

V. 9, N. 4, OUT./DEZ. 2019

**Walkiria Martinez Heinrich Ferrer**

Doutora e Pós-Doutoranda em Educação pela UNESP  
Docente Permanente do Programa de Mestrado e Doutorado em Direito da Universidade de Marília, Brasil  
✉ [walkiriamf@terra.com.br](mailto:walkiriamf@terra.com.br)

**Vitor Casarini Ito**

Advogado, Mestrando do Programa de Mestrado e Doutorado em Direito da Universidade de Marília. Vinculado ao grupo de pesquisa Globalização, Direito e Economia/CNPq, Brasil  
✉ [vitoorito@gmail.com](mailto:vitoorito@gmail.com)

## ARTIGO

Editor

Alfredo Passos  
[profdrpassos@gmail.com](mailto:profdrpassos@gmail.com)

© Ateliê Brasil

Rua Pe. Guilherme Pompeu, nº 1,  
Centro- Santana de Parnaíba  
06501-055 - São Paulo - Brasil

## AS REDES CONTRATUAIS E A EFETIVAÇÃO DO PRINCÍPIO DA RESPONSABILIDADE CIVIL PARA O CONSUMIDOR DE E-COMMERCE BASEADO EM DROPSHIPPING

### THE CONTRACTUAL NETWORKS AND THE EFFECTIVENESS OF THE PRINCIPLE OF CIVIL RESPONSABILITY FOR THE E-COMMERCE CONSUM-ER BASED ON DROPSHIPPING

### REDES CONTRACTUALES Y EFICACIA DEL PRINCIPIO DE RESPONSABILIDAD CIVIL PARA LOS CONSUMIDORES DE COMERCIO ELECTRÓNICO BASADOS EN DROPSHIPPING

**Resumo:** À medida que as transações on-line aumentam a questão da resolução de litígios, a aplicação da lei torna-se cada vez mais difícil. Os litígios decorrentes do comércio eletrônico são a nova realidade para o judiciário, portanto, é um novo desafio todos os dias. No entanto, a Teoria das Redes Contratuais consiste no reconhecimento da continuidade de contratos e a sua inserção em uma cadeia, ou seja, impedir um terceiro de se livrar da obrigação de indenizar o consumidor final por danos. Essas possibilidades devem ser discutidas em relação à resolução de disputas judiciais. Por meio do método dedutivo e pesquisa teórica, o presente estudo se propõe a verificar como a Teoria das Redes Contratuais aliada a Responsabilidade Civil podem ser utilizadas para resolver conflitos envolvendo o consumidor que adquire produtos de plataformas *e-commerce* no modelo *dropshipping*.

**Palavras-chave:** Direito do Consumidor Dropshipping Redes Contratuais Responsabilidade Civil

**Abstract:** As online transactions increase the problem of dispute resolution, law enforcement becomes increasingly difficult. Litigation derived from e-commerce is a new reality for the judiciary, as it is a new challenge every day. However, the Theory of Contract Networks consists of reconnecting the continuity of contracts and their insertion into a court, or to decide, to prevent any third party from eliminating the obligation to indemnify the final consumer for damages. These possibilities have to be discussed in relation to the solution of legal disputes. Through the deductive method and theoretical research, the present study aims to verify how the theory of contracts coupled with civil liability can be used to resolve conflicts that involve the consumer who buys products from the e-commerce platform in The dropshipping model.

**Key-words:** Consumer Rights Dropshipping Contractual Networks

Civil responsibility;

**Resumen:** A medida que las transacciones en línea aumentan el problema de la resolución de disputas, la aplicación de la ley se vuelve cada vez más difícil. Los litigios derivados del comercio electrónico son la nueva realidad para el poder judicial, por lo que es un nuevo desafío cada día. Sin embargo, la Teoría de las Redes Contractuales consiste en reconocer la continuidad de los contratos y su inserción en una cadena, es decir, para evitar que un tercero elimine la obligación de indemnizar al consumidor final por daños. Estas posibilidades deben discutirse en relación con la solución de disputas legales. A través del método deductivo y la investigación teórica, el presente estudio tiene como objetivo verificar cómo la teoría de la red de contratos aliada a la responsabilidad civil se puede utilizar para resolver conflictos que involucran al consumidor que compra productos de la plataforma de comercio electrónico en el modelo de dropshipping.

**Palabras-Clave:** Derecho del consumidor Dropshipping Redes contractuales Responsabilidad

## I INTRODUÇÃO

Na corrida para o aumento de capital, investidores em todo o mundo estão utilizando plataformas de *e-commerce* como forma de quebrar as barreiras da distancia aumentando seu faturamento pelas vendas nessas plataformas.

