

PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

EXAME PME

DEZEMBRO 2007 • FEVEREIRO 2008 | EDIÇÃO 11 | R\$ 14,90



www.exame.com.br/pme

Especial Capital de risco

- O empurrão que os fundos de investimento podem dar nos negócios emergentes

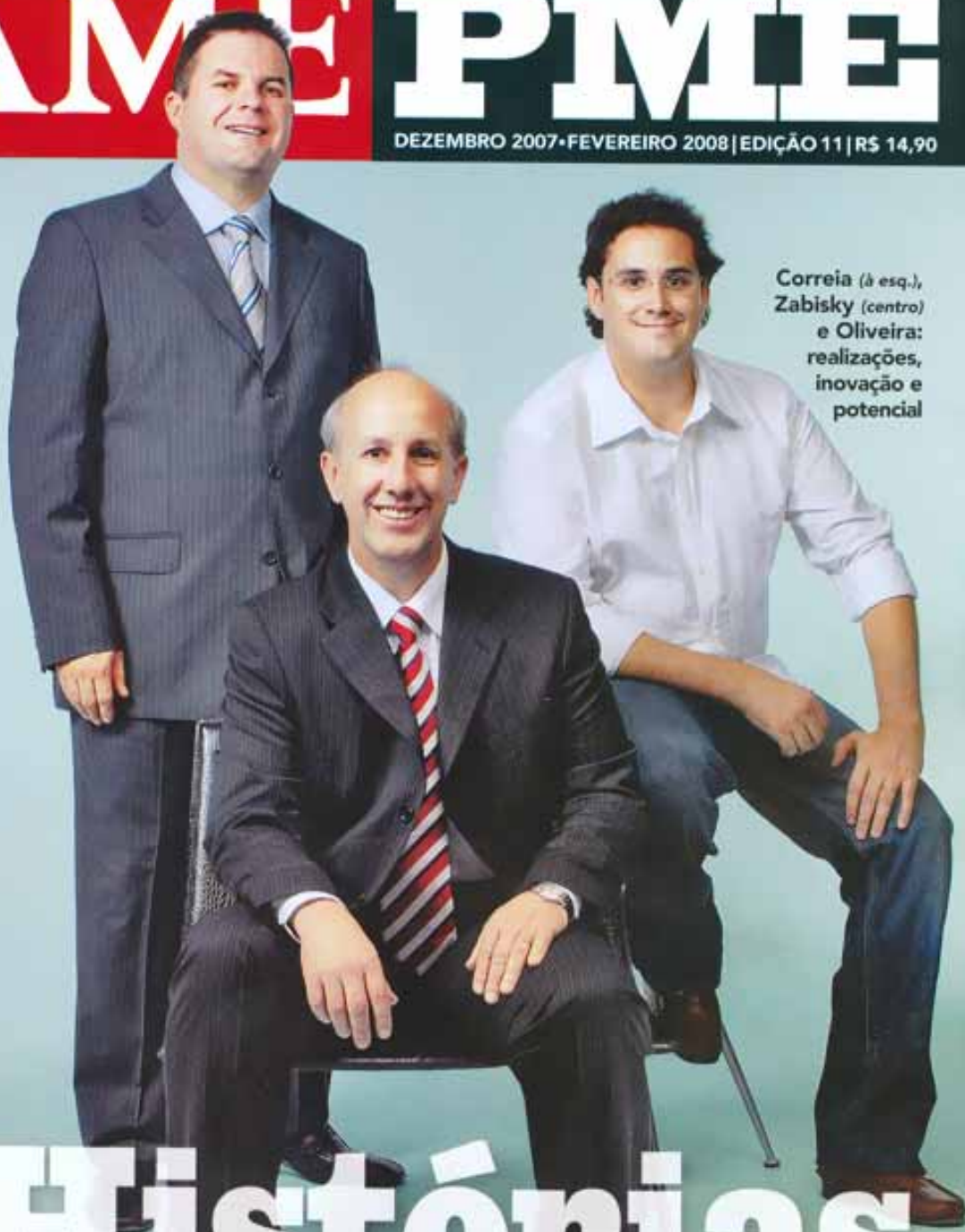
- **TESTE**
As chances de sua empresa receber um aporte de capital

