

NILSON MONTEIRO

Condor

UM PARANAENSE
JOANIR ZONTA

“O Condor é ele, e ele é o Condor.”

RICARDO ZONTA, SOBRE SEU PAI

UM PARANAENSE

JOANIR ZONTA

NILSON MONTEIRO

UM PARANAENSE
JOANIR ZONTA

1ª EDIÇÃO

CURITIBA - PR
FAROL DOS REIS
2015

Copyright© Nilson Monteiro

Texto
Nilson Monteiro

Revisão
Tomás Barreiros

Projeto Gráfico e Diagramação
Celso Arimatéia

Foto da capa
Felipe Rosa

Fotos
Acervo da família Zonta, Marcelo Miranda e Felipe Rosa

Impressão
Posigraf

Dados internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

H581r Monteiro, Nilson,
Um paranaense – Joanir Zonta: Nilson Monteiro.
Curitiba, PR : Farol dos Reis, 2015
212 p..

ISBN: 978-85-69126-01-0

1. Monteiro, Nilson. 2. Literatura – Brasil –
Biografia. I. Monteiro, Nilson. II. Título.

2015

Todos os direitos desta edição reservados à família de Pedro Joanir Zonta.

“O Condor é ele, e ele é o Condor.”

RICARDO ZONTA, SOBRE SEU PAI

Em volta da mesa moderna de tampo de vidro, em sala despojada de adereços, três de seus quatro filhos entreolham-se surpresos em um primeiro momento e, como se fossem seguidores da mesma seita, dão resposta uníssona com formatos parecidos: “Pelos valores que ele transmitiu ao longo da vida e pelo amor que dedicou à empresa, é inadmissível não continuar o seu trabalho”, diz Andréia, endossada por Sandra: “É o nosso futuro, a nossa vida”, e por Ricardo: “Sua energia ao passar por todas as situações, difíceis ou não, explica minha vontade de estar aqui dentro, de ajudá-lo a manter e desenvolver tudo o que ele construiu”.

SUMÁRIO

12

Prefácio

14

*Sonhos modelados em uma
vila de barro e trabalho*

36

*Raízes do Vêneto e as mãos
do destino conduzidas
ao Pinheirinho*

68

*No caminho do futuro,
anos perdidos pelas
pedras da economia*

92

*Um período de paixão e
tempos dourados no país*

150

*Quatro décadas com
o jeito de todas as famílias*

196

*“Gostaria de comemorar
o centenário do Condor”*

208

Bibliografia

PREFÁCIO

Pedro Joanir Zonta, que ninguém conhece como Pedro, é carne e unha com sua criação, os Supermercados Condor. Mais: é a alma de seu negócio, com quem se confunde, há 40 anos, fazendo de sua empresa um prolongamento de si próprio.

Parece uma criatura feita, como a imagem bíblica, de barro. Mas não o barro estático, acabado. E sim a matéria-prima de onde nasceu, cresceu e recebeu o sopro do desafio dos vencedores, no Umbará, nas franjas de Curitiba. Um bairro obreiro, onde absorve lições e aprendizados ao longo da vida, desde sua meninice pobre aos dias de empresário bem-sucedido à frente de um império espalhado por 15 cidades do Paraná e prestes a romper fronteiras estaduais com sua marca que invoca a ave que plaina, magnífica, sobre as montanhas nas alturas do Andes. Uma empresa que, aos completar 40 anos, é a quinta no ranking da Associação Brasileira dos Supermercados e a segunda no país com capital totalmente nacional. O Condor sobreviveu à sanha da oferta das multinacionais, que atingiu outras marcas do setor há duas décadas, e deu certo: com mais de 10 mil funcionários, faturou R\$ 3,6 bilhões em 2014.

Joanir Zonta, nome conhecido em todo o mundo empresarial brasileiro, tem em sua modelagem a têmpera dos pioneiros italianos, vindos de sua terra para semear uma nova vida no Brasil, e temperos ressaltados pela unanimidade de quem o conhece:

curiosidade, humildade e facilidade em se comunicar com qualquer interlocutor ou plateia.