Atualmente, o *e-commerce* apresenta enorme potencial de vendas e aumento de capital pois diminui os custo de operação empresarial, o que por si só aumenta a margem de lucro, além de manter a loja ativa em tempo integral. No tocante a Legislação Trabalhista, é cediço que com o *e-commerce* a necessidade de contratar mão de obra humana é reduzida drasticamente, sendo necessário apenas funcionários para logística dependendo do porte da empresa, o que por si só possibilita um grande desencargo de gastos para sua administração, já que a diminuição de custos concede margens maiores de descontos, o que por si só, reduz o preço final ao consumidor.

O século XXI foi um dos marcos iniciais da era da Internet no mundo, obrigando diversos empresários buscarem novas formas de incluir suas companhias nesse meio.

Diante disso, surgiu uma modalidade de venda denominada *dropshipping*, a qual foi criada para incorporação em plataformas de *e-commerce* possibilitando o vendedor disponibilizar em seu site de vendas os mais diversos produtos bem como diversos tipo de serviços, sem a necessidade de realizar a entrega nem deter os mesmos em estoque.

À vista disso, é cediço que o vendedor/lojista atua na relação como um intermediador com o objetivo único de fechar os pedidos e obter lucro. A plataforma de *e-commerce* nesta modalidade opera como uma vitrine virtual, porém esse empreendedor utiliza o estoque e a logística de distribuição terceirizada para satisfazer seus clientes finais.

Trata-se de alternativa interessante para negócios, o *dropshipping* concede a possibilidade de varejistas praticar todas as suas ideias e oferece uma gama infinita de produtos, já que não é necessário lidar com a Estocolmo ou entrega, a não ser anunciar.

Diante desta pesquisa, é possível demonstrar o crescimento da modalidade *dropshipping* bem como a possibilidade do aumento da quantidade de disputas judiciais envolvendo o consumidor, demonstrando que a Teoria das Redes Contratuais correlata a Responsabilidade Civil podem ser a solução para tais controvérsias.

## 2 O QUE É O E-COMMERCE?

O conceito de *e-commerce* (Comércio Eletrônico), aplica-se a negócios ou transações comerciais que resulte na transição de informação através da Rede Mundial de Computadores. Tal instituto abrange uma

gama de diferentes tipos de negócios, desde sites de destinado a consumidores do varejo ou atacado, sites de leilões, bem como o comércio de bens e serviços entre organizações.

Atualmente, o *e-commerce*, encontra-se em forte expansão por conta de suas facilidades e soluções oferecidas.

O *e-commerce* traz a possibilidade de consumidores transacionar bens e serviços eletronicamente quebrando as barreiras de tempo ou distância, bastando apenas o acesso a Internet. O comércio eletrônico expandiu-se rapidamente nos últimos anos e continuará se expandindo. Em pouco tempo o comércio “convencional” tende a se esbater-se com o comércio “eletrônico”, pois cada vez mais negócios deslocarão os seus processos organizacionais e suas operações para a Internet.

Para demonstrar que o *e-commerce* não é uma novidade, é necessário expor que no ano de 1996 a Brasoftware criou a primeira loja virtual no Brasil.

Com a facilidade de acesso á internet e novas tecnologia, por meio de computadores, celulares, tablets, o aumento de usuários que buscam o *e-commerce* aumenta, sendo imprescindível as empresas buscarem sua colocação no comércio eletrônico, possibilitando assim um novo canal de vendas e e ampliação de seu alcance nas vendas, trazendo ao usuário uma nova experiência de compras. Este tipo de comércio traz a possibilidade de atendimento do público com qualidade, a qualquer hora e qualquer lugar.

### **3 O QUE É O DROPSHIPPING E SEUS BENEFÍCIOS PARA O EMPRESÁRIO**

O *dropshipping* consiste em um método de venda de produtos sem a necessidade de armazenagem física de produtos por conta do vendedor. Este método geralmente gera mais lucro por unidade vendida devido à redução de custos que ocorre quando os varejistas terceirizam o processo de armazenagem e distribuição.

Em uma situação corriqueira, o varejista compra os produtos do atacadista e os armazena em seu depósito e os envia ao comprador. Quando utiliza-se o *dropshipping*, a armazenagem fica por conta do fornecedor (*dropshipper*), o que reduz o custo de envio e custo de armazenamento.

Quando o varejista recebe um pedido em sua plataforma, é feito o pagamento para fornecedor e este embala e envia o produto diretamente de seu depósito para o endereço do comprador.

Desta forma, não é feita a armazenagem pelo revendedor, o que economiza dinheiro e permite diminuir o preço do produto e um lucro maior a ser realizado.

