

Do telefone para a web

Um dos pioneiros do segmento é o JáCotei, criado em 1999, pelo administrador de empresas e pequeno empresário Antonio Coelho Lima. Ele havia trabalhado na rede Paes Mendonça de supermercados e na construtora Norberto Odebrecht. Um pouco antes da web, criou um serviço telefônico, o Disk-Preços, por meio de um 0900 – tipo de serviço telefônico cobrado que foi proibido pelo governo. Foi então que percebeu que a Web seria o canal ideal para um serviço de busca e comparação de preços, mesmo ainda com poucas e-loja. No ano do lançamento do site, segundo Lima, o e-commerce brasileiro dava os primeiros passos e o número de lojas virtuais bem estruturadas não chegava a 20.

“O começo foi muito difícil. Além de poucas lojas na Web, praticamente não existiam desenvolvedores de programas de extração de dados em outros sites, e a proposta do JáCotei era não só buscar o produto, mas trazer para o internauta uma efetiva comparação de preços”, conta.

Em outros sites criados na mesma época, lembra ele, os resultados de uma busca por “geladeira”, por exemplo, retornavam, imã de geladeira, pés de geladeira, e vários modelos de geladeiras na mesma “cotação”. O JáCotei, segundo o presidente da empresa, era o único que permitia refinar a busca e trazia vários preços de um único produto na mesma página.

“Como existiam poucas e-lojas, e para dar mais conteúdo ao site, o JáCotei fazia também pesquisas em lojas físicas que ainda não estavam na internet e colocava esses preços nas suas cotações. Também fomos obrigados a pre-cadastrar, centenas de milhares de produtos com as suas características em um poderoso banco de dados, e boa parte desse trabalho é feito por gente com ajuda de softwares que desenvolvemos. Isso atrasou nosso início, começamos depois, mas muito melhor”, cita Lima.

A expectativa inicial do empresário era ter uma enorme divulgação “viral” na Web. Depois de algum tempo, a divulgação começou a ser feita por meio de links patrocinados nos principais sites de buscas horizontais; Google, Yahoo, Bing e outros. Os buscadores horizontais ou genéricos, trazem informações amplas de toda web e já o JáCotei é um buscador vertical, traz informações de um segmento específico da web, no caso produtos e preços. As parcerias com varejistas são frequentes.

“O JáCotei combina com portais ou sites de grande audiência, a criação de um shopping ou uma vitrine de produtos com preços comparados, que ficará exposta nos mesmos, e em troca dividimos a receita gerada por cliques nesses espaços. Eles ‘entram’ com o seu público/audiência e nós com a ferramenta. Nosso banco de dados é alimentado por programas de extração de dados que chamamos de ‘robots’, que entram nas e-lojas três vezes ao dia, e trazem milhões de informações sobre produtos, preços e condições de pagamentos”, explica.

Segundo Lima, o crescimento é entusiasmante. Hoje, o site tem 1,8 milhão de visitantes, sendo 1,5 milhão de visitantes únicos, que veem quatro páginas por visita, em média, totalizando 7,3 milhões de páginas vistas por mês. “É bom lembrar que o crescimento do e-commerce no Brasil nos últimos anos, tem sido, em média, de mais de 30% ao ano. Sete vezes mais do que crescimento do PIB nacional”, conclui.

Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 14 out. 2009, Seudinheiro, p. B-14.