Bonachão e religioso, com perfil paternal apurado, ele não abre mão do seu poder de decisão nos ambientes que mais gosta: a empresa e sua casa, um recorte de paraíso rural nos dias atuais do Umbará, que ainda conserva um quê do passado recente.

Apaixonado pela velocidade, tinha o automobilismo em suas veias desde quando era piloto de corridas até sua paixão atual por colecionar carros antigos.

Seu filho Ricardo, enquanto se prepara, com as irmãs, para dirigir o bólido Condor, revela o mesmo grude do pai pela velocidade, inclusive como piloto de máquinas aceleradas.

Casado e caseiro, desfruta, aos 64 anos, de delícias simples junto de sua esposa Lindacir enquanto se prepara para afastar-se paulatinamente de um pedaço de si: o Condor.

Será difícil.

O autor

NILSON MONTEIRO

Nascido em Presidente Bernardes (SP), 64 anos. Jornalista. Escreveu nove livros. Membro da Academia de Letras, Ciências e Artes de Londrina. Membro da Academia Paranaense de Letras.

SONHOS MODELADOS EM UMA VILA DE BARRO E TRABALHO

ELE COMEÇOU A TRABALHAR AOS SEIS ANOS, AO
MEXER POLENTA NAS PANELAS DA MÃE, USANDO UM
BANQUINHO PARA FICAR DA ALTURA DO FOGÃO A
LENHA, DEPOIS DE CHEGAR DA ESCOLA.



No bairro do Umbará, a igreja construída em 1951, passou a ser o ponto principal da região. Joanir Zonta nasceu naquele ano



FOI POR ACASO e não em alusão ao portentoso pássaro que voa alto em meio à Cordilheira Andina que o nome Condor foi escolhido. Mas quase nada aconteceu por acaso na vida de seu detentor, um descendente de italianos, Pedro Joanir Zonta.

Os nomes de criador e criatura, Joanir e Condor, se confundem 40 anos depois de o segundo ter sido criado. O caçula de uma família de quatro irmãos nasceu com extremas dificuldades para respirar, em 26 de abril de 1951, na casa simples do casal Faustina e João Zonta, no bairro do Umbará, em Curitiba.

A parteira o “batizou” com o nome de Pedro em homenagem ao apóstolo de Cristo, pedindo ajuda divina para a recuperação da saúde da criança. Porém, contrariava sua mãe, que escolhera o nome Joanir para o irmão mais novo de Francisco Antonio, Leonildo e Maria. Oficialmente, ficou Pedro Joanir. Mas a mãe sempre o chamou de Joanir, e a família toda, carinhosamente, de “Nenê”.

Ele começou a trabalhar aos seis anos, ao mexer polenta nas panelas da mãe, usando um banquinho para ficar da altura do fogão a lenha, depois de chegar da escola. A partir dos sete anos, foi vendedor de ameixas, ensacador de linguça, ajudante em areal, carregador de tijolos em olaria, ajudante em abatedouro de porcos, motorista de caminhão e negociante, antes de ser um dos empresários mais bem-sucedidos do Paraná, à frente de uma das maiores redes supermercadistas do país, os Supermercados Condor.

O nome da empresa marcou sua existência desde a primeira loja, com 110 metros quadrados e cinco funcionários, às margens da Avenida Winston Churchill, no bairro Pinheirinho, e foi escolhido por eliminação, entre dez opções, como o sétimo da lista apresentada pelo contador de Joanir Zonta, Darci Borghesani.

Ao completar 40 anos, em março de 2014, a rede tinha 40 lojas, sendo 18 supermercados e 22 hipermercados, instaladas em 15

idades, além de duas centrais de distribuição, com mais de 10 mil funcionários e faturamento de R\$ 3,6 bilhões, com crescimento acumulado de 111% de 2010 a 2014.

O nome – Condor – do maior pássaro voador do mundo não surgiu em função de nenhuma pesquisa mercadológica e tampouco de uma campanha de marketing. Mas acabou se confundindo com os sonhos empresariais ousados de Joanir desde criança. Para Joanir, uma das lições de vida lhe foi transmitida por seu pai, que tentou vários negócios.

