

Um empresário e piloto que não deixa a poeira baixar

Quando a poeira na estrada adensa, é preciso uma mistura de audácia e precaução em doses certas para seguir em frente com rapidez e segurança. A regra do rally se aplica aos negócios. Em ambos os universos, obstáculos são também oportunidades — quem melhor os contorna leva vantagem. E ninguém mais indicado para demonstrar a equação do que um dublê de empresário e piloto como Marcos Ermírio de Moraes

Por Oscar Pilagallo | Fotos André Dib

A poeira subiu à frente de Marcos em 1989. Nesse ano, pela primeira vez, ele participou de um rally, pilotando uma moto Honda XR 600. Aos 26 anos, já não era mais um iniciante. Ao pegar a estrada entre São Paulo e Rio de Janeiro já acumulara alguma experiência em enduros e torneios de motocross. A prova era a última etapa do Rally dos Incas, iniciado em Lima, no Peru, evento idealizado por Franco Acerbis, um empresário italiano apaixonado por motos. Marcos juntou um grupo de amigos e acelerou serra do Mar abaixo. “Foi aí que eu descobri o rally como esporte, um esporte que une o desafio e a oportunidade de ir a lugares que não conheceria de outra maneira”, afirma o piloto.



Crescido numa tradicional família paulistana de empresários — seu pai, Ermírio Pereira de Moraes, é o irmão caçula de Antônio Ermírio de Moraes, do Grupo Votorantim —, Marcos se acostumou desde cedo a enxergar um negócio onde outros veriam apenas uma diversão. Foi com esse espírito de empreendedor que começou a perceber que o motociclismo off-

road talvez pudesse ser bem mais do que uma aventura de fim de semana.

O rally como negócio foi uma ideia que precisou de algum tempo para amadurecer. Numa inversão do adágio popular, o prazer veio antes do dever. Naqueles primeiros tempos de rally,

importante era vencer as provas, e Marcos chegou perto do objetivo em 1991, quando, com a mesma moto de dois anos antes, foi vice-campeão do Rally São Francisco. A prova era inédita no Brasil. O país tinha sido palco de uma etapa de um rally internacional, mas ainda não promovera uma competição só para motos genuinamente brasileira. Com a largada em Ribeirão



Preto, no interior de São Paulo, o trajeto cortava boa parte do interior do Brasil, até chegar às praias de Maceió, no Nordeste. O evento foi realizado por Chico Moraes e um velho conhecido de Marcos: Dionísio Malheiros, que fora o responsável pela organização da perna brasileira do Rally dos Incas.

Seria esse o embrião do Rally Internacional dos Sertões, cuja primeira edição data de 1993. Nesse ano, Marcos foi um dos 34 pilotos que largaram de Campos do Jordão, em São Paulo, e percorreram 3.500 quilômetros de moto, até Natal, no Rio Grande do Norte. Gostou da experiência, tanto que voltou e participou do rally do ano seguinte, que teve mil quilômetros e dez participantes a mais. O evento crescia de importância. Em 1995, na terceira edição, quando veículos 4x4 passaram a competir, o Rally dos Sertões ganhou reconhecimento mundial. Entre os pilotos de moto, havia estrelas como o italiano Edi Orioli, que venceria o Dakar de 1996, e os espanhóis Fernando Gil e Jordi Arcarons.

Foi nessa altura que Marcos achou que já estava na hora de investir no rally mais do que o tempo que gastava para se preparar para as provas. Através da poeira que prejudicava a visibilidade do piloto, o empresário vislumbrou um futuro de possibilidades. Confiante nessa visão, criou em 1996 a Dunas Race, empresa que assumiu a organização do evento.

Na ocasião, Marcos ainda era um executivo da Votorantim, onde trabalham vários de seus tios e primos. Pertencente a um clã de poderosos industriais, o jovem Marcos parecia ter o destino traçado desde a adolescência. Foi devido a uma carência profissional da empresa familiar, que tem projetos na área de reflorestamento e de agrobusiness, que se convenceu de que deveria estudar engenharia florestal, curso realizado na universidade de Alfenas, em Minas Gerais, onde conheceu a primeira mulher, mãe de seus dois filhos.

Em 1996, aos 33 anos, Marcos viajava com frequência para as fazendas do grupo. Ainda assim, as jornadas no escritório consumiam grande parte de seu tempo, e as quatro paredes, por maior que fosse o ambiente, lhe pareciam cada vez mais próximas umas das outras. A Dunas Race, empreendimento próprio, desvinculado dos negócios da família, de repente ampliou os horizontes pessoais e profissionais de Marcos. Para tocar a empresa, ele teria que, literalmente, cair na estrada. E assim fez: em 2002, depois de 12 anos de serviços prestados, deixou a Votorantim, onde permanece apenas como acionista.

Talvez não seja exagerado descrever os primeiros anos da Dunas como heroicos. O levantamento das informações para viabilizar o rally, por exemplo, levava intermináveis seis meses. Era preciso mapear o trajeto com verificação in loco do traçado.

Mais tarde, com o advento do GPS, esse tempo de preparação foi reduzido para um terço. A nova tecnologia representou um salto de produtividade para a empresa, mas a grande guinada só ocorreria com a disponibilização do Google Earth. Agora, aqueles seis meses iniciais foram cortados para meros dez dias. “Decido 90% do trajeto aqui da minha sala”, diz Marcos, atrás de uma escrivaninha em que, entre poucos adornos, se destaca um ímã para clips na forma de — o que mais? — uma motocicleta de corrida.

