

Release Junho / 15

Conheça uma das primeiras *startups* do Brasil depois de 15 anos

O mercado de startups no Brasil está cada vez mais aquecido. São centenas de empresas e milhares de empreendedores buscando oferecer soluções nos mais diversos setores. Mas como estes inovadores veem a sua empresa daqui a 15 anos? Esse ensinamento pode ser dado pela F2b, que é a empresa mais antiga de meios de pagamento online do país.

Fundada em 2000 por investidores americanos, a companhia acompanhou ao longo da história a evolução do ecommerce no Brasil. Atualmente, ela oferece três eixos de serviços: a cobrança, que pode ser realizada por diferentes meios de pagamento como boleto, cartão de débito e crédito; a loja virtual, voltada para quem pretende montar um comércio online; e a consulta comercial, que permite a consulta ao SCPC, além de outros tipos de verificação.

O diretor executivo Paulo Azambuja fala que a companhia foi a primeira a atuar no setor no Brasil, e também a única a não se associar ou ser comprada por um grande grupo de internet. A receita de sucesso foi manter o espírito de startup, com um trabalho para reposicionar a marca e pensar em novas estratégias ao longo do tempo.

Uma das primeiras iniciativas da F2b foi lançar uma parceria com lojas virtuais. Outro segmento explorado foi o crédito virtual em associação com o VirtualCred com ABN Amro Bank. A companhia também atuou com logística, em parceria com DHL, VarigLog, Total Express e outras. Por fim, investiu em micropagamentos para jogos e música, quando eles ainda não eram tendência.

Mas era necessário algo mais, renovar a visão de futuro. “Foi nesta hora que decidimos transformar a F2b, de uma ferramenta de gastar dinheiro, para uma ferramenta de ganhar dinheiro”, comenta Azambuja. Ele então comandou uma mudança de foco para atender os lojistas e os empresários que precisam de emissão de boletos para um faturamento recorrente, tais como advogados, associações, contadores ou escolas.



Neste nicho ela tem vantagens competitivas mesmo frente aos grandes bancos. Em 2014, a companhia realizou cerca de 1,9 milhões de cobranças, 850 mil recebimentos e outras 150 mil transações financeiras. Hoje, cerca de 75% da receita da empresa vem deste segmento em que ela é uma das líderes, contando com uma base ativa de clientes de aproximadamente 7 mil empresários e autônomos.

Para Azambuja, a companhia é sólida financeiramente, com uma visão autossustentável do negócio. “Não precisamos ser uma empresa gigante, mas vamos existir para atender bem os nossos clientes. E crescemos a taxas altas, de 15 a 20% ao ano”, finaliza.