



M E R C A D O

TREINO PARA O IPO

O sucesso de uma abertura de capital está relacionado com a desenvoltura do CEO para “vender” sua empresa. Veja como se dar bem nos road shows

POR ALEXANDRE TEIXEIRA

A certa altura deste ano, quando a crise americana parecia capaz de levar os mercados mundiais a um colapso histórico, a onda de aberturas de capital na bolsa de São Paulo simplesmente secou. Dezenas de IPOs foram adiados, e os planos de lançar ações pareciam condenados à gaveta. Era exagero. Nutriplant, Hypermarchas e Le Lis Blanc testaram o mercado em seu momento mais difícil e se deram relativamente bem. No mês passado, a OGX Petróleo, empresa de Eike Ba-

tista, peitou o pessimismo e realizou a maior estréia da história da Bovespa, captando R\$ 6,7 bilhões. Abrir capital hoje é uma tarefa incomparavelmente mais difícil do que nos tempos pré-crise do subprime, mas voltou a ser uma opção de capitalização viável. Mais do que nunca, a responsabilidade pelo sucesso de uma abertura de capital está concentrada na figura do CEO ou, como diz Rodolfo Zabisky, presidente da **MZ Consult**, “do cara por trás da empresa”. Criada em 1999 para assessorar com-

panhias no relacionamento com investidores, a MZ Consult participou de 92% dos IPOs de 2002 a 2007. Nesse meio-tempo, Zabisky especializou-se em treinamento para os CEOs que se lançam nos road shows pré-abertura de capital, turnês em que visitam dezenas de investidores em meia dúzia de países para “vender” suas empresas. Preparamos, com a ajuda de Zabisky, uma lista dos acertos que facilitam uma abordagem ao mercado – e dos erros que podem arruiná-la. Acompanhe!

10 PASSOS PARA O SUCESSO...

1 VÁ PREPARADO “Você precisa estar afiado; saber o que o investidor quer ouvir”, diz Rodolfo Zabisky. “No momento atual, esse camarada está fazendo um favor ao te receber.”

2 SEJA INCISIVO Faça uma provocação. Algo do tipo “está aqui a maior oportunidade de investimento na melhor empresa de seu setor na América Latina”.

3 SEJA RÁPIDO Em uma reunião com investidores usam-se em média 25 slides para 25 minutos de fala. Mais perguntas e respostas. No total, não ultrapasse 50 minutos.

4 SEJA ABUSADO Se o investidor comprou ações de três construtores e você é o quarto, tem de confiar no seu taco e dizer: “Os investimentos anteriores são uma droga”.

5 PROVE QUE É O MELHOR A frase mágica é: “Tenho cinco vantagens competitivas”. Mostre conhecimento do mercado e apóie-se em indicadores da competição no setor.

6 REVELE SEUS PLANOS As respostas esperadas são: onde vou investir o seu dinheiro; em quanto tempo vou dar retorno e qual será o ritmo de crescimento da empresa.

7 TENHA JOGO DE CINTURA Se o investidor começa a olhar o relógio, pare e pergunte: “O que você

quer saber para se convencer de que precisa comprar minha empresa?”.

8 VÁ BEM ACOMPANHADO Em geral, são três pessoas: CEO, diretor-financeiro e um profissional de mercado. Equilibre os tempos das apresentações dos três.

9 ENSAIE A APRESENTAÇÃO Henrique Alves Pinto, da Tenda, praticava todo dia. Gravava sua fala em vídeo, assistia e repetia exaustivamente. A palestra ficou perfeita.

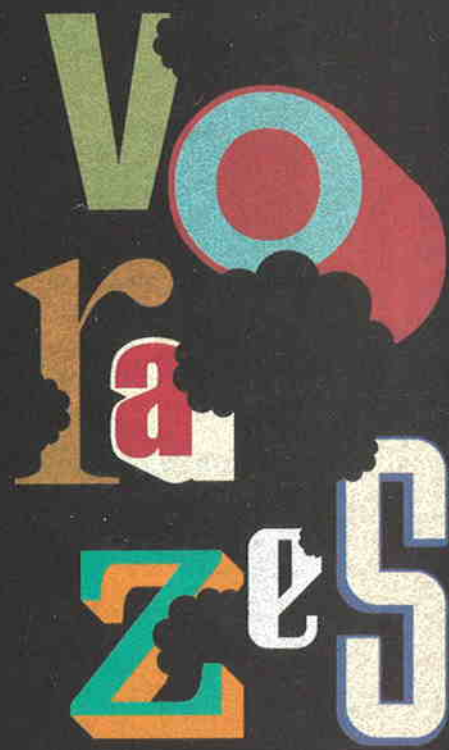
10 CUIDE DA POSTURA Balançar as pernas enquanto fala mostra nervosismo; ficar arriado na cadeira sugere desânimo. Sente-se ereto, relaxado e fale com empolgação sobre sua empresa.

...E TRÊS ERROS FATAIS

1 PROMETER O QUE NÃO PODE ENTREGAR A punição de um mercado frustrado por falsas expectativas é pior do que a cautela inicial de quem ainda não se convenceu.

2 NÃO PROMETER NADA Se você não transmitir uma meta de crescimento ao investidor, um analista de mercado o fará. E você será cobrado por algo que não prometeu.

3 MALTRATAR O INGLÊS Se sua conversação é razoável, empresas como a MZ Consult oferecem cursos focados na apresentação. Se o inglês é muito ruim, é melhor pôr um diretor para falar em seu lugar.



revista **piauí**
já nas bancas.