Na prática, o *dropshipping* atua como intermediário para o produto que seu cliente recebe e o fabricante que o produz. Este tipo particular de sistema é extremamente benéfico tanto para pequenas lojas de varejo, quanto para lojas baseadas na Internet, ou para aquelas pessoas que usam catálogos para gerar

vendas para suas empresas. Na verdade, muitos clientes que compram seus produtos desta forma, parece não estar muito incomodado que existe um atraso entre o momento em que os produtos são ordenados e quando eles realmente os têm chegado.

O *dropshipping* soluciona um dos maiores problemas dos varejistas, que por vez não precisam mais se preocupar com controle de estoque, pois o mesmo é feito pelo atacadista. Infelizmente, no cenário de varejo tradicional, os produtos pedidos por um proprietário de loja serão encomendados por quantidade, e eles precisarão de um local seguro até que possam ser expostos e vendidos, ou seja, significa adição de custos para um orçamento já grande, pois é necessário a existência de um espaço de estocagem disponível, juntamente com a contratação pessoal para manter a área de armazenamento e garantir que as mercadorias estão prontas para entrega, bem como investimentos em uma segurança de boa qualidade, a fim de evitar que as mercadorias sejam roubadas. No entanto, a utilização do *dropshipping*, dispensa a exigência de estocagem de produtos bem como não há necessidade empregar uma grande equipe de funcionários.

É evidente que o *dropshipping* pode ser utilizado para avaliação de potencial de venda de novos produtos, sendo uma excelente ferramenta em meio a gestão empresarial. Então, se o número de pedidos atender ou excede as expectativas, o varejista pode começar a estocar o item. Se o produto não vender, o varejista pode retirá-lo de sua vitrine sem custos associados. E se as vendas forem medíocres - mas lucrativas - o varejista pode continuar para usar o *dropshipping* para atender aos pedidos.

Além dos itens de teste, outros produtos que podem se beneficiar dessas plataformas incluem:

- a) Itens perecíveis, como alimentos e flores, que não podem ser armazenados em um depósito.
- b) Itens grandes ou volumosos que são caros de enviar. Em vez de enviá-los do fabricante para o varejista, em seguida, para o cliente, uma remessa do fabricante para o cliente economiza no frete e reduz a oportunidade de danos.
- c) Itens personalizados que exigem que o fabricante faça alterações antes que o item possa ser enviado.
- d) Itens incomuns ou não-mercadoria que um varejista não recebe muitos pedidos, mas ainda quer para transportar para preencher uma linha de produtos.

Quando um comprador faz pedido em sua loja online, o proprietário entra em contato com seu fornecedor denominado "*dropshipper*" informando qual o produto a ser enviado, fornecendo o endereço de entrega do comprador, bem como realizar o pagamento do custo do produto, mantendo o dinheiro restante como seu lucro (a diferença entre o valor que o comprador pagou e o montante pago o *dropshipper*). Então o o fornecedor (*dropshipper*) envia o produto para o cliente bem como emite o número de rastreamento, o qual, posteriormente, é fornecido comprador final.

Uma vez escolhido este tipo de serviço é necessário um plano para garantir um bom

relacionamento com o fornecedor. No *front end*<sup>1</sup>, os varejistas precisam monitorar as informações do fornecedor com relação a mudanças na descrição do produto, preço e disponibilidade. Os fornecedores podem esquecerem de informar o varejista sobre pequenas alterações no produto e como resultado, os clientes podem ficar desapontados quando recebem itens que não são exatamente como eram descrito no site do varejista.

É importante que a transmissão de dados seja eficiente e acima de tudo rápida. Graças ao processo descrito acima, é feito automaticamente, praticamente sem intervenção humana. A idéia do negócio é que o cliente final não sinta a diferença entre uma loja on-line tradicional e a atuante no modelo de *dropshipping*.

Embora o *dropshipper* desempenhe todo o processo de encomenda e envio de mercadorias, o mesmo é invisível para o cliente final. O pacote mostra apenas o endereço de retorno e o logo-tipo da loja de eletrônicos onde o cliente comprou. Se o cliente receber o envio errado, ele enviará a reclamação para o site de compra, que irá relatar o erro ao fornecedor sobre o envio errado para que seja enviado outro produto de acordo com suas características oferecidas.

No Brasil a modalidade *dropshipping* é legal, mas não há nada que a regule, ocasionando uma insegurança jurídica para o consumidor.

#### 4 AS REDES CONTRATUAIS

As redes contratuais doutrinam sobre o fenômeno da interligação de contratos. Neste tocante, existe a dependência econômica entre contratos de partes distintas, bem como contratos em que seu objetivo consiste em respaldar o cumprimento de obrigações contraídas em outro contrato da rede.

