

Mercado de capitais Companhia que oferece serviços de relações com investidores avalia sua listagem em bolsa

MZ Consult consolida-se com onda de IPOs

Carolina Mandl
De São Paulo

Alguns clientes chegaram a achar que tinham errado o endereço. Outros podem ter pensado duas vezes antes de assinar o contrato. Afinal, eles tinham ido a Guarulhos, na Grande São Paulo, em busca de uma empresa de prestação de serviços de relações com investidores e se depararam com um bar que aludia ao velho oeste americano. E, por mais que parecesse estranho, não havia nenhum engano, a MZ Consult ficava ali mesmo, em meio a um cenário que parecia contrastar com o trabalho de quem se propõe a lidar com pessoas que aplicam até centenas de milhões de reais em ações.

Mas a excêntrica combinação vingou. Menos de dez anos depois de criada, a MZ Consult conseguiu desbancar multinacionais do setor e se consolidou com a recente onda de ofertas iniciais de ações (IPOs, na sigla em inglês). Enquanto bancos e escritórios de advocacia disputam as empresas candidatas à abertura de capital, a MZ fica praticamente sozinha em seu setor. Desde 2002, conseguiu captar 85% das companhias que ingressaram na bolsa. Agora, já pensa em colocar seus próprios papéis no pregão.

Tudo começou quando Rodolfo Zabisky viu, em 1999, o plano de abertura de capital da Odebrecht frustrado. “Era hora de começar meu próprio negócio porque não teria muito mais por onde crescer ali”, diz ele, que trabalhou no grupo por 18 anos e estava encarregado da oferta de ações da companhia. Depois de um acordo, pegou o dinheiro da rescisão contratual e criou uma vila country de 2 mil m² com a família em Guarulhos. Lojas, lugares para comer e uma pequena sala reserva-

da para Zabisky — e mais meia dúzia de jovens — prestar serviços de relações com investidores. Um projeto que ele não poderia prever no que daria. “Só achava que o mercado não estava bem atendido porque não encontrarei nenhuma empresa que trabalhasse para a Odebrecht do que jeito que eu queria.” Márcio Veríssimo, um dos garotos que iniciou a MZ com Zabisky, permanece seu sócio até hoje.

Em sua incansável busca pela redução de custos, a AmBev foi a primeira companhia que resolveu adentrar o faroeste. Aquele já era um bom trunfo para a MZ, mas era o único. As estrangeiras Thomson Financial e Citigate Dewe Rogerson continuavam dividindo o restante das empresas de capital aberto no país. Sem ter uma grife em seu nome, o caminho para Zabisky era encontrar um jeito para se destacar. “Quando não se é o primeiro em nada, o negócio é inventar alguma categoria em que você seja líder”, afirma ele.

Foi o que ele fez. Criou um prêmio para avaliar o site de relações com investidores das companhias. Numa época em que a internet era algo relativamente novo, o IR Global Rankings acabou caindo no gosto do mercado, o que fez com que a MZ passasse a ser conhecida por algo. “Quando vi Zabisky no dia da primeira premiação na bolsa, pensei que ele tivesse uma enorme carteira de clientes. Depois descobri que era só a AmBev”, afirma uma pessoa que desistiu de fechar uma parceria com o executivo por desconfiar que ele pensava grande demais para quem estava localizado no meio de uma vila country.

Além de ser lembrada pelo curso de sites, a MZ também era famosa pelos baixos preços, que enfureciam a concorrência. Não é raro



Zabisky, da MZ Consult: faturamento da companhia foi de R\$ 9,9 milhões em 2006

encontrar até hoje um concorrente que se ressinta das agressivas práticas de Zabisky para ganhar clientes. A agressividade comercial, aliás, é uma característica que ele não faz a menor questão de negar. “Sou uma candura de pessoa, mas, diante dos concorrentes, me transformo num jogador de futebol americano”, afirma, se comparando aos atletas de seu esporte favorito. Uma predileção que ganhou nos tempos em que fez um MBA na Columbia University.

