador faz o trâmite entre os fornecedores e os compradores, sendo responsáveis pelos meios de pagamento e pela entrega em troca de receber comissão sobre as vendas. Assim, tratando-se de pessoa que auxilia na circulação do produto de forma habitual e remunerada, o intermediador enquadra-se como fornecedor e, desta forma, tem responsabilidade objetiva em caso de acidente de consumo.

O distribuidor ou provedor de serviços de anúncios, entretanto, é um mecanismo de pesquisa direcionado ao *e-commerce* que possibilita o consumidor a localizar produtos e serviços no ambiente virtual, onde pode ser comparado tanto a

³ Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

qualidade quanto os preços dos produtos disponíveis no mercado *online*. Desse modo, o provedor de busca se limita a apresentar o resultado da pesquisa estritamente buscada pelo consumidor, sem intermediar, sendo assim, a compra e venda vai ser realizada entre o consumidor e o vendedor *online* escolhido.

Isso porque, ao se interessar por algum dos resultados entregue pelo distribuidor de busca, o comprador será direcionado ao site de vendas do serviço ou produto escolhido, assim, passará a relacionar somente com o sistema de venda e logístico do referido ambiente de venda *online*. Ou seja, o provedor de busca não possui qualquer relação com o contrato virtual de compra e venda que possa vir a ser firmado.

O Superior Tribunal de Justiça, também, no Recurso Especial nº 1.444.008-RS, se pronunciou no sentido de que os provedores de busca quando não realizam qualquer tipo de intermediação na compra realizada pelo consumidor não estão sujeitos à responsabilidade prevista no Código de Defesa do Consumidor, analisemos:

CIVIL E CONSUMIDOR. INTERNET. RELAÇÃO DE CONSUMO. INCIDÊNCIA DO CDC. GRATUIDADE DO SERVIÇO. INDIFERENÇA. PROVEDOR DE PESQUISA VOLTADA AO COMÉRCIO ELETRÔNICO. INTERMEDIÇÃO. AUSÊNCIA. FORNECEDOR. NÃO CONFIGURADO. 1. Ação ajuizada em 17/09/2007. Recurso especial interposto em 28/10/2013 e distribuído a este Gabinete em 26/08/2016.2. A exploração comercial da Internet sujeita as relações de consumo daí advindas à Lei nº 8.078/90.3. O fato de o serviço prestado pelo provedor de serviço de Internet ser gratuito não desvirtua a relação de consumo.4. Existência de múltiplas formas de atuação no comércio eletrônico.5. **O provedor de buscas de produtos que não realiza qualquer intermediação entre consumidor e vendedor não pode ser responsabilizado por qualquer vício da mercadoria ou inadimplemento contratual.** (BRASIL, 2016, grifo nosso).

O voto da Relatora, também, distinguiu de maneira descomplicada a distinção de atuação do “intermediador” para o “provedor de anúncios”, observemos:

24. Neste ponto, portanto, há de ser feita uma distinção fundamental para este julgamento. De um lado, **existem provedores de serviço na Internet que, além de oferecerem a busca de mercadorias ao consumidor, fornecem toda a estrutura virtual para que a venda seja realizada.** Nesses casos, e o acórdão recorrido traz alguns exemplos, **a operação é realizada inteiramente no site desse prestador. Sendo um contrato interativo, conforme exposto acima, a interação do consumidor se perfaz somente com os recursos virtuais fornecidos pelo prestador de serviço e, dessa forma, também passa a fazer parte da cadeia de fornecimento, nos termos do art. 7º do CDC, junto com o vendedor do produto**

ou mercadoria. Nestas situações, é comum a cobrança de comissões sobre as operações realizadas.

25. Há, contudo, uma situação muito distinta quando o prestador de buscas de produtos se limita a apresentar ao consumidor o resultado da busca, de acordo com os argumentos de pesquisa fornecidos por ele próprio, sem participar da interação virtual que aperfeiçoará o contrato eletrônico. (BRASIL, 2016, grifo nosso).