Como boa parte dos habitantes do Umbará, João fabricou barricas para o condicionamento de mate, depois trabalhou com leiteria, plantou batatas, matou porcos, retirou areia do rio, fez tijolos em olaria, sempre desgastado com dívidas: “ele desanimava fácil em qualquer dificuldade. Era preciso mostrar o contrário”, frisa Joanir.

O filho caçula de João mostrou o contrário. Fala com as mãos em hélice, agita-se quando o assunto o entusiasma, com memória privilegiada. Em português macarrônico, mantendo a forte pronúncia dos imigrantes italianos que se aninharam no Sul do país, ele despreza concordâncias verbais e nominais para explicar por que fez o contrário de seu pai e montou, com persistência, um verdadeiro império do setor que considera gratificante: “Como negócio, não há nada igual a um supermercado”.

Nos anos 1950, o Umbará, atualmente o segundo maior bairro da capital paranaense, com 22,4 milhões de metros quadrados, era um arrabalde, encharcado, uma versão italiana e polonesa da imigração, ao sul da cidade de Curitiba. Quando chovia, suas poucas ruas transformavam-se em um barreiro só. Era um verdadeiro barral, característica que, segundo os moradores mais antigos, teria dado origem ao nome da colônia, que teria precedentes indígenas. Na pronúncia dos imigrantes italianos, dezesseis famí-

lias que chegaram ao local no fim do século XIX, era conhecido como “*bará*”. “*Um barã*”, diziam.

As histórias, verdadeiras ou fictícias, da chegada dos imigrantes ao local e suas tentativas de adaptarem-se aos costumes dos nativos, no final dos anos 1800, são recheadas de humor. Os italianos, conta-se, eram maioria e os que mais procuravam “enturmarse”. Ao primeiro contato com brasileiros que viviam no bairro, um imigrante recebera como oferta uma cuia com água fervente e mate. O novo habitante do bairro pegou rapidamente a bomba e também rapidamente passou a comer a erva, entre risadas dos nativos.

No balcão do armazém, o imigrante insistia, parecendo falar grego ou idioma de outro planeta, tentando fazer com que o atendente o entendesse: “*Io voglio chiodo*”. Depois de inúmeras tentativas, nervoso com a situação, o italiano, de mãos postas, parecia rezar: “*Dio, prego por mi, prego por mi*”. O balconista, feliz, concluiu: “Ah, o senhor quer prego. Agora, entendi”.

O Umbará, onde histórias como essas se multiplicavam pelos botequins, pontos de encontros dos homens, onde se bebia vinho até as palavras se atropelarem e se jogava mora, truco e três/sete, era um verdadeiro lamaçal em épocas de chuvas, um núcleo distante do centro urbano. O centro da cidade já vivia o charme do Plano Agache, do urbanista francês Alfred Hubert Donat Agache, contratado em 1941 pela firma Coimbra Bueno & Cia. Ltda., de São Paulo, para elaborar e executar um plano urbanístico para Curitiba, após concorrência efetivada pelo prefeito Rozaldo de Mello Leitão.

O plano, que preconizava uma cidade radial, foi entregue em 1943 e em 1950 já fora implantado parcialmente. O projeto de Agache nunca foi executado totalmente, mas provocou transformações naquela cidade então comportada, conservadora, de muitas casas com jardins fronteiros, sem grades de proteção.

NO BALCÃO DO ARMAZÉM, O IMIGRANTE INSISTIA, PARECENDO FALAR GREGO OU IDIOMA DE OUTRO PLANETA, TENTANDO FAZER COM QUE O ATENDENTE O ENTENDESSE: “*IO VOGLIO CHIODO*”.