Diante a teoria das Redes Contratuais, Ricardo Luis Lorenzetti, se posiciona no seguinte sentido:

En el Derecho anglosajón se há desarrollado la teoria de los contratos relacionales, que se refiere a dos fenómenos simultáneos: los vínculos de larga duración y las redes contratuales. La teoria contractual debe modificarse para captar las relaciones flexibles que unem a las empresas en la economía actual y tener en cuenta que estos vínculos se hacen con perspectiva de futuro. La teoría clásica contempla al contrato como algo aislado y discontinuo, con un objeto que hace 'presente' lo que las partes harán en el futuro (...). El contrato actual, en cambio, presenta un objeto vacío, porque en realidad se pactan procedimientos de actuación, reglas que unirán a las partes y que se irán especificando a lo largo del proceso de cumplimiento. Los vínculos de larga duración tienen un carácter procesal, en el sentido de que el objeto no es una prestación consistente en un dar o en un hacer determinado, sino determinable.

---

<sup>1</sup> front-end é um termos generalizado que se refere às etapas iniciais e finais de um processo.

Ainda sobre a conexão de contratos, continua:

En el campo e las networks el contrato es una relación entre empresas, basada en la cooperación. Se trata de vínculos múltiples basados en la confianza entre los agentes para lograr una metodología de producción flexible, que es lo que exige la economía actual. De modo que es esa confianza o cooperación el elemento que une las redes.

As redes contratuais são evidentes para alcançar o destinatário final de produtos e serviços, pois são as cadeias de produção, em que se enquadram cada uma das etapas do processo produtivo até o consumidor final.

Diante a teoria contratual clássica, somente era possível reconhecer as coligações contratuais quando existente uma determinação legal expressa ou cláusula expressa. No entanto, diante a evolução do consumismo diversas experiências extrapolaram as hipóteses em que o vínculo seja qualificado apenas por força de uma disposição contratual ou legal.

Tais redes de negócios, como por exemplo o *dropshipping*, resume-se na união de esforços em sociedades como meio de desenvolvimento da atividade empresarial (com foque em minimização de despesas, redução de riscos, especialização, busca por maximização de lucros, etc.).

Entretanto, tal forma de modelo de organização de negócios não retira os riscos decorrentes de uma assimetria de poder econômico ou tecnológico entre as partes, ou na transferência excessiva de riscos para uma das partes, que geralmente não se podem ser afastados pela simples inserção de cláusulas contratuais.

A questão se torna delicada quando uma das partes inseridas no contexto dos contratos coligados falha em sua obrigação ou na prestação de seu serviço, o que causa uma grande dificuldade em se verificar a responsabilidade dos demais integrantes, sendo certo que na jurisprudência a questão também é vacilante e, muitas vezes, difícil de ser bem.

A teoria das redes contratuais tem como objetivo a garantia da proteção, pois zela pelos efeitos de cada um dos contratos (contratos individuais), bem como seus suas decorrências próprias a rede, formando assim um sistema. O objetivo supra-contratual dessas redes vai além do âmbito formal do contrato individual, buscando assim os deveres oriundos da boa-fé objetiva. O contratante “X” não somente terá a obrigação de cooperar com o co-contratante “Y”, mas expandira o dever de resguardado aos demais integrantes da rede de contratos, sob a ótica da diretriz da eticidade.

Toda relação contratual gera reflexos perante terceiros, em maior ou menor grau. Trata-se de um equívoco acreditar que somente as partes do negócio seriam alcançadas pelas as relações obrigacionais, sendo indiferente a terceiros que não participaram do negócio jurídico, ou seja, se isto não fosse respeitado, estaríamos indo contra o princípio constitucional da solidariedade disposto no Artigo. 3, I, da Constituição Federal Brasileira de 1988.

Ao estudarmos as redes entendemos que esta seja uma questão de justiça que busca reconhecer a responsabilidade de um terceiro por conta da continuidade de contratos, bem como sua inserção em uma rede, ou seja, impedir este terceiro de se livrar da obrigação de indenizar o consumidor final por danos.

#### **4 BREVES CONCEITOS DA DEFINIÇÃO DO FORNECEDOR**

Para melhor compreensão, é necessário definir quem é o fornecedor e quem é o consumidor nas relações de consumo.

De acordo com a nova sistematização nas relações de consumo e o Código de Defesa do Consumidor, entende-se por fornecedor:

Art. 3º. Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Tratando-se do fornecedor, é cediço que estamos de um conceito amplo. O legislador se preocupou em contemplar não só aquele que tem personalidade jurídica, mas também aqueles que de alguma forma desempenham seus respectivos papéis na cadeia produtiva do produto ou serviço, para assim chegar até os destinatários finais.