Conclui-se, à vista disso, que diante do “verdadeiro” intermediador, aquele que além de fornecerem a busca de mercadorias ao consumidor, fornecem a experiência da compra, ou seja, todo o amparo virtual para que a venda seja realizada, este é incluído na cadeia de consumo e é solidariamente responsável, nos termos do Código de Defesa do Consumidor. Em contrapartida, o prestador de buscas de produtos, não faz parte da cadeia de consumo e não se qualifica como *dropshipping*, por isso, não é amparado pelo CDC e não pode ser responsabilizado.

O ponto certo utilizado para a diferenciação é a participação do intermediador na realização do contrato. Entretanto, é importante se questionar se este seria o único critério possível. Porque, como visto, na realidade do caso concreto, a análise do grau de participação da empresa intermediadora será sempre relativa e muito minuciosa.

Uma vez que, até mesmo a Relatora que concedeu o devido recurso, traz em seu voto que a realidade do e-commerce é múltipla, ou seja, pode ser complexa, instável e variante, isto significa que é perfeitamente compreensível o aparecimento de “casos de fronteira” entre o intermediador e serviço de anúncios de produtos, ou melhor dizendo, novos casos que talvez tenham entendimentos diferentes daqueles que já estão em circulação no meio jurisdicional.

Outrossim, por mais que existam múltiplas formas de e-commerce o plano virtual não é um plano separado do real, mas um incremento do real. Se não há dois planos distintos, mas um único mundo real, então é necessária uma única moralidade, uma única justiça e um único direito (JURGENSON, 2011). Ou seja, o consumidor, dentro de qualquer plano, sempre será a parte mais vulnerável, como percebido no artigo 4º inciso I do CDC⁴, e, por isso, é de suma importância observar as

⁴ Art. 4º A Política Nacional de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

peculiaridades que cada procedimento traz para o caso concreto da relação de consumo e como todos os intermediários desta podem ser responsabilizados.

É significativo, desta maneira, trazer a observação sobre a responsabilização desses em face ao consumidor para que não restem dúvidas. Visto que, cabe ao consumidor investigar a plataforma de intermediação no mercado consumidor antes de concretizar a compra. Porém, cabe a empresa, enquanto intermediária, prover aplicação precisa para garantir clareza sobre responsabilização, dados, informações, serviços.

Como ocorre em uma empresa utilitária de *dropshipping*, por exemplo, a qual, é assertiva que tenha a responsabilidade subjetiva por algum fortuito possível, sendo essa informação clara ao consumidor no momento da compra. Assim, Tarciso Teixeira apresenta a importante reflexão quanto ao aspecto da responsabilidade de sites de intermediação no ambiente virtual perante o consumidor:

Sob o prisma da diligência média, os intermediários de negócios da Internet devem adotar todos os recursos disponíveis a fim de evitar prejuízos aos seus clientes, especialmente quanto aos defeitos e vícios aparentes e previsíveis, pois a falta de identificação do vendedor, de alertar o consumidor sobre os riscos dos negócios, de soluções técnicas preventivas etc. é indesculpável do ponto de vista da responsabilidade civil. (TEIXEIRA, 2015, p.292).

Posto isto, na hipótese do *dropshipping* mediante contrato este deverá ser definido com maior clareza o objeto principal da contratação e o grau de independência do intermediário para fins de melhor enquadramento contratual e responsabilização. Sempre dando atenção às regras do contrato típico mais semelhante para tornar o procedimento ainda mais seguro, criterioso e consciente. Ademais, quanto as empresas provedoras de serviços de anúncios, essas, também, precisam ser explícitas e esclarecedoras sobre a sua forma de funcionamento devido a sua possível falta de responsabilização.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As relações negociais do século vinte e um vêm a reboque das transformações da comunicação eletrônica por meio da internet e das plataformas digitais, inclusive por meio dos *smartphones*, eliminando, quase que por completo, o problema da localização dos contratantes, que não precisam, necessariamente

estarem no mesmo lugar ao mesmo tempo. Como se viu, nesta modesta exposição e investigação, a contratação por *dropshipping* possui agentes atípicos dentro das figuras existentes no Código de Defesa do Consumidor.

O foco principal explorado na pesquisa é aplicação da responsabilidade civil consumerista do intermediador no contrato de *dropshipping* em face do inadimplemento contratual, a fim de esclarecer a segurança do procedimento sobre a luz do ordenamento jurídico brasileiro.