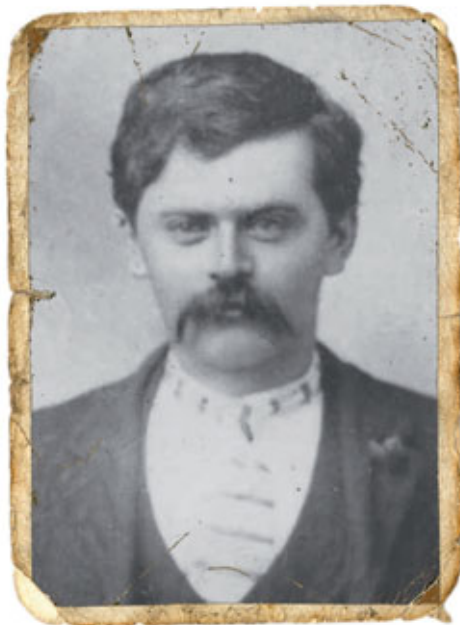
O Paraná desfrutava de uma economia forte, produto da euforia da cafeicultura, que fora esparramada especialmente na região Norte do estado. De 1950 a 1970, o Paraná foi o primeiro produtor do grão no país, com os cafeeiros chegando a cobrir mais de 1 milhão de hectares, responsáveis por mais da metade da oferta nacional.

Da região central de Curitiba, nos anos 1950, saíam bondes para os bairros do Batel e Seminário, Água Verde, Portão, Juvevê, Bacacheri, Pilarzinho, Asilo e Prado Velho. A verdadeira “viagem” do centro ao Umbará começou a ser feita de ônibus em 1941. Em 15 de outubro de 1949, foi instalado o primeiro posto telefônico da região, no armazém de Francisco Gabardo, depois transferido a um de seus filhos, Raimundo. O armazém vendia de *fazendas* (tecidos) até alimentos, utensílios, ferragens etc.

Foi nesse ambiente que nasceu Pedro Joanir Zonta.

Sua primeira saída dos contornos rurais do Umbará foi para o centro de Curitiba, em 1956, acompanhado de seus pais e de sua irmã Maria, que tinha dez anos. Naquela época, havia três horários do ônibus que percorria os 20 quilômetros do bairro à região central da cidade – às 8, 13 e 17 horas. “Era uma viagem. As ruas e estradas eram muito ruins, mais da metade de terra, barro, mais um pouco de saibro, e o asfalto só começava no Novo Mundo. Fomos no primeiro horário do ônibus, para fazer umas comprinhas”, conta Joanir.

Em meados da década de 50, houve mudanças importantes



*O avô,
Francisco Zonta*



O pai, João Zonta



*A mãe,
Faustina Josefina*



Pedro Joanir Zonta



Mariazinba



*Francisco Antonio e
Leonildo Zonta, irmãos*

ENQUANTO JOÃO, FAUSTINA E MARIA VIAM PRODUTOS NAS LOJAS,
JOANIR FOI PARA A RUA ENCANTADO COM OS CARROS, UMA
DE SUAS PAIXÕES. ACABOU SE PERDENDO DA FAMÍLIA.

nos bairros mais desenvolvidos dos centros urbanos: entrou em cena o crediário, um método mais profissional e exigente para a concessão de crédito. Ou, em termos mais apropriados para a época, para a concessão do carnê, uma vestimenta brasileira para o francês *carnet*. Os bairros mais afastados do centro não tinham nem notícia dessas novidades, enquanto a região central de Curitiba vivia frações ainda tímidas dessas mudanças.

Em uma loja na “rua dos Turcos, perto da praça Rui Barbosa”, o menino recebeu dos pais um dos seus primeiros presentes, uma blusa com listras brancas, e teimou em vesti-la na hora. Enquanto João, Faustina e Maria, de mão dada à mãe, viam produtos nas lojas, Joanir foi para a rua encantado com os carros, uma de suas paixões. Acabou se perdendo da família.

Apavorado quando se viu só, começou a procurar a família de loja em loja, andando “até a rua Dr. Murici. Ali acabava o asfalto do centro. Pra mim, acabava o asfalto e acabava a cidade”. Uma senhora solícita o encontrou, aflito, levando-o até um colégio, onde ele explicou a uma freira o que acontecera. Enquanto isso, João procurou o delegado para contar-lhe do sumiço do filho. João e o delegado, que já havia sido avisado por outra freira, foram ao colégio de táxi, pago pelo pai do menino.

“Voltamos de táxi. Pra mim, foi um sonho, a primeira vez que andei de automóvel na minha vida. Fomos até onde mamãe e Mariazinha estavam, na praça Rui Barbosa, chorando bastante, cheio de gente em volta consolando. Elas e meu pai estavam muito

apavorados”, lembra. Joanir sempre foi o xodó de Mariazinha, como a família de João e Faustina chamava carinhosamente sua terceira filha.

