

BLOG DO CUPOM

Tudo sobre **compras coletivas** em um só lugar!



- Home
- Ranking
- Noticias
- Destaques
- Dicas
- Sites
- Agregadores
- Reclamações
- Videos
- +1
- 27

« Voltar

Evite problemas com as ofertas de turismo em compras coletivas

24 de maio de 2012



Muitas vezes é mesmo difícil resistir àquele e-mail que chega à caixa de mensagem oferecendo milagrosos 40% de desconto num cruzeiro pelo Caribe ou diárias num hotel na beira da praia pela metade do preço. Com promoções relâmpagos ou abatimentos válidos por tempo determinado, os sites de compras coletivas – fenômeno nascido nos Estados Unidos em 2008 e que vem ganhando adeptos no Brasil oferecendo produtos que variam de pizzas a tratamentos de beleza, com preços mais que competitivos – voltam-se agora para o turismo.

Os grandes desse modelo, como GroupOn (que lançou uma seção exclusiva para viagens) e Peixe Urbano, já incluíam hotéis e pousadas em suas páginas. Mas são os sites voltados só para viagens, que não existiam até o ano passado, que mostram como a novidade se consolidou, a ponto de incomodar as operadoras tradicionais. Lá na ponta, está o consumidor. Mas, antes de confirmar a compra, é preciso tomar cuidados, para que a oportunidade coletiva não vire um problema pessoal e intransferível.

Pechinchas vão de pousadas na serra a cruzeiros pelo Caribe

Como funciona essa tal compra coletiva? Basicamente trata-se de uma promoção oferecida por um estabelecimento e divulgada por um site na internet. Para cada compra (ou cupom, como é chamado em algumas páginas), o site ganha uma comissão sobre o valor pago pelo consumidor. No caso das hospedagens, depois de concluir a compra, o cliente marca, dentro do prazo estipulado, uma data diretamente com o hotel ou pousada. No caso de pacotes de viagens (como cruzeiros), há uma data já determinada, normalmente em prazos apertados.

As ofertas de viagens se dividem em duas categorias: as que vendem estadias em hotéis e pousadas em baixa temporada (excluindo os feriados e os fins de semana mais concorridos), com validade longa, e as de pacotes de última hora, com datas específicas. É bom ressaltar que, na grande maioria dos casos, essas promoções não incluem transporte, taxas ou outras providências burocráticas, como documentação e seguro-viagem, para pacotes no exterior.

Criado em 6 de dezembro de 2010, o Viajar Barato foi um dos primeiros site de compras coletivas a focar exclusivamente no turismo. No começo, seus principais parceiros eram pousadas e hotéis de beira de praia ou serra. A grande virada aconteceu quando passou a anunciar cruzeiros marítimos. As companhias de navegação encontraram neste canal de venda um escape de última hora perfeito para suas cabines desocupadas. Em seguida, vieram as agências de viagens com pacotes e voos fretados para o exterior.

No começo de março, por exemplo, o site anunciava um cruzeiro de uma semana a bordo de um meganavio da Royal Caribbean com 45% de desconto e um pacote pelo norte da África pela metade do preço. Ambos sem a parte aérea. No início do ano, a promoção para completar um voo fretado para a Flórida fez sucesso entre os viajantes.

- Nosso negócio é o que as agências não vendem: as vagas ociosas, a baixa temporada. Somos complementares ao mercado tradicional, não concorrentes – diz um dos sócios e fundador do site, Luiz Fernando Vieira.

Os números do Viajar Barato mostram que em seus três primeiros meses o site vendeu mais de 1.500 cupons

Anuncie aqui

siga-nos no **twitter**
1182 já seguem o Blog do Cupom

Curta-nos no Facebook **facebook**

Blog do Cupom no Facebook

1,077 pessoas curtiram **Blog do Cupom**.

Plug-in social do Facebook

PATROCÍNIO:

Anuncie aqui

Newsletter: Notícias e Ranking

Links

Anúncios Google	Anúncios Google
Brasil Turismo	Brasil Turismo
Compras	Compras
Turismo Buzios	Turismo Buzios

de desconto, o que significa que cerca de cinco mil pessoas aproveitaram as ofertas de viagens e hospedagem. Em seu mês mais rentável, fevereiro, lucrou pouco mais de R\$ 1 milhão.

Seu concorrente direto, o Hotel Urbano, voltado exclusivamente para hospedagem, foi criado apenas dez dias depois. Desde então o site já vendeu cerca de 16 mil cupons. Para o diretor comercial do site, Antônio Gomes, o mercado tradicional está adotando a velha estratégia do "se não pode vencê-los, junte-se a eles":

- Algumas operadoras já oferecem seus pacotes nesses sites. É a nova realidade.

Pioneiro nesta onda e um dos maiores em atividade no Brasil, o americano Groupon lançou recentemente uma seção dedicada apenas a ofertas de turismo, chamada Hotéis e Viagens, com hospedagens e até passagens aéreas. No começo do mês, uma das promoções que chamavam atenção no canal era de tarifas da Puma Air, empresa que voa de São Paulo a destinos nas regiões Norte e Nordeste.

