

Oportunidade e Desafios para Sites de Compras Coletivas

Flavio Antonio Rodrigues Junior ¹(IC), Roberto Guimarães Dutra de Oliveira¹(IC), Renner Augusto Alves Lima¹(IC), Walteno Martins Parreira Júnior²(PQ).

Fundação Educacional de Ituiutaba - Universidade do Estado de Minas Gerais (FEIT/UEMG), Ituiutaba-MG, Brasil.

*flavinji@hotmail.com; robertoguimaraes8@hotmail.com; renneramil@gmail.com; waltenomartins@yahoo.com

Palavras chave: compra coletiva, internet.

Introdução

O formato de negocio na internet vem garantindo grandes sucessos com a facilidade de uso e uma efetivação de benefícios aos consumidores e clientes, mas competindo com o sucesso aparecem os fatores críticos do atendimento com qualidade e responsabilidade que acabam se tornando necessários e para isso a forma de compras online vem se equilibrando entre os dois extremos. “O termo compras coletivas, trata-se de um relacionamento online onde um grupo de consumidores se associa a um site específico de compras para obter maior poder de aquisição e conseguir descontos vantajosos” (MITI, 2010). Consiste de um sistema de compra simples, com uma inscrição em um site de compra coletiva e o interesse do usuário por determinado produto que apresente oferta. O usuário deste sistema de compra tem a oportunidade de comprar produtos com um custo notavelmente menor acompanhado de descontos consideráveis sobre o produto com um número mínimo de solicitação do produto.

Resultados e Discussão

Como se trata de um novo mercado no Brasil, para as empresas **ingressantes** existe benefícios que garantem a sobrevivência do sistema de compras coletivas, como uma grande cobertura nos setores de consumo. Outro benefício é a possibilidade de atrair novos clientes sem o uso de propaganda específica para um determinado produto. Passa para o cliente uma confiabilidade dos produtos oferecidos por determinada empresa no ato de compra, aumentando a visibilidade da mesma em estatísticas quanto a segurança da compra e sem duvida o sistema traz mais consumidores para o e-commerce impulsionando o volume de compras que já é crescente no Brasil. “Impulsionado pelo maior acesso da população à internet e também uma confiança maior em realizar compras e pagamentos eletrônicos, o país deu um salto significativo em menos de 10 anos. Pulou de 2 milhões de consumidores em 2002 para quase 18 milhões em 2009” (MITI, 2010).

As vantagens de utilização do sistema de compra coletiva na visão do consumidor é a grande possibilidade de concorrência, garantindo os baixos preços e grande percentual de descontos. Basta o

acesso a um único site de compras coletivas para a aquisição de produtos nos mais variados segmentos. “O Consumidor tem a possibilidade de conhecer locais e produtos que podem não fazer parte do seu cotidiano, adquirir produtos e serviços por preços muito reduzidos e sem sair de casa e ainda mantém relacionamento com seus grupos de contatos indicando novas ofertas” (MITI, 2010). Porém o sucesso do sistema não garante que todas necessidades sejam atendidas e ainda apresentam alguns problemas, tais como o mal atendimento aos clientes, produtos e serviços de baixa qualidade, ou seja, ainda falta uma regulamentação do setor para a garantia do ótimo funcionamento do sistema para os consumidores.

Conclusão

Com a tecnologia disponível para mais usuários e a facilidade de efetuar compras através da rede mundial de computadores, este seguimento está impactando o mercado com crescimento vigoroso. Dezenas de empresas no ramo de compras online são criadas, com a ilusão de grandes lucros, retorno rápido e facilidade em ganhar dinheiro, porem questões em relação aos clientes quanto a confiabilidade e segurança da compra são fatores que necessitam de atenção. Na maioria das vezes os empresários não conhecem todos os requisitos deste mercado, porém sabem trabalhar com a tecnologia o que não pode ser suficiente para a sua manutenção, levando a falência de muitos sites de compra coletiva.

Agradecimentos

Os autores agradecem a oportunidade de apresentar o trabalho desenvolvido e também, ao professor orientador, pelo apoio e incentivo.

¹ MITI. *Clubes de Compras: A nova tendência online no Brasil*. Disponível em <http://issuu.com/mititecnologia/docs/estudo_clubedecompras>, acesso em: Set. 2012.

Referenciar como:

RODRIGUES JUNIOR, Flavio Antonio et al. Oportunidade e desafios para sites de compras coletivas. In: KATRIB, Cairo M. i. et al. (Orgs.). SEMINÁRIO REGIONAL INTEGRADO DE PESQUISA DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR E TÉCNICO DO PONTAL DO TRIANGULO MINEIRO, 2., 2012, Ituiutaba. **Caderno de resumos**. Ituiutaba: UFU, FACIP. 2012. p. 161. ISSN: 2316-5634.