

Ex-pedreiro cria grande grupo industrial no Sul do País

Marianna Aragão

A fabricante de carrocerias Neobus, de Caxias do Sul, já fatura R\$ 250 milhões por ano e exporta para 10 países

O empresário gaúcho Edson Tomiello gosta de passar os domingos na sede de sua empresa. Tanto que na área de 2 mil metros quadrados em que está instalada a fábrica de carrocerias de ônibus Neobus, no distrito industrial de Caxias do Sul (RS), mandou construir um açude e plantar parreiras e macieiras. Agora, enquanto aprecia os ônibus enfileirados sob os galpões de dez metros de altura, ele também pode pescar e brincar com os dois filhos pequenos. "Minha vida está aqui dentro", diz o empresário, de 48 anos.

A ligação com os ônibus é antiga. Começou há 28 anos, quando Tomiello conseguiu completar o ensino médio e trocar o trabalho de pedreiro pelo de almoxarife em uma grande empresa da cidade - a Marcopolo, tradicional fabricante de ônibus. Lá ficou por treze anos. No período, foi promovido várias vezes, até chegar a chefe da divisão industrial, responsável por uma equipe de 2 mil pessoas. Com esforço, conseguiu concluir a faculdade de Administração de Empresas.

Acompanhando de perto a complexa linha de produção dos veículos, o gaúcho apaixonou-se pelo negócio. E quis entrar nele, mesmo sabendo que, para isso, precisaria enfrentar a empresa que lhe introduziu no metier, uma gigante com faturamento bilionário e presença em 100 países. "Me chamaram de aventureiro. Não tinha patrimônio nem dinheiro.", conta ele.

O jeito foi começar pelas beiradas. Em 1991, depois de deixar a "escola" Marcopolo, Tomiello comprou duas máquinas de solda e abriu a pequena metalúrgica San Marino. Começou a fornecer componentes para a indústria agrícola, moveleira e de transportes - o que incluía a ex-empregadora. Oito anos depois, já estabilizado, comprou a marca Neobus, que pertencia a uma empresa de São Paulo.

"O primeiro arranque foi muito difícil", diz o empresário. Segundo ele, muitos bancos negaram crédito quando ouviam seus planos de fabricar ônibus. Mas a ajuda de amigos e familiares - "literalmente, passei o chapéu" - e os empréstimos a longo prazo a que se submeteu permitiram que a empreitada continuasse. A produção começou modesta: foram 60 ônibus no primeiro ano. No ano seguinte, porém, o número de funcionários triplicou e a produção chegou a 600 veículos.

Em menos de dez anos de estrada, a Neobus já tem 12% do mercado brasileiro. Com 1,6 funcionários, fatura R\$ 252 milhões e exporta seus microônibus para mais de 30 países. No ano passado, inaugurou sua primeira planta fora do Brasil, no México. O objetivo é chegar a R\$ 500 milhões em faturamento nos próximos dois anos - o que a faria atingir um quarto do obtido em 2007 pela Marcopolo, no mercado há quase 60 anos.

No início do mês, o empresário, que além de gostar de passar o pouco tempo livre que tem na fábrica, mantém hábitos pouco usuais a seus pares - como não gostar de computador e corajosamente usar seu "portunhol" em negociações com clientes internacionais - concorreu com empresários como Nizan Guanaes e Hélio Rotemberg, da Positivo Informática, a um dos prêmios mais importantes de empreendedorismo do País, o Empreendedor do Ano Ernst & Young. "Às vezes olho para a fábrica e não me dou conta do tamanho que isso tudo tomou", diz o gaúcho.

CONCORRÊNCIA

Um dos segredos para a espantosa expansão da empresa, segundo ele, foi apostar em um novo nicho de mercado. Em 2001, a empresa criou a categoria de ônibus medianos (com capacidade para 30 a 52 passageiros), pouco explorada pelas concorrentes nacionais. Hoje, é líder nas vendas desse tipo de veículo, com 30% de participação nas vendas totais. A experiência no setor,

após 13 anos acompanhando o dia-a-dia dessa indústria, também o ajudou a crescer rapidamente, acredita.

Agora, o desempenho da jovem empresa começa a incomodar as concorrentes. Tanto que, em março do ano passado, a própria Marcopolo, atualmente com 25% de participação nas vendas de microônibus, comprou 39% das ações da companhia do ex-funcionário. "De funcionário passei a concorrente. E de concorrente, virei sócio", diz Tomiello.

Segundo o diretor de operações para o mercado interno da Marcopolo, Paulo Corso, apesar de continuar líder absoluta nas vendas de ônibus urbano e rodoviário, a companhia sentiu a perda de uma fatia no segmento de microônibus. "A Neobus passou a ser uma grande concorrente", afirma.

Corso garante que a compra do controle minoritário da Neobus - os 61% restantes estão nas mãos de Tomiello - representou apenas mais um investimento para a Marcopolo. "Foi uma decisão estratégica. A empresa dele tem um futuro bom pela frente." Apesar da distância de 800 metros entre uma fábrica e outra em Caxias do Sul, tanto Tomiello quanto Corso afirmam que as atividades seguirão de forma independente.

NÚMEROS

R\$ 252 milhões
foi o faturamento da Neobus em 2007

12%
é a fatia de mercado da empresa

39,4%
das ações da Neobus foram vendidas à Marcopolo no ano passado

28.239
foi a produção da indústria nacional de ônibus em 2007

15%
foi a expansão do setor em 2007

Fonte: O Estado de S. Paulo, São Paulo, 22 mar. 2008, Economia, p. B10.