Pessoas

As melhores práticas para administrar um banco de horas com eficiência

Tecnologia

7 estratégias para aumentar as vendas no site de sua empresa



Correia (à esq.),
Zabisky (centro)
e Oliveira:
realizações,
inovação e
potencial

Histórias que inspiram


Os vencedores do **Prêmio Endeavor & EXAME PME de Empreendedorismo** — e o que se pode aprender com eles

Liderança O caso da Starbucks Brasil mostra o que acontece quando o empreendedor sai de cena



Exemplos que inspiram

Em sua primeira edição, o Prêmio Endeavor & EXAME PME de Empreendedorismo revela 15 histórias de empreendedores brasileiros que estão brilhando em seus mercados **LUCIANA BARRETO**



Durante seis meses, a revista EXAME PME e a Endeavor, organização não-governamental de apoio ao empreendedorismo, garimparam histórias de empresários brasileiros à frente de pequenos e médios negócios em crescimento. A proposta não era apenas identificar modelos de negócios promissores. O principal objetivo era destacar os que tivessem as trajetórias mais inspiradoras para outros empreendedores, por suas características de visão, inovação e capacidade de gestão. Os três que mais brilharam receberam o Prêmio Endeavor & EXAME PME de Empreendedorismo, uma parceria que está em sua primeira edição.

O júri que escolheu os vencedores foi composto de um time de 19 pessoas, entre empresários, executivos e especialistas de primeira linha. Boa parte deles é formada por empreendedores com históricos também exemplares — caso de Laércio Cosentino, sócio da empresa de softwares Totvs, ou de Luiza Helena Trajano, presidente da rede de varejo Magazine Luiza. Coube a eles votar, numa lista de 15 finalistas, quais deveriam ficar com uma das três categorias do prêmio — Histórico de Realizações, Inovação e Potencial de Crescimento.

A escolha foi difícil, mas por um ótimo motivo — todas as histórias dos finalistas eram instigantes. É o caso, por exemplo, da vida do administrador Hélio Katanosaka, que deixou o sítio em que morava com os pais para seguir uma carreira empreendedora no mercado de software. Ou do engenheiro baiano Marcos Arruda, que já foi carcereiro e piloto de avião antes de fundar a BoldCron, uma próspera empresa de comércio eletrônico.

A primeira fase da seleção consistiu numa triagem feita pela Endeavor com mais de 100 pequenos e médios empresários que se inscreveram para participar do prêmio. Na segunda fase, foi feita uma série de entrevistas preliminares, das quais saíram os 15 finalistas. Na terceira e última etapa, os jurados os entrevistaram durante um dia inteiro. No final, os jurados deram notas a todos, de acordo com os critérios para cada categoria (saiba mais sobre os critérios no portal www.exame.com.br/pme). Os empreendedores com as melhores pontuações receberam o prêmio. Foram eles: Arnold Correia, da Subway Link, na categoria Histórico de Realizações; Rodolfo Zabisky, da MZ, na categoria Inovação; e Vasco Oliveira Neto, da AGV, na categoria Potencial de Crescimento.

A reportagem começa com as histórias vencedoras. Em seguida, há os perfis dos outros 12 finalistas, ilustrados com um ensaio fotográfico. Para cada empresa, colocou-se, em primeiro plano, o retrato do empreendedor que a comanda. Ao fundo, em segundo plano, aparece o empreendedor que o antecede na seqüência da reportagem. Trata-se de uma espécie de metáfora visual, que tem a intenção de mostrá-los como integrantes de um mesmo — e vencedor — time de empreendedores.