#### **5 A DEFINIÇÃO DO CONCEITO DO CONSUMIDOR A LUZ DA TEORIA FINALISTA**

Segundo o Código de defesa do Consumidor em seu Art. 2º “Toda pessoa física e jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”, é considerada consumidor.

Podemos dizer que o consumidor seria aquele que compra, ou consome para uso próprio, independente de ser pessoa física ou jurídica.

O CDC aborda a definição explicitando ainda no Art. 2º. “Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”.

Percebe-se que o consumidor é aquele ao qual o produto é encaminhado, ou seja, o destinatário final, onde todo serviço ou produto é elaborado para satisfazer o consumidor, destinatário, aquele que irá consumir ou usar o serviço.

Neste tocante, a defesa do consumidor possui também proteção constitucional como direito fundamental conforme o art 5º, XXXV:



Art. 5º **Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza**, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXXV - a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito; (Grifo)

Tratando-se de “distinção”, mais uma vez nos deparamos com a não de distinção da pessoa física e jurídica nas relações de consumo.

O artigo 170 da Constituição Federal que trata da ordem econômica também traz a seguinte redação:

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

IV - livre concorrência;

**V - defesa do consumidor;**

VI - defesa do meio ambiente;

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas brasileiras de capital nacional de pequeno porte.

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei. (Grifo)

O próprio Superior Tribunal de Justiça - STJ vem adotando a teoria finalista para fins de interpretação do conceito consumidor, conforme jurisprudência levantada:

Direito do Consumidor. Recurso especial. Conceito de consumidor. Critério subjetivo ou finalista. Mitigação. Pessoa Jurídica. Excepcionalidade. Vulnerabilidade. Constatação na hipótese dos autos. Prática abusiva. Oferta inadequada. Característica, quantidade e composição do produto. Equiparação (art. 29). Decadência. Inexistência. Relação jurídica sob a premissa de tratos sucessivos. Renovação do compromisso. Vício oculto. - A relação jurídica qualificada por ser "de consumo" não se caracteriza pela presença de pessoa física

ou jurídica em seus pólos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro. - Mesmo nas relações entre pessoas jurídicas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa-jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio entre as partes. Ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência deste STJ também reconhece a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre fornecedores e consumidores-empresários em que fique evidenciada a relação de consumo. - São equiparáveis a consumidor todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais abusivas. - Não se conhece de matéria levantada em sede de embargos de declaração, fora dos limites da lide (inovação recursal). Recurso especial não conhecido. (REsp 476428 / SC

- Relator(a) Ministra NANCY ANDRIGHI - Órgão Julgador T3 - TERCEIRA TURMA - Data do Julgamento 19/04/2005 - Data da Publicação/Fonte DJ 09/05/2005).

Diante o posicionamento do Supremo Tribunal de Justiça - STJ, MARQUES (2007, p.71) analisa que está criado um “finalismo aprofundado”:

É uma interpretação finalista mais aprofundada e madura, que deve ser saudada. Em casos difíceis envolvendo pequenas empresas que utilizam insumos para a sua produção, mas não em sua área de expertise ou com uma utilização mista, principalmente na área dos serviços, provada a vulnerabilidade, conclui-se pela destinação final de consumo prevalente. Esta nova linha, em especial do STJ, tem utilizado, sob o critério finalista e subjetivo, expressamente a equiparação do art. 29 do CDC, em se tratando de pessoas jurídica que comprove ser vulnerável e atue fora do âmbito de sua especialidade, como hotel que compra gás. Isso porque o CDC conhece outras definições de consumidor. O conceito-chave aqui é o de vulnerabilidade.

A vulnerabilidade do consumidor deve ser considerada para todo aquele que adquire ou contrata um bem ou serviço com intuito personalíssimo de consumo para suprir suas necessidades devendo, sem distinção, estar sobre o manto da proteção do judiciário.

## **6 UMA OPINIÃO PRÓPRIA DE COMO AS REDES CONTRATUAIS PODEM EFETIVAR A RESPONSABILIDADE CIVIL E RESGUARDAR OS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

No convívio social, em um Estado de Direito, passamos a ter normas de conduta e, com isso, deveres e direitos. Ao infringir o direito de outro, através de um ato ilícito<sup>2</sup>, causando dano material ou moral, resta ao causador do dano arcar com os deveres instituídos e regidos pela legislação de determinada sociedade, eis o surgimento da Responsabilidade Civil.