A utilização do comércio eletrônico tornou possível que diversos agentes, sejam eles pessoas físicas ou pequenas, médias e grandes empresas em forma de intermediadores e até mesmos entidades públicas possam ofertar e comercializar produtos mesmo que não possuam um estabelecimento físico para realizar a venda. T tamanha possibilidade comercial dentro do espaço virtual gerou as mais diversas modalidades de negociação como, por exemplo, a técnica de logística *dropshipping*.

Técnica que pode ser definida pela terceirização do estoque da empresa varejista a conta do fornecedor, ou seja, sem a necessidade de armazenagem física de produtos por conta do vendedor, auferindo lucro devido à redução de custos que ocorre com a terceirização do processo de armazenagem e distribuição. Devida a sua essência múltipla de possibilidades e prática recente o *dropshipping* não deve ser analisado acerca de penas uma espécie contratual, mas adotado em diversos modelos contratuais a fim de compreender suas individualidades.

Por ser um contrato complexo devido a indefinição de sua identificação trabalhamos as formas que este pode ser apresentado ao mercado consumidor, ora como compra e venda, ora no contrato de colaboração e por último como contrato de prestação de serviços. A modalidade de compra e venda é a mais comum, vez que é o contrato típico de compra e venda observado pelo Código Civil. Sua distinção se caracteriza pela presença do intermediador na negociação da compra, mesmo que, este não tenha a posse do produto. Porém, o Código Civil disciplina a figura da compra e venda com expedição para lugar diverso, nos termos do art. 494, desde que haja a correta comunicação de dados do consumidor ao intermediador e varejista.

Já o contrato de colaboração por intermediação, o produtor cuida da produção e disponibiliza as mercadorias ao comércio e o distribuidor (vendedor), faz a negociação em nome próprio, assume os riscos da atividade e sua remuneração consiste na diferença de preços praticados nesse método ao método tradicional de

vendas. Sendo o contrato mais passível de comparação é o de comissão, regulado pelo Código Civil nos artigos 693 e seguintes.

Quanto ao contrato de prestação de serviços é preciso ter cautela, pois, facilmente pode ser compreendido de forma errônea, como já visto. Para se caracterizar *dropshipping* as empresas que fornecem espaço para anúncios precisam, também, fazer parte do processo de negociação e conclusão da compra. Tal como, ocorre com a empresa *AliExpress*, sendo uma plataforma de atacado e *dropshipping* que conecta *dropshippers* a fornecedores e produtos.

No entanto, a vulnerabilidade do consumidor torna-se uma realidade ainda maior no meio virtual, porque, não lidam diretamente ou presencialmente com o fornecedor ou vendedor do produto, ficando notoriamente em desvantagem caso algum problema aconteça na transação. Dentro da relação de consumo por intermediação no *dropshipping*, como estudado no presente artigo, o Superior Tribunal de Justiça já deliberou de forma unânime sobre a responsabilização solidária e objetiva do intermediador com base no Código de Defesa do Consumidor.

Porém, muitas destas empresas tentam se afastar da responsabilidade com o consumidor. Fato que tais plataformas se valem do argumento que não são produtores ou fornecedores do objeto ou serviço ofertado, agindo como mero “aproximador” entre aquele o vendedor e o consumidor. Posto isto, ao analisarmos a jurisprudência e doutrina nacional, podemos notar o entendimento de que muitos sites intermediadores não atuam somente como plataformas de anúncios e aproximação, mas sim como fornecedor de um serviço responsável por mediar a negociação entre as partes, auferindo lucro.

Desse modo, a utilização dos dispositivos legais apresentados, quais sejam, o Código de Defesa do Consumidor, Código Civil, jurisprudências ou doutrinas se mostram eficientes em conferir a responsabilidade solidária pelo vício do produto, sujeita-se aos ditames do art. 14, caput, do CDC, ou a responsabilidade solidária em relação pelo fato do produto ou serviço, conforme os artigos 7º, parágrafo único e 25º, § 1º do CDC. Contudo, o espaço virtual abre múltiplas possibilidades e com essas se criam diversos casos cada um com certa individualidade e lacunas para novos entendimentos.