Ele desbravou um mercado

Rodolfo Zabisky criou a MZ Consult, uma empresa de relações com investidores que conquistou a maior parte das companhias que abriram capital desde que ele entrou no setor

Na MZ Consult, consultoria paulista de relações com investidores, toda última sexta-feira do mês termina com um ritual. A atendente do bar da empresa escreve, em etiquetas adesivas, o nome de cada cliente conquistado no mês e as cola em garrafas de champanhe. Tudo pronto, os 285 funcionários já sabem — vai começar a festa. É festa de escritório, mas isso não impede que seja animada e barulhenta. Cada *pow!* é seguido de uma salva de palmas e brindes. “Quanto melhor o cliente, melhor o champanhe”, diz Rodolfo Zabisky, dono da MZ.

Das 103 empresas que abriram capital na Bovespa desde 2004, quando começou o renascimento do mercado de ações brasileiro, 90 tiveram seus nomes etiquetados nos champanhes da MZ. Na lista estão alguns dos IPOs mais bem-sucedidos do mercado, como o da construtora Gafisa, da incorporadora Cyrela e da companhia aérea Gol. Criada em 1999, a MZ tem faturamento de 23 milhões de reais previsto para 2007. Ao todo, são 235 clientes — inclusive alguns no México, nos Estados Unidos, na Argentina e na França.

O setor em que a MZ atua vem se desenvolvendo recentemente no Brasil. Empresas como a de Zabisky assessoram companhias de capital aberto a se relacionar com acionistas. É um público heterogêneo, formado por analistas de corretoras e de fundos, que tentam decifrar o significado de cada risquinho no balanço, até senhores aposentados que querem saber apenas quanto vão receber de dividendos no final do ano. Para dar conta da quantidade inacreditável de questionamentos que pode surgir, muitas empresas preferem terceirizar o serviço.

O trabalho de Zabisky é pôr em funcionamento uma usina de informações. Elas alimentam os sites das empresas, são



PRÊMIO INOVAÇÃO

Rodolfo Zabisky

48 anos, engenheiro químico
e administrador de empresas

Empresa MZ Consult (SP),
consultoria de relações com
investidores

Receitas em 2006

11,8 milhões de reais

Receitas em 2007

24 milhões de reais ⁽¹⁾

Por que ganhou

Desbravou um mercado
que praticamente não existia
no Brasil — o de consultoria
para empresas de capital aberto
ou que estão entrando na bolsa

(1) Previsão

tratadas como fatos relevantes em jornais ou publicadas em relatórios. Divulgá-las do jeito certo e na hora certa é fundamental para o cumprimento de uma das principais exigências do mercado acionário — transparência. Por ter avançado tão rapidamente num terreno ainda pouco desbravado no país, Zabisky ficou com o prêmio Endeavor & EXAME PME de empreendedorismo na categoria Inovação.

Formado em engenharia química e com MBA em administração de empresas, Zabisky fez carreira como executivo de finanças do grupo Odebrecht por 18 anos. Ele começou a pensar em ter um negócio próprio em 1996, após uma tragédia familiar. Sua mulher morreria num acidente de carro, e ele queria ter mais tempo para os filhos, Rodolpho e Vinícius, então com 17 e 11 anos. Zabisky pegou a poupança de 1 milhão de reais e construiu um centro comercial com arquitetura country em Guarulhos, município vizinho a São Paulo. A intenção era

viver do aluguel das lojas ao mesmo tempo que tocava um projeto que deu origem à MZ.

A idéia de abrir uma consultoria especializada em relações com investidores nasceu quando ele ainda estava na Odebrecht. Zabisky tinha participado de um projeto de abertura de capital das empresas da holding. O plano acabou não se concretizando, mas os preparativos, que duraram cinco meses, foram suficientes para deixá-lo sobrecarregado. “Não encontrei ninguém para quem eu pudesse terceirizar esse trabalho”, diz ele. “Fiquei irritado, mas depois percebi que havia uma oportunidade de negócios ali.”

