

Com Linx, Stone amplia alcance de serviços ao varejo

Credenciadora avança em direção a grandes players e passa a oferecer sistema de gestão

Por **Talita Moreira** — De São Paulo

24/11/2020 05h01 · Atualizado há 3 meses



Thiago Piau, presidente da Stone: “A cada dia que passa, a gente deixa de ser maquininha para ser uma solução completa” — Foto: Leo Pinheiro/Valor

A Stone deixa, aos poucos, de ser uma “empresa de maquininha” para se tornar um provedor de serviços - financeiros ou não - para varejistas, e a aquisição da Linx encaixa uma peça importante nesse quebra-cabeça.

Não que a companhia vá sair da adquirência, atividade que lhe deu origem. Ao contrário, as maquininhas verdes continuam parte fundamental da operação, mas vão cada vez mais dividir espaço com soluções para pagamentos digitais e software para o varejo. “Nosso negócio é ajudar o varejista a vender mais”, afirma o presidente da Stone, Thiago Piau, em entrevista ao **Valor**. “A cada dia que passa, a gente deixa de ser maquininha para ser uma solução completa.”

É aí que entra a Linx, cujos acionistas aprovaram na semana passada a oferta de compra da empresa pela Stone. Numa disputa ruidosa com a Totvs, a credenciadora de cartões levou a companhia especializada em software de gestão para o varejo por R\$ 6,7 bilhões. O negócio ainda precisa ser aprovado pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).

Segundo Piau, a aquisição ajudará na estratégia da Stone de duas formas. Uma delas será a oferta de ferramentas de gestão para os pequenos e médios lojistas, público-alvo principal da credenciadora. Vendendo mais, eles naturalmente terão mais transações de cartões para processar e demandarão mais serviços, como crédito. “Hoje, o pequeno lojista até usa software de gestão, mas muitas vezes é defasado e ele não consegue fazer a integração de todos os seus sistemas num lugar só”, diz.

A outra alavanca vislumbrada pela Stone é, por meio da empresa de tecnologia, chegar aos grandes varejistas - segmento em que nunca teve presença em lojas físicas por não ter, até então, um diferencial competitivo que não a colocasse numa guerra de preço com as maiores credenciadoras. Como muitas das maiores redes do varejo são clientes da Linx, a aposta é oferecer um conjunto de serviços a essas empresas.

Para colocar os planos em prática, estão previstos investimentos de R\$ 500 milhões na evolução tecnológica da Stone e da Linx - a título de comparação, a credenciadora investiu cerca de R\$ 400 milhões nos nove primeiros meses deste ano.

A companhia também vai anunciar até o fim deste ano uma nova versão de sua oferta de serviços financeiros, que passará a ser mais integrada. Quem contratar serviços de pagamentos terá, no mesmo plano, acesso a conta digital, cartão e outros produtos, como crédito. A companhia também prevê entrar na gestão de folhas de pagamentos, atividade que hoje é muito concentrada nos grandes bancos.

Piau afirma ser “um sonho” que os clientes da credenciadora dependam cada vez menos das instituições financeiras tradicionais e, se quiserem, possam cortar os laços que têm com elas. A empresa encerrou o terceiro trimestre com R\$ 1,1 bilhão em sua carteira de crédito e 73 mil clientes. A Linx também deve ajudar a turbinar essa frente de negócios porque vai contribuir para que o grupo conheça melhor seus clientes e, com isso, a oferta de recursos poderá ser mais assertiva.

Mas não estaria a Stone também passando a atuar de forma verticalizada, da mesma maneira que ela sempre criticou nos grandes bancos? Piau diz que não e acrescenta que a aquisição da Linx é, inclusive, um movimento horizontal. “Estamos ampliando o escopo de atuação da companhia e não verticalizando.”

De acordo com o executivo, a Stone mantém sua plataforma aberta. A ideia é que o cliente tenha incentivos tecnológicos e econômicos para contratar mais produtos da empresa, mas não é uma imposição. Os lojistas podem acoplar soluções da credenciadora às de outros provedores de serviços. “A gente só vai vencer quando for melhor para o cliente”, afirma Piau.

Com esse discurso e com o argumento de que praticamente não há sobreposição com a Linx, o presidente da Stone afirma acreditar que a compra será aprovada pelo Cade sem grandes dificuldades, num processo estimado em cerca de seis meses. Até lá, a empresa criou o que chama de “clean team”, uma equipe afastada do dia a dia das operações para auxiliar a troca de informações possíveis entre as duas companhias e preparar o caminho para a integração.

Piau também diz não esperar contestações de acionistas à operação. O desenho da proposta que a empresa fez pela Linx - que previa multas e um bônus de não competição aos fundadores - despertou polêmica entre os investidores. A Associação de Investidores do Mercado de Capitais (Amec) mandou carta à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) dizendo que a decisão do colegiado de permitir o voto dos fundadores na assembleia da semana passada é negativa para o mercado. “Essa transação, de forma geral, teve uma grande narrativa construída por quem estava competindo e não que era verídica”, afirma Piau, sem citar o nome da Totvs. De acordo com o executivo, a Stone, listada na Nasdaq, “sempre teve o mais alto grau de governança” e fez ajustes na sua oferta para ajustá-la ao retorno que teve do mercado.

A Stone dará um salto em sua estrutura com a Linx. A companhia de software teve receita de R\$ 635 milhões nos nove primeiros meses deste ano, que se somam aos R\$ 2,318 bilhões da credenciadora. Com a combinação de negócios, a equipe saltará dos atuais 6 mil funcionários da Stone para cerca de 10 mil. Segundo Piau, não estão previstas reduções nos quadros, já que os negócios são complementares. “Esse

investimento não é de diversificação, mas de aceleração [da Stone] na direção do varejo”, afirma.

O executivo diz que o movimento não está relacionado à pressão nas margens do mercado de adquirência, que caíram nos últimos anos e alguns analistas acreditam que podem sofrer nova queda com a chegada do Pix. O recém-lançado meio de pagamentos instantâneos, segundo Piau, é apenas mais um jeito de pagar e não deve canibalizar a receita das credenciadoras. “A adquirência vai continuar sendo um ótimo negócio”, diz. “Nossas margens não estão caindo. Estamos na contramão.”

Conteúdo Publicitário

Links patrocinados por **taboola**

LINK PATROCINADO

Anvisa libera pílula para calvície que cria até 14 mil novos fios de cabelo

FOLICAPS

LINK PATROCINADO

Ração Golden Gatos Filhotes Sabor Frango - 1Kg

21.99 R\$ - PETZ

Compre Agora

LINK PATROCINADO

Ração Úmida Pet Delícia para Gatos Filhotes sabor Papinha de Frango 110g - 1 unidade

8.99 R\$ - PETZ

Compre Agora

LINK PATROCINADO