Os direitos previstos no CDC resguarda a relação jurídica que visa proteger os consumidores, ainda segundo as palavras de Norat (2013, s/p), “sujeitos de direitos vulneráveis e sujeitos que estão na

---

<sup>2</sup> Considera-se ato ilícito, o ato praticado em desacordo com o ordenamento jurídico

posição de comando”. Portanto é importante para a garantia dos direitos a efetivação da aplicabilidade do CDC.

A maior parte dos fornecedores através do sistema *dropshipping* ainda é internacional, mas o mercado brasileiro já oferece algumas possibilidades de trabalhar com esse método, o que garante ainda mais a confiabilidade do sistema.

Sabemos que os brasileiros, por sempre estarem conectados a um aparelho com Internet ficam a mercê da comunicação de massa, responsável pelas publicidades que bombardeiam diariamente a vida do indivíduo. A criatividade, decorrente das idealizações das técnicas de marketing, fabrica sonhos, o que provoca inúmeros desejos e desperta vontades no consumidor.

Em se tratando de relações de consumo o jurista Luis Antonio Rizzatto Nunes explica:

“O inciso I do art. 4º reconhece: o consumidor é a parte mais fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico” (NUNES, Luis Antonio Rizzatto. Curso de direito do consumidor. São Paulo: Saraiva, 7ª edição, revista e atualizada, 2012, página 178).

Hoje o *dropshipping* atrai diversos empresários a migrar para este tipo de sistema devido a redução do custo operacional e o aumento da margem de lucro.

A medida que este método toma força no mercado surgem dúvidas em relação a aplicação da responsabilidade civil derivada da agressão a um interesse jurídico em virtude do descumprimento de uma norma jurídica pré-existente, contratual ou não. A lei busca reconstituir o ordenamento jurídico violado que serão aplicadas em caso de dano ao consumidor que é considerado hipossuficiente não só em seu viés financeiro, bem como técnico, sendo a parte mais fraca da relação jurídica de consumo.

O instituto da responsabilidade civil vive em constante mudança, evoluindo ao longo do tempo, e pensando nisto, é cediço que a teoria das redes contratuais poderia ser aplicada a controvérsias envolvendo *e-commerces* que trabalhem com a modalidade de *dropshipping*, pois este, se pensarmos a fundo é um sistema que envolve fornecedores e vendedores de todos os tipos de produtos possíveis, criando uma rede de contratos para que a obrigação se cumpra e o produto final chegue até o consumidor.

Para ficar mais claro, exemplificamos da seguinte maneira: Imagine um consumidor que tenha comprado uma mercadoria do site A que trabalha com *dropshipping*, o site X trabalha com as mercadorias da loja Y. Em uma hipótese o produto venha causar algum dano ao consumidor, quem seria o responsável por indenizar o consumidor levando-se em consideração que para o produto chegar até ele foram firmados vários contratos até chegar em um produto final:

Segundo o CDC, os danos ocasionados ao consumidor por produto adquirido trata-se de acidente

de consumo que está previsto nos artigos 12 a 17 do Código de Defesa do Consumidor, vejamos o art. 12, caput para melhor compreensão:

Art. 12, caput. O fabricante, o produtor, o construtor, e o importador respondem, independentemente de existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmula, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

A responsabilidade dos fornecedores nominados no caput é própria e solidária, lembrando que a responsabilidade do comerciante é, em tese, subsidiária e limitada aos casos previstos no art 13 do CDC.

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;

II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;

III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Em regra, a responsabilidade do fornecedor é objetiva, ou seja, o consumidor, quando pleiteia seus direitos, não necessita fazer prova do suposto erro que desencadeou o dano sofrido, isto porque basta a constatação do elemento objetivo, um vício ou defeito no produto ou serviço adquirido para que esteja configurado o dever de reparar o prejuízo.

Já a responsabilidade do comerciante via de regra é subsidiária, porém, existe a possibilidade de ser aplicada a regra da solidariedade contida no art. 12 do CDC, sendo este fabricante, produtor, construtor, e o importador, os responsáveis diretos ou obrigados principais.

Também deve ser ressaltado que o comerciante não é somente o varejista, mas toda a cadeia de intermediários, como atacadistas e distribuidores.

O parágrafo único dispõe expressamente o direito de regresso, não sendo direito exclusivo do comerciante, mas de toda a cadeia produtiva.

Indo um pouco mais além das responsabilidades, podemos nos deparar com empresas de *dropshipping* que estão em um país com leis diferentes da nossa, e seus canais de comunicação são em chinês ou no máximo inglês, o que dificulta a comunicação.

Ainda segundo a LINDB (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro) a aplicação da lei seja a do país em que se constitui o negócio, mais adiante vou demonstrar que o arcabouço jurídico brasileiro possui dispositivos para que o consumidor se defenda, inclusive ajuizando ações no seu domicílio.