- Temos uma forte atuação no setor e queremos ampliá-la. Nossa presença global permite que levemos esse conceito a vários países onde estamos presentes – diz o CEO do Groupon Brasil, Florian Otto.

O presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), Alfredo Lopes, considera essa nova onda positiva por aquecer o turismo nas cidades menores, que sofrem mais com a sazonalidade.

- Para o Rio não faz muita diferença, porque a taxa de ocupação é sempre alta. Mas para pousadas na Região Serrana e na Região dos Lagos, pode ser excelente. E para os consumidores é uma oportunidade de ter bons preços.

Enquanto os donos de hotéis se encantam com a possibilidade de ver seus quartos vazios se encherem, os representantes das agências de viagens ainda enxergam as compras coletivas com desconfiança.

- Esses sites são uma alternativa para os consumidores, claro. Mas quem vai comprar precisa saber exatamente quem está por trás daquele serviço, e é preciso tomar uma série de cuidados – alerta o presidente da Associação Brasileira das Agências de Viagens (Abav), Carlos Alberto Amorim Ferreira.

Ele admite que o surgimento destes potenciais concorrentes virtuais não foi a melhor notícia que as agências tradicionais receberam nos últimos meses. Mas reconhece que é um sinal de que o setor precisa se modernizar rapidamente para se adaptar aos novos tempos.

- Gostar (da nova onda de compras pela internet) a gente não gosta, mas tem que se adaptar. É claro que num primeiro momento uma novidade dessas afeta os negócios, mas é uma questão de se reposicionar no mercado. A internet é uma ferramenta que não pode ser ignorada – diz Ferreira, que vê um novo papel do agente de viagens. – Ele será cada vez mais um consultor especializado, não mais um intermediário entre o fornecedor e o turista. Por isso que o consumidor deve estar cada vez mais atento.

Para não ficar com o cupom na mão

As facilidades oferecidas pelos sites de compras coletivas nem sempre se realizam. Não são poucos os casos em que os clientes não conseguem agendar sua hospedagem porque o hotel vendeu mais cupons do que poderia suportar e até mesmo de tarifas supervalorizadas para mascarar o desconto real da promoção. Para não transformar um fim de semana prazeroso em dor de cabeça, é bom tomar alguns cuidados.

- As compras nesses canais são feitas quase sempre no impulso, o que é perigoso. Antes de fechar negócio, é preciso pensar um pouco e avaliar as condições – diz a advogada Fabíola Meira, especializada em direito do consumidor, do escritório Braga Nascimento e Zilio Advogados Associados.

Uma das queixas mais recorrentes diz respeito à dificuldade para marcar datas da hospedagem. Em geral, as regras das promoções excluem feriados e semanas de altíssima temporada, como festas de fim de ano. Mas não os fins de semana normais, que, claro, são os mais concorridos.

- Antes de comprar, veja quantos quartos o hotel oferece. Depois repare quantas pessoas já compraram a oferta. Quanto maior a diferença entre o número de compradores e o de habitações, maior será a espera. Em alguns casos, pode mesmo levar meses – alerta Fabíola.

Outra situação que pode ser verificada antes de clicar no botão "confirmar" é saber se o desconto corresponde à realidade. Se tivesse entrado em contato com a pousada em Búzios que oferecia duas diárias de fim de semana por R\$ 425 (metade de R\$ 850, valor anunciado como normal), o médico Rafael Erthal teria sido informado que duas diárias sairiam por R\$ 500, sem promoção alguma. Ou seja, o desconto real estava longe dos 50% prometidos pelo Groupon.

- Eu me senti enganado, porque esperava um nível de hospedagem e encontrei outro, bem abaixo. Foi minha primeira e última compra desse tipo – diz o médico.

História parecida viveu a fonoaudióloga Andréa Amado. Ela pagou R\$ 349 por um fim de semana em Penedo, anunciado com desconto de 50%. Chegando lá, achou o hotel simples demais para o valor. Ao retornar ao Rio, ligou para o estabelecimento e descobriu que um pacote idêntico ao dela saíria por R\$ 380. Mas, diferentemente de Erthal, teve seu dinheiro de volta após reclamar com o Click On, site por onde realizou a compra.

O Procon-RJ ressalta que a restituição não é um favor. Como em qualquer outro tipo de relação com o consumidor, a devolução do dinheiro em caso de serviço mal prestado ou propaganda enganosa é obrigatória. E sendo compra realizada a distância (pela internet), o cliente também tem o direito mudar de ideia e cancelar o pedido em até uma semana. Mesmo que os sites avisem, em suas condições de venda, que não há restituição.

Fonte: Blog do E-commerce

Posts relacionados:

- Evite problemas com as ofertas de turismo em compras coletivas
- Turismo tem 34% das compras coletivas em dezembro
- Click Box – As melhores ofertas de turismo
- Ofertas de viagens ganham preferência do consumidor de compras coletivas
- 57% dos consumidores de compras coletivas preferem ofertas gastronômicas





Blog do Cupom no Facebook

 Curtir 1,077



 DISQUS

Adicionar novo comentário

Login



Digite seu comentário aqui.

Mostrando 0 comentários

Ordenar por: recentes primeiro ▼

 [Notificar por e-mail](#)  [RSS](#)

Reações



URL de Trackback