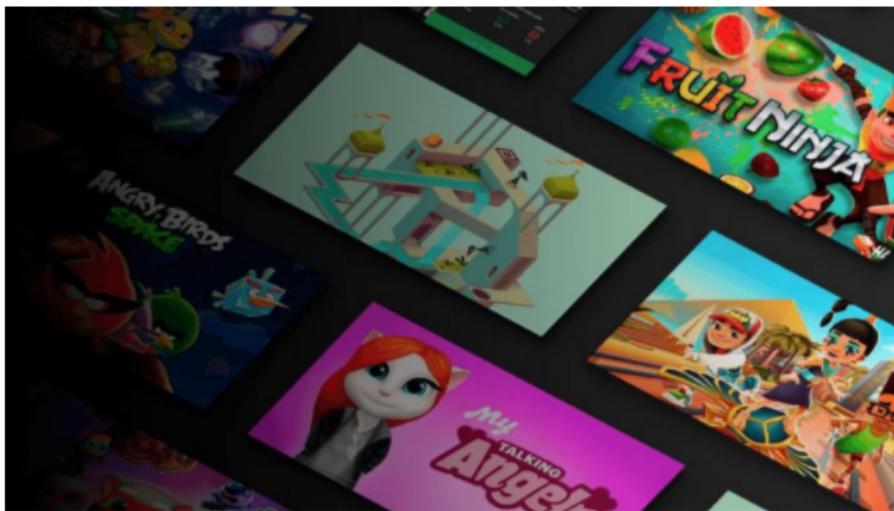


QETH11.

Tecnologia

BREAKING: Bemobi compra M4U e cresce em microfinanças

13 de Agosto de 2021

**Geraldo Samor**

Em sua primeira aquisição desde o IPO, a Bemobi está comprando a M4U, uma empresa de tecnologia que permite que os donos de celulares comprem suas recargas e paguem em diversos canais digitais.

Ao ver que a recarga dos celulares acontecia muito no mundo físico — a raspadinha na banca de jornal — a M4U digitalizou o processo, e acabou se tornando a principal plataforma ‘white label’ que as operadoras brasileiras usam para administrar suas recargas e os chamados planos de controle (o híbrido entre pré-pago e pós-pago).

A aquisição de hoje é uma espécie de verticalização: a Bemobi já oferece a solução da M4U integrada com seus sistemas. Com a aquisição, a companhia passará a processar a transação de pagamentos *end-to-end*.

“Para o cliente da recarga, a experiência vai melhorar. Para a operadora, ela passa a lidar com uma empresa só. E para nós, a oportunidade é levar a solução da M4U para outros países emergentes,” o CEO Pedro Ripper disse ao [Brazil Journal](#).



Pedro Ripper

A M4U processou pagamentos de R\$ 6 bilhões no ano passado em suas plataformas digitais. O resultado destas operações lhe dá uma margem bruta de R\$ 150 milhões. Para efeito de comparação, a Bemobi fatura cerca de R\$ 240 milhões/ano.

A aquisição também aumenta significativamente o EBITDA da Bemobi, hoje ao redor de R\$ 100 milhões. A M4U tem um EBITDA de R\$ 55-60 milhões.

A Bemobi está pagando R\$ 125 milhões pela companhia, que pertencia à Cielo, mas o preço pode chegar a R\$ 185 milhões até 2023 se metas de 'earnout' forem atingidas.

A transação de hoje tem um quê de 'homecoming', porque a Bemobi e a M4U têm uma origem comum. Em 2009, quando comprou a M4U, a Cielo não se interessou pela área de serviços digitais, que sofreu um *spinoff* e passou a se chamar Bemobi.

Com mais de 60 milhões de clientes ao redor do mundo, a Bemobi é uma espécie de 'Netflix de apps e games mobile,' empacotando e entregando conteúdo de 250 publishers de apps e games — normalmente os líderes da indústria.

Trabalhando em sintonia com as operadoras, a companhia foi a primeira a criar pacotes acessíveis de apps e jogos, tendo na outra ponta parceiros como Disney, Viacom, Rovio e, *not to be forgotten*, a Galinha Pintadinha.

A companhia tem quase 80 operadoras parceiras em 40 países, que juntas têm 2,2 bilhões de usuários.

Para monetizar seu canal para além dos pacotes de apps e games, a Bemobi usa inteligência artificial e machine learning para acompanhar a rotina de consumo do usuário de telefonia móvel e transformar pontos de fricção em oportunidades de venda.

Por exemplo, quando o crédito do celular pré-pago acaba, a plataforma da Bemobi — chamada Loop — oferece adiantar créditos ao cliente.

"Em vez daquilo se tornar uma jornada de erro, criamos um canal de relacionamento," disse Ripper.

O relacionamento da Bemobi com as operadoras tipicamente começa com os apps e games, e mais tarde evoluiu para o Loop, a plataforma que oferece outros serviços como microfinanças — a vertical que, agora, vai ser fortalecida pela M4U.

Vinci Partners assessorou a Bemobi. Pinheiro Guimarães fez a parte jurídica.

Bradesco BBI assessorou a Cielo. O assessor legal foi o Lefosse.