Art. 9º. Para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem.

§ 1º Destinando-se a obrigação a ser executada no Brasil e dependendo de forma essencial, será esta observada, admitidas as peculiaridades da lei estrangeira quanto aos requisitos extrínsecos do ato.

Vender produtos da China na Internet é uma modalidade cada vez mais comum e rentável, e pensando em um caso mais extremo, em que o site esteja em um servidor estrangeiro como exemplo o Aliexpress, Alibaba, a lei que vale é a lei daquele país. Mas quem pense que dessa forma ficará isento das suas obrigações com o consumidor está enganado pois essa brecha possui limites. Observem o artigo 17 da mesma lei.

Art. 17. As leis, atos e sentenças de outro país, bem como quaisquer declarações de vontade, não terão eficácia no Brasil, quando ofenderem a soberania nacional, a ordem pública e os bons costumes.

O consumidor prejudicado por site estrangeiro pode até mesmo ajuizar ação no Brasil segundo o inciso I do artigo 101 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 101. Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste título, serão observadas as seguintes normas:

I - a ação pode ser proposta no domicílio do autor;

Ainda a Lei de Introdução do Código Civil reitera essa competência do judiciário brasileiro:

Art. 88. É competente a autoridade judiciária brasileira quando:

II - no Brasil tiver de ser cumprida a obrigação;

O consumidor lesado por um site estrangeiro poderá ajuizar ação no Brasil.

Esse é um tema controverso mesmo entre juristas diante das diversas disputas que envolvem relações de comércio eletrônico e direito internacional.

É evidente que a aplicação da teoria das redes contratuais podem proteger a dignidade temporal do consumidor, pois o ir e vir do consumidor, acaba obrigando-o em algumas situações aguardar por um longo tempo a solução do litígio.

O avançar do nosso século XXI junto com o enorme número de processos judiciais existentes traz difícil tarefa para a justiça em situações envolvendo novas tecnologias, e sabendo disso devemos sempre procurar por alternativas e teorias já existentes que podem resolver os conflitos que mais crescem não só no Brasil, mas no mundo à fora.

A teoria das Redes Contratuais tem como objetivo a eficácia da proteção, pois atenta-se aos efeitos individuais de cada um dos contratos, os efeitos próprios à conectividade da rede, considerando o todo como um sistema para um determinado fim. A finalidade supracontratual da rede estende para além do âmbito formal de cada contrato os deveres anexos oriundos da boa-fé objetiva. O contratante X não somente terá de cooperar com o co-contratante Y, mas estenderá o dever de proteção aos demais integrantes dos outros contratos, a luz da diretriz da eticidade, que domina o direito obrigacionais, entendemos que esta seja uma questão de justiça que busca reconhecer a continuidade de contratos e a sua inserção em uma cadeia, ou seja, impedir um terceiro de se livrar da obrigação de indenizar o consumidor final por danos.

## 7 CONCLUSÃO

Diante da importância que o *e-commerce* exerce na sociedade pós-moderna, numa sociedade "digital" é necessário que o Estado imponha direitos e deveres através de normas coercitivas como a promulgação do Código de Defesa do Consumidor para efetivar a igualdade entre os contratantes visando um equilíbrio contratual.

O CDC estrutura-se adotando o princípio da vulnerabilidade do consumidor (art. 4º), esta vulnerabilidade é incontestável nas operações do comércio digital, agravada pela essencialidade destes contratos. Por isso, o CDC, no §2 do art. 3º diz expressamente que as normas consumeristas aplicam-se, inclusive, nas atividades fornecidas no mercado de consumo.

Todavia, o avançar da tecnologia e modalidades de *e-commerce*, desde a promulgação do CDC, existe uma luta intensa para os fornecedores se eximirem da aplicação deste Estatuto, sendo assim deve-se o intérprete verificar no caso concreto se o consumidor nas compras online foi afetado diretamente pela rede.

Deixando um pouco do direito de lado e lembrando um pouco da história, podemos comparar a modalidade *dropshipping* com o toyotismo cujo o sistema (ou modelo) nipônico de produção de mercadorias,

que vista à flexibilização na fabricação de produtos.

O método foi desenvolvido para recuperar as indústrias japonesas no período pós-guerra. Com o país destruído, um mercado pequeno e dificuldade em importar matéria-prima, o Japão necessitava fabricar com o menor custo possível.

Taiichi Ohno, um dos criadores deste modelo, detectou que o melhor era esperar receber encomendas para começar a produção de automóveis a fim de economizar em aluguéis de armazéns, semelhante ao *dropshipping* que diminui os custos do empresário por não ser necessário a estocagem do produto vendido.