O começo não foi fácil. “Ninguém conhecia minha empresa”, diz ele. “E, num mercado que praticamente não existia, poucos executivos entendiam direito o que fazíamos.” O primeiro trabalho, para a Ambev, foi feito de graça. Zabisky bolou uma estratégia que parece quase ingênua, de tão simples. Ele vasculhou 30 sites de relações com investidores de grandes empresas,

fez uma lista com tudo o que poderia ser melhorado e a enviou para executivos daquelas companhias. Ao ler os relatórios que apontavam seus principais defeitos, alguns o procuraram.

O estilo vendedor agressivo de Zabisky o tornou um personagem polêmico no meio. Vários concorrentes criticam sua atuação. Eles dizem, por exemplo, que o fato de a MZ aceitar como cliente mais de uma empresa de um mesmo setor pode causar vazamento de informações sigilosas. “Nós seríamos os primeiros prejudicados se não administrássemos esse risco”, diz Zabisky. “Para evitar conflito de interesses, nenhum funcionário é responsável por empresas concorrentes.” Os rivais também se queixam de que Zabisky faz uma espécie de dumping, praticando preços iniciais muito baixos, ou mesmo trabalhando de graça. “Às vezes, não cobro pelo site institucional ou dispenso o cliente das horas extras no primeiro mês do contrato”, diz ele. “Mas não vejo nada errado nisso.” Os concorrentes estão particularmente chateados porque Zabisky chega aos clientes antes de todo mundo — o que gerou a suspeita de que ele teria pessoas infiltradas em bancos e escritórios de advocacia que lhe passariam informações privilegiadas em troca de favores. “Essa teoria é incrível”, diz Zabisky. “Que tipo de gorjeta eu poderia dar em escritórios que cobram uma fortuna para fazer um IPO?”

Com o avanço da empresa, Zabisky deixou o escritório improvisado na vila country de Guarulhos e se mudou para um edifício comercial da região da Berrini — onde estão alguns dos escritórios mais bonitos da cidade. Ali, a MZ ocupa um andar inteiro. Sobre sua mesa os enfeites são brindes das companhias que ele atende — há um porquinho laranja de plástico da Gol, uma bandeirinha da TAM, um trenzinho de brinquedo da ALL Logística e bonés de várias empresas. Os computadores, as estantes, tudo é novo no escritório. A exceção são os móveis em sua sala, que têm cara de décadas passadas e se percebe que estão bem gastos pelo tempo. Olhando de perto, dá para ver que há neles umas plaquinhas de metal com as letras “CNO” — Construtora Norberto Odebrecht. “Esses móveis foram parte do meu pacote de demissão”, diz Zabisky. “Eu os mantenho porque sempre me identifiquei com a empresa e porque gosto de manter um certo folclore em torno deles.”

Zabisky é daquelas pessoas cheias de simbolismos. O logotipo da empresa, por exemplo, tem o desenho de um golfinho. “O cérebro do golfinho nunca dorme totalmente”, afirma. “Aqui também trabalhamos 24 horas por dia.” Quem o criou foi a publicitária — e sua mulher — Agueda, de 43 anos. Os dois se conheceram pela internet em 1997, numa sala de bate-papo virtual. Após várias horas de conversa e nenhuma foto trocada, os dois marcaram um encontro. Zabisky já tinha preparado um plano de fuga, caso a pretendente não atendes-se às suas exigências estéticas. “Eu disse que iria encontrá-la com um Fusca, mas fiquei observando-a de longe, do outro lado da rua, de dentro do meu Vectra”, diz ele. “Quando vi como ela era bonita, fui lá falar com ela.” Mesmo com tantas coisas dando certo na vida profissional e pessoal, há momentos em que ele fica triste — quando lhe perguntam do centro comercial de Guarulhos, por exemplo. “Aquilo foi uma coisa que não deu mesmo certo”, diz Zabisky. Fechado e abandonado, o mini-shopping country hoje parece uma cidade fantasma de faroeste antigo. “Espero que um dia consiga vender tudo aquilo, para diminuir meu prejuízo”, diz. ”