



ASSINE ESTADÃO ▶

Zigpay e netPDV anunciam fusão de olho na retomada de eventos e novas formas de pagamento

União entre as duas fintechs quer aproveitar a demanda reprimida para se consolidar como a maior empresa global de pagamento sem dinheiro físico no setor de eventos e entretenimento

28/09/2021 | 06h00

Por Elisa Calmon - O Estado de S. Paulo

PUBLICIDADE



A **Zigpay**, fintech brasileira especializada em gestão de consumo, e a **netPDV**, que oferece soluções em pagamentos "cashless" (sem dinheiro físico) anunciam nesta terça-feira, 28, a fusão dos seus negócios. O movimento acontece de olho na retomada de grandes eventos no Brasil e no mundo com a flexibilização das medidas sanitárias. A meta é ambiciosa: aproveitar a demanda reprimida para se consolidar como a maior empresa global de "cashless" no setor de eventos e entretenimento.

"Tudo indica que a retomada vai ser enorme. É um oceano gigante para nadar. Estamos surfando no início de uma onda que vai ser um tsunami", afirma o CEO da Zigpay, Nérope Bulgareli. O executivo destaca que a retomada já vem tomando forma e cita os exemplos do Rodeio de Jaguariúna, Campus Party, Mundial de Fórmula 1 e Oktoberfest. Para ele, caso sejam bem-sucedidos, devem aquecer ainda mais o setor.

Juntas, as empresas realizam cerca de três mil eventos por ano e somam 12 milhões de check-ins de clientes. A Zigpay oferece soluções para restaurantes, bares, casas de shows e eventos. Já a netPDV atende a grandes e megaeventos, como Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1, Lollapalooza, Rock'in Rio e Oktoberfest Blumenau. A combinação de negócios permitirá que a nova companhia efetue mais de R\$ 2 bilhões em TPV (volume total transacionado) no próximo ano.

O CEO da netPDV, Bruno Lindoso, reforça que a demanda reprimida deve ser uma das principais alavancas para o crescimento da nova empresa, fruto da fusão. "O movimento de compra para eventos é impressionante. A fome do brasileiro de consumir entretenimento está muito na cara", comenta, destacando que a complementaridade entre as duas empresas será essencial para aproveitar este momento.



Bruno Lindoso (netPDV) e Nérope Bulgareli (Zigpay)

Impulsionada pelo otimismo em relação à retomada do setor, a combinação de negócios acontece após a rodada recente de investimentos realizada pela Zigpay. Em agosto, a fintech levantou R\$ 40 milhões com participação de investidores como Edgard e Diogo Corona, da SmartFit, e Ricardo Goldfarb, das Lojas Marisa.

A busca por novos meios de pagamento também deve contribuir, avalia Bulgareli, da Zigpay. "É

um caminho sem volta. Em cinco anos, o dinheiro físico vai ser exceção”, estima. Diante desse cenário, aponta as soluções “cashless” como um diferencial decisivo à medida que reduzem os ruídos no processo de consumo, aumentando o tíquete médio dos eventos e estabelecimentos que optam pelo modelo.

Além disso, a substituição da moeda física por soluções digitais melhora a experiência tanto para o produtor, quanto para o público ao oferecer maior segurança, velocidade e uma melhor gestão, afirma Lindoso. Ajuda ainda a fortalecer os protocolos sanitários, já que a circulação de dinheiro é uma forma de disseminar o coronavírus.

De acordo com CEO da netPVD, apesar dos desafios impostos ao setor ao longo da pandemia, o período de quarentena foi essencial para “arrumar a casa”. A companhia voltou as atenções para investimentos em tecnologia, incluindo business intelligence (BI) e machine learning. Na mesma linha, Bulgareli diz que a crise sanitária praticamente zerou o mercado, mas os negócios caminharam em paralelo com empresários percebendo a importância de reinventar suas estratégias nesse contexto.

Para ilustrar, relata que o número total de clientes atendidos em junho deste ano pela Zigpay era três vezes superior ao do mesmo período do ano passado. No mesmo mês, o número de casas era quatro vezes maior quando comparado a fevereiro de 2019, período pré-pandemia.

Expansão

A combinação de negócios irá intensificar os projetos de expansão e quadruplicar o atual quadro de colaboradores, gerando aproximadamente 200 novos postos de trabalho. Para a efetivação desses projetos, está previsto um investimento de R\$ 80 milhões até o fim de 2022. A agenda inclui ampliar a operação no Brasil, chegando a 13 filiais no País até o fim deste ano. Mas os planos não param por aí. A fusão também tem como objetivo preparar o terreno para transformar a nova empresa em um empreendimento global, de acordo com o CEO da netPDV.

A meta é liderar no segmento “cashless” não só no número de eventos realizados, mas também em países alcançados e faturamento. “Sonhamos grande, não temos fronteiras para implementar a tecnologia que construímos. Ela pode ser aplicada para realizar eventos em qualquer lugar do mundo. Nos preparamos para isso, e movimentos nesse sentido já estão acontecendo”, afirma Lindoso, destacando a atuação em países como México e Portugal, que será a porta de entrada para o continente europeu.

Apesar do otimismo sobre o rumo do segmento de entretenimento, os executivos ressaltam a importância de manter os protocolos de segurança e ter atenção ao surgimento de novas variantes e ao número de casos e mortes. “Está muito claro para nós que a pandemia não chegou ao fim. Por isso, todos os protocolos vêm sendo respeitados”, garante Bulgareli. O executivo defende a importância da vacinação para a retomada do setor de entretenimento e da economia como um todo.

[MAIS NA WEB](#)

|

PUBLICIDADE

IMPULSIONANDO O PROGRESSO

Respeitamos a natureza e temos o compromisso de conservar a biodiversidade. Investimos de form...
Shell

PUBLICIDADE

Entre em contato conosco

Estudio Rossi Camilión & Asociados

PUBLICIDADE

Mais do que valorizar, o Carrefour promove e apoia ações voltadas para a inclusão de pessoas com deficiência. E em comemoração ao Dia...

Carrefour Varejo - Brasil

RECOMENDADAS PARA VOCÊ