Partindo deste pressuposto, verifica-se que a fragilidade do consumidor nesta relação de contratos e consumo em casos de danos causados pelo produto vendido pode ser resolvida pela Teoria das Redes Contratuais em consonância com a Responsabilidade Civil para reparação de danos.

A teoria das redes contratuais tem como objetivo a eficácia da proteção, pois atenta-se aos efeitos normais de cada um dos contratos individualmente considerados, os efeitos próprios à rede, considerada como sistema.

O contratante X não somente terá de cooperar com o co-contratante Y, mas estenderá o dever de proteção aos demais integrantes dos outros contratos, a luz da diretriz da eticidade, que domina o direito obrigacionais, entendemos que esta seja uma questão de justiça que busca reconhecer a continuidade de contratos e a sua inserção em uma cadeia, ou seja, impedir um terceiro de se livrar da obrigação de indenizar o consumidor final por danos.

O avançar da tecnologia e modalidades de *e-commerce*, desde a promulgação do CDC, luta arduamente para se eximirem da aplicação deste Estatuto, sendo assim deve ser verificado no caso concreto se o consumidor foi afetado diretamente pela rede.

Ainda segundo a LINDB (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro) dispõe da possibilidade de aplicação da lei seja a do país em que se constitui o negócio em caso de compras em sites brasileiros que sejam parceiros de fornecedores internacionais.

Com o objetivo de proporcionar maior credibilidade e segurança às partes contratantes, terceiros interessados e o sistema como um todo, necessário se faz a continuidade dos estudos e a observância do desenrolar em relação ao consumo em *e-commerce* baseado em *dropshipping*, haja vista se tratar de situação que mais cedo ou mais tarde terá que ser pesquisada, avaliada e por fim, regulamentada.

## REFERÊNCIAS

ASCENSÃO, Carlos Pinto. **O que é e-Commerce?**. Disponível em:  
<<http://www.gestordeconteudos.com/tabid/3850/Default.aspx>>. Acesso em: 01 jul. 2018.

- AVERBECH, Carlos. **Contratos coligados e redes contratuais**. 2016. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/contratos-coligados-e-redes-contratuais-carlos-averbach>>. Acesso em: 03 jul. 2018.
- BEZERRA, Juliana. **Toyotismo**. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/toyotismo/>>. Acesso em: 03 jul. 2018.
- BRASIL. Constituição Federal de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 10 jul. 2018.
- BRASIL. Lei n. 8.078, de 11-9-1990. **CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**. Disponível em: Acesso em: 10 jul. 2018.
- ENTENDA o que é e como funciona o dropshipping**. [S. l.], 22 dez. 2019. Disponível em: <https://patrus.com.br/blog/entenda-o-que-e-e-como-funciona-o-dropshipping/>. Acesso em: 10 jul. 2019.
- GRINOVER, Ada Pellegrini. **Código de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007
- LORENZETTI, Ricardo Luis. **Tratado de los contratos**. Buenos Aires: Santa Fé, sem data. Tomo I. pag. 50/51
- LOUREIRO, Guilherme Gasbarro. **Teoria dos contratos coligados e extensão das cláusulas compromissórias arbitrais**. 2014. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/33900/teoria-dos-contratos-coligados-e-extensao-das-clausulas-compromissorias-arbitrais>>. Acesso em: 03 jul. 2018.
- MAIA, Maurílio Casas. O dano temporal indenizável e o mero dissabor cronológico no mercado de consumo: Quando o tempo é mais que dinheiro - Dignidade e Liberdade. **Revista de Direito do Consumidor**, Brasília/DF, v. 92, p. 161-176, mar. 2014.
- ROSENVALD, Nelson. **As redes contratuais**. 2011. Disponível em: <<http://www.cartaforense.com.br/conteudo/artigos/as-redes-contratuais/7577>>. Acesso em: 03 jul. 2018.
- VIEIRA, Gabriella Castro; REIS, Émilien Vilas Boas. Sociedade de Risco: O consumismo desenfreado e os impactos ambientais. **Revista ARGUMENTUM**, Marília/SP, v. 17, p. 111-133, jan. 2016. Disponível em: <<http://ojs.unimar.br/index.php/revistaargumentum/article/view/257/55>>. Acesso em: 03 jul. 2018.
- STJ, Superior Tribunal de Justiça. STJ - RECURSO ESPECIAL : REsp 476428 SC 2002/0145624-5. In: ANDRIGHI, Ministra Nancy. **STJ - RECURSO ESPECIAL : REsp 476428 SC 2002/0145624-5**. DJ 09.05.2005, 8 maio 2005. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/103241/recurso-especial-resp-476428-sc-2002-0145624-5>. Acesso em: 10 set. 2019.