**Sites de compra coletiva atraem pela divulgação**

*Maria Carolina Nomura*

Novo modelo turbina a estratégia de marketing com oferta de desconto agressivo

A internet tem sido uma aliada para ajudar micro e pequenos empresários a alavancarem seus negócios.

Além de abrigar artigos e dicas para ajudar em áreas como gestão, finanças e marketing, o espaço virtual agora ajuda a multiplicar as vendas e a visibilidade em sites de compras coletivas.

Esse novo modelo de divulgação do negócio, que nasceu nos Estados Unidos em 2008, tem atraído cada vez mais empresas.

O formato é simples: o site anuncia gratuitamente um produto, oferecido com um desconto agressivo -chega a 80%-, e ganha uma comissão sobre as vendas.

Para conseguir o desconto, é necessário haver um número mínimo de compradores. "O intuito é atrair mais clientes. Eles podem saber da oferta por redes sociais", explica Júlio Vasconcelos, sócio do Peixe Urbano, primeiro site desse tipo no país.

Marcelo Macedo, CEO do site de compras coletivas ClickOn, acrescenta que a divulgação é diferente da publicidade tradicional, uma vez que o empresário só pagará pelas pessoas que já adquiriram o produto no site. Ele arrisca dizer que esse modelo de negócio é o e-commerce do futuro.

**SALTO EM VENDAS**

Daniel Lucas, sócio do restaurante Kebaberia, em São Paulo, conta que em 48 horas de promoção no ClickOn vendeu 676 kebabs (prato oriental de carne grelhada).

Esse montante representou um aumento de 10% das vendas no final do mês e trouxe clientes para horários ociosos do restaurante.

A visibilidade é o maior dividendo da participação em sites de compra coletiva. Como os produtos podem ser vendidos a preço de custo, o empresário não deve esperar lucrar com a ação, que deve ser considerada um investimento de marketing.

O conselho de Gilberto Campeão, consultor do Sebrae-SP (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo), é fazer um cálculo que cubra ao menos o custo da mercadoria.

A oferta exige um número mínimo de compradores, o que dá segurança ao anunciante, diz Sérgio Oliveira, sócio do site City Best. "Se não for atingido, não há custo para o empresário, e o dinheiro é devolvido."

**Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 22 ago. 2010, Negócios, p. 1.**