



PayUp liga-se a Jerónimo Martins e BCP na Polónia

A EMPRESA DE PAGAMENTOS electrónicos quer crescer através das relações com empresas nacionais.

Paula Alexandra Cordeiro
pacordeiro@economicsgps.com

Luís Janeiro apresentou ontem oficialmente ao mercado polaco a empresa que lidera, a PayUp. Entre conversas com potenciais parceiros e o actual, a Eurocash, a empresa de pagamentos electrónicos já negocia com outras companhias que vão ajudar a impulsionar o negócio. A Jerónimo Martins (JM), presente no mercado polaco através da líder Biedronka, e o BCP são os próximos alvos.

O presidente da PayUp, empresa de capitais portugueses, não adiantou mais pormenores sobre as negociações, mas acrescentou que um acordo comercial com a JM vai ajudar a aumentar a sua presença para 8 mil pontos de venda em meados de 2009. "Se fizermos o acordo, aumentamos a rede em 25%", acrescentou. Por esta mesma razão, Luís Janeiro reviu em alta o volume de negócios para o cor-

rente ano, que deverá superar os 70 milhões de euros, mais 11 milhões do que o previsto inicialmente.

Já com o BCP, Luís Janeiro quer tirar partido do relacionamento com toda a rede para ajudar a baixar as comissões de pagamento com cartão de débito e crédito. "Uma coisa é um retalhista ir negociar ao banco, outra é a PayUp, em representação de 3000 [ou mais], ir negociar ao banco", disse aos jornalistas o presidente executivo da PayUp. Tal como em Portugal, os bancos na Polónia cobram co-

missões entre 3,5% a 4% por cada transacção no pagamento de serviços através do cartão de crédito.

A PayUp está a operar na Polónia desde Outubro de 2007, através da presença junto de três mil pontos de venda que são parceiros da Eurocash. No final do ano, a empresa terá uma rede de 6.500 pontos.

A Eurocash, detida em 55% por portugueses e liderada por Luís Amaral, tem 49% do capital social da PayUp Polónia, com os restantes 51% nas mãos da PayUp 'holding', que tem como acionistas o Banco Efisa, o fundo de capital de risco do BPN e o próprio Luís Janeiro. Actualmente, a empresa disponibiliza apenas o carregamento de telemóveis, sem cobrar qualquer comissão, mas em meados deste ano os consumidores vão poder pagar as facturas e realizar operações de débito e crédito. A PayUp registou 800 mil transacções em Janeiro do corrente ano. ■

A jornalista viajou a convite da PayUp

Depois de entrar na Roménia, a PayUp adiou o a entrada no mercado sérvio, devido aos conflitos naquele país.

"Subprime" é uma oportunidade

Luís Janeiro, presidente da PayUp, fala das perspectivas para a empresa, em 2008.

Porque é que a empresa arrancou com a sua actividade fora de Portugal, uma vez que é uma empresa de capitais portugueses?

As oportunidades de crescimento nos mercados onde estamos focados [Polónia, Roménia, Sérvia, entre outros] são maiores do que no mercado nacional e tivemos de definir oportunidades economicamente racionais. Portugal pode vir a ser considerado, mas

numa fase diferente do projecto.

A Payup está a ser afectada pelo clima de incerteza que se vive nos principais mercados internacionais, por causa da crise do 'subprime'?

É uma matéria que não nos afecta. Nós somos uma empresa com um serviço electrónico, mas que vive muito perto dos consumidores e dos retalhistas - é isso que

nos distingue das empresas tecnológicas.

Os problemas de liquidez dos bancos potenciam alguns dos novos serviços que queremos lançar. Os grandes bancos têm sofrido com a redução das margens financeiras e os esforços de aquisição deixaram os níveis de solvabilidade que são conhecidos. Este aspecto leva os bancos a focalizarem-se nos consumidores com altos rendimen-

tos e a tornar os serviços financeiros bastante caros para os restantes consumidores. Isso é uma oportunidade para nós não uma ameaça.

Quais os principais desafios da empresa para este ano?

Dar consistência ao serviço, provar a nossa capacidade de concretização e criar 'reference sites' nos primeiros países. Os primeiros territórios têm de

ser um exemplo, para podermos mostrar a mais parceiros e registar a experiência de forma a replicar mais depressa e de forma mais económica.

Quando estiver a operar com uma rede própria em vários países, designadamente os do Leste, que tipo de oportunidades pode a PayUp concretizar?

Os bancos estão demasiados focalizados nas redu-

ção de custos das suas operativas, nas grandes cidades e nos segmentos sócio-económicos mais altos. Por outro lado os retalhistas tradicionais necessitam de reagir às grandes cadeias. É aqui que está a nossa oportunidade. Vamos ser uma plataforma de distribuição electrónica de serviços do tipo financeiro, com base em amplas redes de comerciantes. ■