Mais ou menos na mesma época, Joanir assistiu a um filme pela primeira vez. A exibição aconteceu na igreja da Paróquia São Pedro, a mesma construída em 1896, já em alvenaria, na região mais alta do Umbará e modernizada nos anos 1930-1940, inclusive com a participação de colonos como João Zonta. “Quem não podia dar dinheiro para contribuir, entrava com trabalho, como fez meu pai”, diz Joanir, que lembra ter assistido maravilhado ao primeiro filme: “Foi todo mundo do Umbará para o cinema. Minha família foi inteira”.

Um “italianinho” contemporâneo, amigo de Joanir nos bancos escolares e atualmente motorista de táxi, Adi Hermínio Micheletto, lembra que naquela época uma das diversões da piazada do bairro era ficar nos “baranco” da estrada “Estratégica”, de areião grosso, olhando os caminhões que por ela passavam em direção a Porto Alegre. Pela “Estratégica”, cujo nome ele não sabe explicar, trafegavam os famosos caminhões “Barriga d’Água”, apelido dado aos veículos FNM. Atualmente, a “Estratégica” é a BR-116, que liga São Paulo a Porto Alegre.

Outra lembrança, e pouco feliz, dessa época, para Joanir era Faustina lamentando-se pelos cantos da casa. “Ela chorava muito, e eu não entendia por quê”. De tanto o menino insistir, sua mãe explicou que as vacas, cujo leite era vendido, estavam com afto-

FAUSTINA, AO PENSAR NOS FILHOS FORA DE CASA E NAS DIFICULDADES
VIVIDAS PELA FAMÍLIA, ERA UMA MULHER CHOROSA.

sa. Não podiam ser ordenhadas e, com isso, a renda familiar chegara a quase nada. Além disso, mais da metade do rebanho morrera. As dívidas dos Zonta no armazém dos Gabardo foram se avolumando. João, para tristeza de seus filhos, precisou vender os animais vivos para pagar as contas. “Olhei pela janelinha do sótão quando uns alemães do Boqueirão levaram as vacas. Até uma vaquinha que meu pai tinha me dado foi vendida. Nunca mais soube de minha vaquinha”, recorda-se Joanir, esforçando-se para disfarçar a emoção.

As galinhas da família e seus ovos passaram a ser, por escambo, o sustento dos Zonta, especialmente do casal e dos filhos mais novos. Francisco Antonio (“Tonico”) e Leonildo viviam fora, trabalhando. “Minha mãe trocava os ovos por fubá com o fubazeiro Simá, que passava vendendo na carroça. Nossa comida era polenta pura. Teve época em que os ovos não eram o bastante para comprar o fubá, e ela pagou o fubazeiro depois”, relata Joanir.

Houve um Natal que marcou a vida da família Zonta e do próprio Joanir, então com cinco anos. Sua mãe sonhava em presentear-lo com um peão de madeira e à sua irmã, com uma boneca, a serem comprados no armazém do bairro. João mostrou que as dívidas crescentes não lhes permitiam nem mesmo um sonho barato como aquele. As crianças iriam ganhar balinhas e bananas. Faustina não escondia seu descontentamento: “Até quando vamos viver nesta miséria?” Mas escreveu uma carta aos filhos, dizendo que o velhinho do Natal atrasara a entrega dos presentes

e que os traria no Dia de Reis, dali a poucos dias. “Na sala, não tinha nem cadeira. Daí, colocamos um tapetinho que era para receber o que o velhinho do Natal trouxesse. Ninguém ganhou presente naquele ano. Ganhamos apenas umas bananas, que para nós até hoje têm gosto de Natal. Elas estavam junto com a cartinha que mamãe leu”, contou Maria Zonta Bozza, a Mariazinha, antes de falecer em fevereiro de 2014, em depoimento para Ricardo Hubner, autor do livro *Na intimidade do sucesso*.