A verificação ou não da responsabilidade da empresa usuária de *dropshipping* por vício do produto ou inadimplemento contratual depende da análise criteriosa do modelo negocial adotado, da participação da empresa usuária no aperfeiçoamento do

contrato, bem como de se tratar de relação eventual ou habitual entre usuária e *dropshipper*. Com o objetivo de tornar o sistema seguro e com maior credibilidade no mercado às partes contratantes é de supra necessidade que se dê continuidade aos estudos e a observância do desenrolar de casos em relação ao consumo em *e-commerce* baseado no *dropshipping*, haja vista se tratar de uma situação cada vez mais recorrente no mercado consumidor, a fim de futuramente, se tornar regulamentada por legislação própria.

REFERÊNCIAS

BERTOLDI, Marcelo; RIBEIRO, Marcia Carla Pereira. **Curso avançado de direito comercial**. 11. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm. Acesso em: 15 de ago 2022.

_____. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 13 ago. 2022.

_____. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial. **REsp 1444008**. 3ª turma cível. Recorrente: Universo Online – UOL. Recorrido: José Leandro Guorgues. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Brasília, 25 de outubro de 2016. Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201400646460&dt_publicacao=09/11/2016. Acesso em: 19 de set. 2022.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial**, 16ª edição. Volume 3. São Paulo: Saraiva, 2012. Disponível em: <https://morumbidireito.files.wordpress.com/2015/08/curso-de-direito-comercial-volume-3-fabio-ulhoa-coelho.pdf>. Acesso em: 11 de ago 2022.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios. Recurso Inominado. 3ª turma recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal. **Acórdão 98623**. Recorrente: Emanuel Teixeira Antunes. Recorrido: Webfones Comercio de Artigos de Telefonia S.A. e BCASH - Intermediação de Negócios LTDA. Relator: Juiz Eduardo Henrique Rosas. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-df/913958156>. Acesso em: 21 de set. 2022.

DOS SANTOS, Ailton Silva. **Drop shipping tudo o que você deve saber sobre o assunto**. SÃO PAULO, 2021. Disponível em: <https://www.fiscalti.com.br/drop-shipping-tudo-o-que-voce-deve-saber-sobre-o-assunto/>. Acesso em: 19 ago. 2022.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil: contratos em espécie**. 5. ed., v. 4, t. 2. São Paulo: Saraiva, 2012.

GONÇALVES, Carlos R. **Direito Civil Brasileiro**. Volume 3. São Paulo: Editora Saraiva, 2022. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555596120/>. Acesso em: 15 set. 2022.

JURGENSON, N. **Digital Dualism and the Fallacy of Web Objectivity**. *Cyborgology*, Minnesota, 13 set. 2011. Disponível em: <https://thesocietypages.org/cyborgology/2011/09/13/digital-dualism-and-the-fallacy-of-web-objectivity/>. Acesso em: 10 out. 2022.

MARQUES 2019 - MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 9ª edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

MARTINS, Fran. **Curso de direito comercial: contratos e obrigações comerciais**. 19. ed., v. 3. Atualizada por Gustavo Saad Diniz. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. Apelação. **AP. 70078968591**. 2ª turma cível. Apelante: Eduardo Garcia Marin. Apelado: Bom Negócio Atividades de Internet LTDA. Relator Desembargador Umberto Guaspari Sudbrack. Porto Alegre, 30 de janeiro de 2010. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-rs/677374695/inteiro-teor-677374723>. Acesso em: 15 de set. 2022.

ROCHA, Roberto Silva da. **Natureza jurídica dos contratos celebrados com sites de intermediação**. Revista de Direito do Consumidor, 2017.

SANTA CRUZ, André Luiz. **Direito Empresarial**. 10ª edição. São Paulo: Método, 2020.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação. **AP. 10113515820188260248**. 2ª turma cível. Apelante: Bom Negócio Atividades de Internet LTDA. Apelado: Juliano Cardoso. Relator Desembargador Airton Pinheiro de Castro. São Paulo, 07 de julho de 2020. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/892784898>. Acesso em: 8 set. 2022.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio Eletrônico: conforme o marco civil da internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

WATERS, D. **Logistics – An introduction to supply chain management**. Nova York: Palgrave Macmillan, 2003.