



a noite da quarta-feira 4, Julio Vasconcelos, fundador e presidente do Peixe Urbano, site pioneiro de compras coletivas no País, realizou um grande evento em São Paulo para lançar sua primeira campanha publicitária na tevê. O protagonista é o apresentador da telinha Luciano Huck, que se tornou sócio do

site em dezembro. Outra novidade é a chegada de dois investidores internacionais: depois de receber aporte, no segundo semestre de 2010, da empresa brasileira de venture capital Monashees e do fundo internacional Benchmark, o Peixe Urbano acaba de fechar com o Tiger Global Management e o General Atlantic, dos EUA. Embora de modo mais discreto, a movimentação no setor se estende também à americana Groupon, que atua aqui há dez meses. Maior site do gênero do mundo, o Groupon vai expandir sua operação no dia 10 para a cidade de Bauru, no interior de São Paulo, além de ter fechado parcerias para descontos com a MTV e a Net. E o carioca Marcelo Macedo, fundador do site brasileiro Click On, anunciou a venda de 40% da empresa para a Mosaico, companhia de investimentos em negócios de internet das Organizações Globo, por um valor não revelado.

Esses movimentos mostram à perfeição o momento vivido pelo setor de compras coletivas, que concede cupons de descontos para aquisições de serviços feitas por grupos de consumidores. Esse mercado está completando um ano de funcionamento no Brasil. Embora haja mais de mil sites do gênero no País, apenas os três maiores, Peixe Urbano, Click On e Groupon, detêm entre 80% e 85% do setor, segundo levantamento da GMattos Projetos de Marketing, consultoria especializada em comércio eletrônico, de

São Paulo. Assim, o poder de fogo do trio tende a aumentar, pois eles têm mais fôlego para investimentos em comunicação, oferta de serviços e ganho de escala, complicando ainda mais a vida dos pequenos. É por essas e outras razões que os analistas do mercado digital não têm dúvida de que se assistirá a partir de agora a um forte processo de consolidação, com o desaparecimento de centenas de sites, seja por incorporações, seja pelo fechamento puro e simples. "É esperada uma concentração em poucos competidores", afirma Gastão Mattos, sócio da GMattos e ex-presidente da Câmara e-Net, entidade que representa as empresas de comércio eletrônico no Brasil. Manuel Matos, atual presidente da Câmara e-Net, compartilha dessa opinião. "Assim como ocorre em outras áreas, os dez maiores acabarão dominando o setor", diz Matos.

Os números do mercado de compras coletivas impressionam. Segundo o Ibope NetRatings, a audiência do segmento, em março deste ano, foi de 17,1 milhões de visitantes únicos. Os negócios totais gerados em um ano chegam a R\$ 1,5 bilhão, com cerca de 2,5 milhões de cupons vendidos por mês. O comportamento do brasileiro, que gosta de promoções e ofertas, é um dos fatores que ajudam a entender por que esse tipo de serviço explodiu num piscar de olhos. A abertura vertiginosa de sites, por

## MUITO PEIXE, POUCA ISCA

*Sobra dinheiro de investidores para o mercado de sites de compras coletivas. Porém, somente um punhado deles consegue fugar os aportes milionários para popularizar seus serviços*

Clayton MELO

## Mercado Digital

sua vez, é facilitada pelo baixo investimento inicial para colocar no ar uma operação. Como esses canais vendem cupons que dão desconto em compras coletivas de serviços diversos – raramente produtos –, não há necessidade de altos investimentos em logística, como acontece com as lojas virtuais tradicionais. “Mas o que parece simples no começo torna-se uma operação complexa conforme a empresa cresce”, diz Marcelo Macedo, do Click On. Ele se refere ao fato de que, para aumentar o leque de serviços ofertados, é necessário reforço constante na equipe de vendas.

O Click On, que atua em 43 cidades brasileiras, possui 300 colaboradores. A empresa tem sete milhões de usuários e

comercializou 1,5 milhão de cupons. Um dos motivos da venda de participação para a Mosaico é alçar voos mais altos. De imediato, a intenção é desenvolver tecnologia para adaptar os serviços para celulares. “Fomos atrás de um parceiro para fins estratégicos, não apenas financeiros”, afirma Macedo.

A operação da segunda empresa da trinca, o Peixe Urbano, responsável por oito milhões de usuários e mais de seis milhões de cupons vendidos, é tocada por 500 funcionários. De acordo com o CEO Vasconcelos, o faturamento no primeiro ano de atuação do site, que está presente em 60 cidades, foi de R\$ 100 milhões. “Temos agora de encarar o desafio do marketing, para atrair ainda mais clientes”, diz. A campanha publicitária em tevê e internet iniciada agora usa a força da imagem do garoto-propaganda e sócio Luciano Huck.

O Groupon, no entanto, tem investido no aperfeiçoamento da relação com as empresas que oferecem os descontos. Isso porque um dos desafios do setor de compras coletivas é evitar que o consumidor tenha dificuldades no momento em que vai trocar seu cupom

por algum serviço. Como 600 funcionários no País, a companhia americana diz verificar cuidadosamente, in loco, o perfil do parceiro.

“Uma de nossas maiores preocupações é com o treinamento das equipes para fechar parcerias que façam sentido”, afirma Florian Otto, presidente do Groupon no Brasil. A empresa afirma que possui dez milhões de usuários no País.

Alemão de 31 anos, nascido na cidade de Bremen, Otto tem claro que a tarefa de manter o ritmo de expansão de uma operação desse porte não é fácil. Mas ele já sabe de onde vem o maior estímulo para os negócios continuarem em alta. “O brasileiro gosta de uma boa pechincha, né?”

### Expansão veloz

Com pouco mais de um ano de existência no Brasil, o setor de compras coletivas é responsável por números grandiosos no mercado digital brasileiro

- // Mais de mil sites em operação no Brasil
- // Três empresas ( Peixe Urbano, Groupon e Click On) são responsáveis por entre 80% e 85% do setor
- // O volume de vendas gerado no primeiro ano de operação foi de R\$ 1,5 bilhão \*
- // 17,1 milhões de pessoas acessaram sites desse tipo em março
- // Alimentação, estética e entretenimento estão entre as principais áreas de produtos ofertadas

Fonte: GMattois Projetos de Marketing, Ibope NetRatings  
\* Estimativa de mercado