O diferencial de Zabisky em rela-

ção aos concorrentes também vinha na forma de oferecer seus trabalhos. Ao contrário da Thomson e da Citigate, a MZ não se propunha a dar consultoria, dizer como deveria ser a comunicação das empresas com seus investidores. Apenas elaborava um pacote de serviços que incluía a confecção de relatórios anuais, comunicados ao mercado, tradução de material e planejamento de teleconferências com investidores, por exemplo. “Zabisky conseguiu identificar as necessidades

do mercado. Percebeu que as companhias queriam terceirizar serviços práticos, enquanto as demais empresas tiveram dificuldade em mudar o foco”, afirma um executivo que trabalhou para a Citigate.

Aos poucos, a MZ foi conquistando sua clientela ao mesmo tempo em que o destino também jogou a favor do projeto empresarial de Zabisky. Em 2002, a Citigate tomou a decisão de abandonar as atividades de relações com investidores. Logo depois, uma disputa societária fez a Thomson se desintegrar no Brasil. As empresas que resultaram dessa separação não tiveram força suficiente para manter a carteira de clientes. Alguns acabaram migrando para a MZ.

Para completar, em 2004, o mercado de capitais brasileiro ressurgiria com força, dando início a uma série de ofertas de ações. Foi um prato cheio para a MZ. Hoje, a companhia diz ter 75% do mercado de relações com investidores no Brasil. Ganhou ainda clientes no exterior. A maior concorrente é a Firb, oriunda da separação da Thomson.

Os preços da MZ, entretanto, já não são os mais baixos. Agora é Zabisky que acusa os concorrentes de jogarem suas tarifas para o chão. Mas a propaganda boca-a-boca dos serviços da MZ tem contado bastante para o crescimento da carteira que já conta com mais de 120 clientes e faturou R\$ 9,9 milhões em 2006. “O fato de o Rodolfo ser alguém sempre acessível e aberto a novas idéias conta muito também”, diz o diretor de relações com investidores de uma empresa da área de tecnologia que o contratou há cerca de um ano.

Zabisky é um viciado em trabalho. “Confesso que não sou nem um pai nem um marido exemplar”, admite o executivo de 47 anos, pai de dois filhos, viúvo do primeiro casa-

mento e que conheceu sua segunda mulher pela internet. A fase de captação dos clientes fica por sua conta. Depois, delega as demais tarefas a um dos seus sete diretores, mas sem desgrudar dos clientes. É comum vê-lo em assembleias de acionistas, teleconferências e, principalmente, em cerimônias de estréia na bolsa. Informalmente, já foi apelidado de mestre de cerimônias da Bovespa. É ele quem apresenta seus clientes no evento que marca a entrada das companhias no pregão. Tudo sempre com muito bom-humor.

Quando não está perto dos clientes, está convencendo seus funcionários a atingir algum audacioso projeto. O mais novo é fazer com que a própria MZ chegue à bolsa neste ano. A meta de Zabisky é replicar o modelo de negócio da MZ Consult por meio de aquisições de empresas de relações com investidores em países emergentes, como Índia e China, onde o mercado de capitais também esteja em ebulição. Para fazer isso, quer captar cerca de R\$ 40 milhões em uma oferta de ações. Como esse volume é baixo em comparação às companhias que têm chegado ao Novo Mercado —nível máximo de governança corporativa da bolsa—, a MZ avalia entrar no Bovespa Mais, um novo segmento voltado para empresas de menor porte.

Caso o projeto se concretize, entretanto, nenhum investidor precisará ir mais até Guarulhos para conhecer a MZ. A empresa agora fica na marginal Pinheiros, na nobre região da avenida Luís Carlos Bertrini. Da antiga sede inspirada no velho oeste americano, sobrou apenas a idéia de um bar, primeiro ambiente com o qual o visitante se depara ao entrar na MZ, porém decorado em estilo mais moderno. “Ele se transformou na minha ferramenta de relacionamento.”