



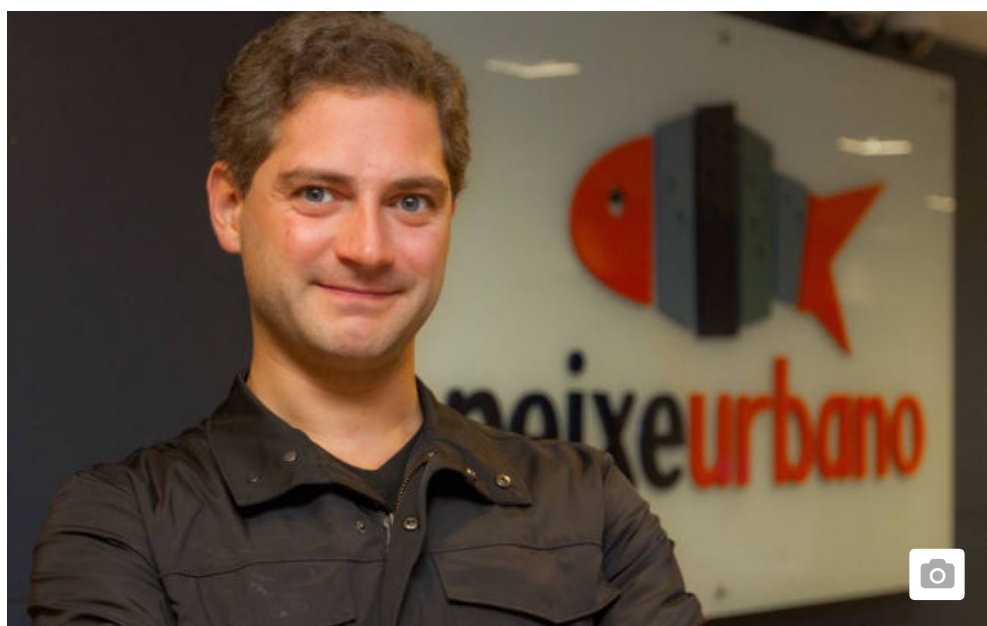
Oferecimento:

## Peixe Urbano e Groupon Brasil fundem operações no País

Antigas rivais no modelo de compras coletivas, empresas que negociam cupons de desconto se unem; por enquanto, as duas plataformas seguirão funcionando autonomamente

27/11/2017 | 14h00

Por Bruno Capelas - O Estado de S. Paulo



*Alex Tabor, presidente executivo do Peixe Urbano, seguirá na empresa*

Antigas rivais no comércio eletrônico brasileiro, Peixe Urbano e Groupon Brasil anunciam nesta segunda-feira, 27, a fusão de suas operações. As duas empresas, que se tornaram conhecidas no início dos anos 2010 com o modelo de compras coletivas, hoje atuam no segmento de cupons de desconto. O valor da transação não foi revelado pelas empresas.

Em comunicado distribuído à imprensa, as empresas avisam que vão unir suas equipes, mas manter ambas as plataformas funcionando. "O objetivo é que, gradualmente, os usuários das duas marcas tenham o mesmo cardápio de ofertas", diz o texto oficial. "É uma soma de fortalezas.

Ao fim das contas, quem se beneficia é o usuário", afirma Félix Lulion, presidente executivo do Groupon Brasil.

As duas empresas também devem compartilhar tecnologias – um exemplo é o sistema Use Agora, presente no aplicativo do Peixe Urbano, que permite que o usuário adquira um cupom de desconto e o utilize na sequência. Segundo o Peixe Urbano, a modalidade corresponde a 90% das ofertas de restaurantes de sua plataforma, e agora estará disponível no Groupon. Hoje, o Peixe Urbano tem cerca de 30 milhões de usuários no Brasil – já o Groupon não revela seu número de usuários no País, mas é utilizado por 52 milhões de pessoas na América Latina.

A transação foi capitaneada pelo fundo de investimentos Mountain Nazca, que, em fevereiro, adquiriu a operação do Groupon América Latina e, agora, compra o controle acionário do Peixe Urbano, que estava na mão dos chineses do Baidu.

Para Pedro Guasti, presidente da consultoria especializada em e-commerce eBit, a fusão auxilia as duas companhias a ter melhores margens de lucro. "A médio prazo, deve haver um enxugamento na gestão, em termos de sistemas, tecnologia e pessoas", diz. "Como no comércio eletrônico as margens são pequenas, qualquer economia ajuda as empresas a ter melhores margens de lucro." Já o professor **Oscar Malvessi**, da FGV-SP, as duas empresas devem seguir com marcas independentes como estratégia de mercado, integrando seus esforços. "É um reposicionamento", diz.

**Trajatória.** Fundada em 2010 por Julio Vasconcelos, o Peixe Urbano foi um dos primeiros grandes casos de sucesso de startups brasileiras, disputando mercado na época com o norte-americano Groupon. As duas empresas enfrentaram dilemas parecidos: cresceram rápido demais e tiveram problemas com fornecedores, o que manchou parte de sua reputação perante ao público.

Para seguir em frente, foi preciso se reinventar. Em 2013, o Peixe se transformou em um site de venda de serviços – sem número mínimo de compradores para ativar uma oferta.

O movimento chamou a atenção da chinesa Baidu, que comprou uma fatia majoritária da empresa – o valor da transação não foi divulgado na época. Com dinheiro em caixa, a startup voltou a crescer. Em 2016, registrou o maior faturamento da história, chegando a R\$ 1 bilhão, em crescimento de 40% na comparação com o ano anterior. No início do ano, o Peixe Urbano mudou seu escritório para Florianópolis, chegando à marca de 450 funcionários.

## Mais Na Web

Links Promovidos por Taboola

Já ouviu falar nos hotéis que valem a viagem? Conheça 6 deles no Nordeste

trivago

Aproveite as promoções e fique pronto para o verão! São 3 bermudas por R\$ 99\*, aproveite!

Dafiti

Será o momento de sair da Renda Fixa? Veja aqui

Inversa Publicações

## Recomendadas para você

Saiba o que pode acontecer com a mulher que chamou a filha de Bruno Gagliasso de 'macaca' - Emais - Estadão

'Assim como ela é negra, eu também sou', diz mulher que fez ofensas racistas a Titi - Emais - Estadão

Fim de linha para Muralha, Rodrigo e o árbitro fortão Daronco no futebol brasileiro