O trabalho de campo, porém, continua intenso. Decidido o trajeto, é preciso verificar as condições reais das estradas e pontes, o que é feito em três fases. Primeiro, há um sobrevoo, tarefa que Marcos não delega. Depois, o percurso é feito de carro por uma equipe. E um mês antes do início da prova um grupo de seis pessoas em dois carros, com Marcos à frente, refaz todo o trajeto numa minuciosa vistoria final.

O cuidado nunca é demais. Afinal, um rally dessas proporções envolve cerca de 5 mil pessoas — das quais 1.700 seguem a caravana em todas as cidades-dormitório. Só de mecânicos, são mais de quinhentos. Sem planejamento, o rally levaria o caos aos vilarejos por onde passasse. Para Marcos, a palavra-chave é “logística”. As equipes, com caminhões e equipamentos, precisam se deslocar por estradas asfaltadas; entre as cidades escolhidas, algumas devem dispor de aeroportos com voos comerciais, para o transporte rápido de peças a serem substituídas; e o pequeno exército, que às vezes dobra a população de pequenas vilas, tem que comer e dormir.

Segundo maior evento do gênero no mundo, atrás apenas do Dakar, o Rally dos Sertões procura não deixar nada ao acaso. A natureza dos imprevistos, porém, é escapar do planejamento. Quando eles se apresentam, o jeito é recorrer à criatividade. Certa vez, conta Marcos, nas proximidades de Teófilo Otoni, em Minas Gerais, os organizadores tiveram que interromper a prova para que uma noiva pudesse passar e não perdesse o casamento. Em outro dia, Marcos foi obrigado a comprar 600 litros de leite de um fazendeiro, que perderia o produto porque a estrada que ele usava tinha sido fechada para a prova. Nada, porém, superou o caso do padre que, barrado pela competição, foi transportado de helicóptero para a procissão que deveria liderar. “Ele chegou do céu, o pessoal deve ter achado que era milagre”, comenta Marcos, rindo.

Tais medidas só são viabilizadas devido ao eficiente sistema de comunicação entre os organizadores. Três helicópteros e dois aviões sobrevoam todo o trajeto e passam as informações para o pessoal em terra. Marcos pilota um dos aviões, um ultraleve Glastar (aliás, ele tirou brevê desportivo em 2003, especialmente para desempenhar essa função). Num dos



helicópteros, sua mulher, Maria Flora, comanda a equipe de filmagem. Toda essa estrutura, de acordo com a estimativa de Marcos, representa despesa de mais de R\$ 4 milhões, para uma receita de R\$ 7 milhões, obtida entre patrocinadores (80%) e inscrições de pilotos (20%). O rally, no entanto, é muito maior que o faturamento da empresa. Para Marcos, é da ordem de R\$ 50 milhões, “incluindo tudo, de encher o tanque no posto a chupar um sorvete”.

Ao assumir o negócio, Marcos deixou de participar das provas como piloto. Mas os anos longe das estradas dos torneios não o enferrujaram. Neste ano, para celebrar os vinte anos do rally, Marcos decidiu voltar a competir. Só mudou de veículo: em vez da moto, um carro. Mas não um carro qualquer. Trata-se de um bólido chamado T.Rex, em alusão ao famoso tiranossauro que, pesando toneladas, era particularmente veloz, chegando a

atingir 40 quilômetros por hora. A bordo do T.Rex, do qual não existe réplica, Marcos conquistou a taça de campeão brasileiro na categoria protótipo.

Hoje, aos 49 anos, Marcos corre além das estradas. No próximo ano, vai organizar maratonas em Goiânia, Palmas e São Luís, em datas ainda indefinidas. E a diversificação dos negócios não para por aí. As viagens frequentes pelos sertões abriram seus olhos para carências locais. Em muitos vilarejos, por exemplo, não havia disponibilidade de certos cosméticos. Identificada a oportunidade, Marcos tratou de terceirizar a fabricação de duas linhas de produtos que distribui com marcas próprias: a Seotres (um anagrama de “sertões”), com produtos para cabelo, e a Sertões Pró, de protetor solar. O diferencial é a utilização de matérias-primas regionais, como buriti, pequi, umbu e cupuaçu.

A natureza dos imprevistos, porém, é escapar do planejamento. Quando eles se apresentam, o jeito é recorrer à criatividade.

A família trabalha unida. Além de Maria Flora, que é diretora de imagem dos rallies, os dois filhos de Marcos cuidam do marketing das empresas: Lucas, também piloto, fica na Dunas Race, e Luiza é responsável pela linha de cosméticos. Mesmo somados, os dois negócios ainda estão longe da renda proporcionada pela principal atividade da família, a Fazenda Real. Com seis unidades (em Tocantins, Mato Grosso do Sul e quatro em São Paulo) dedicadas a laranja, café e pecuária de corte, as fazendas respondem por 85% dos negócios administrados por Marcos. Ele acredita, no entanto, que as novas atividades, às quais dedica mais tempo, vão crescer e aumentar a participação no seu portfólio de investimentos.

De um jeito ou de outro, ele continuará levantando poeira. ■■■



“A EMOÇÃO DAS MÃOS AO VOLANTE,
SENTIR A POTÊNCIA DO MOTOR
E A ALEGRIA NOS SEUS OLHOS A CADA CURVA...
MEU CAMINHO É A TRANQUILIDADE.”



Tranquilidade e segurança são tão importantes para você quanto o requinte e a sofisticação. Pensando nisso, a Chubb Seguros, uma das maiores seguradoras mundiais e a mais antiga em operação na América Latina, desenvolveu há mais de uma década o **Auto Quality Protection Platinum**. Um seguro para automóveis diferenciados com coberturas e benefícios especiais, como você.

Consulte seu corretor ou ligue para a Chubb: 0800 703 66 65 • www.chubb.com.br



Você tem com quem contar.