Faustina, ao pensar nos filhos fora de casa e nas dificuldades vividas pela família, era uma mulher chorosa. “Só mais tarde pude entender que em família quebrada não existe harmonia. Não existe ninguém de bom humor com fome, devendo”, comenta Joanir.

O trabalho para ele começou cedo. Aos sete anos, iniciou seu primeiro empreendimento: vender ameixas. As frutas apodreciam no terreiro de sua casa, e ele percebeu nelas uma provável fonte de renda. Aos domingos, com a cesta cheia de ameixas, Joanir as oferecia às pessoas que passavam pela estrada, perto da igreja, em direção ao Lago Azul, uma das áreas de lazer das famílias de Curitiba. De volta, entregava o dinheiro a Faustina, que o recompensava, de vez em quando, com o suficiente para a compra de um sorvete no bar do “seu” Gênio. Ele recorda que tentou vender outras frutas, pêssegos e peras, mas não deu certo. Ficou só com as ameixas.

No inverno, catava pinhão, farto em todos os terrenos do Umbará, e oferecia outro produto à clientela. “Na época, era só entrar em qualquer mato que tinha pinheiro, e o chão estava cheio de pinhão”, lembra, acrescentando: “Eu saía pra vender e sempre juntava uns trocadinhos”.

Dessa experiência, segundo ele, restou um ensinamento para seus futuros empreendimentos, especialmente aquele que o consagraria no mundo dos negócios dos supermercados. “Pouco im-

porta o pensamento do vendedor, o que importa é o pensamento do comprador”.

Fumando um cigarro atrás de outro, enquanto traga o passado de forma vagarosa, como se o quisesse palpável em suas lembranças, Joanir filosofa: “Nunca tropeçamos em grandes pedras, elas são fáceis de enxergar. O perigo está nas pequenas pedras, são essas que nos fazem tropeçar”.

Os fatos, pequenos ou grandes, felizes ou tristes, marcaram muito sua vida desde os tempos de criança. A procura de João Zonta por um novo negócio, ao ter que se desfazer da leiteria, é acentuada por Joanir.

João passou um ano buscando uma nova forma para o sustento da família - um abatedouro de porcos para alugar. “Foi um tempo em que passamos fome”, lembra Joanir, acrescentando que seu pai, desesperado, procurava refúgio na bebida: “Meu pai, nervoso, bebia muito e brigava muito também”.

João conseguiu, afinal, dinheiro necessário para iniciar a obra do abatedouro por ele ansiado. Faustina, mãe de Joanir, entrou com uma parte, com a venda de um terreno que recebera de herança. A outra parte lhe foi emprestada pela sogra de João, Maria Baggio Nichelle, que tinha dinheiro da venda de um terreno herdado do pai Pedro, falecido quando Faustina tinha 13 anos. Pedro Nichelle morreu com 41 anos, de forma inusitada. O pai de Faustina, que, por muito tempo após a Revolução de 1935, não conseguia ir para a cidade vender o que havia produzido na lavoura, o fez.

Joanir contou como se deu a morte de seu avô: “Quando ele e meu tio estavam voltando da cidade, pararam suas carroças em um olho d’água que havia no Pinheirinho, local onde os carroceiros paravam para os cavalos beberem água. Começaram uns pingos fortes de chuva. Meu avô, cuja carroça não tinha tol-

do, falou que ia embora antes que a chuva engrossasse. Como o banco da carroça já estava molhado, ele ficou em pé e tomou as rédeas. Um raio caiu e, como ele era o ponto mais alto na carroça, acertou bem nele”.

Pedro caiu de costas, e os cavalos, assustados, dispararam. Ele não conseguiu retomar o controle do veículo. Havia uma ferraria onde atualmente está o cruzamento da via rápida do Pinheirinho com a Linha Verde e nesse local os cavalos foram parados por ferreiros. Mas o socorro foi em vão: Pedro, que chegara ao Umbará com quatro anos, falecera.

João, com o dinheiro emprestado pela sogra Maria Biagio e com a outra parte de sua esposa Faustina, teve o necessário para construir um abatedouro. Na construção, Joanir em sua meninice era constantemente repreendido pelas brincadeiras que atrapalhavam seu pai e irmãos.

Porém, abatedouro pronto, Joanir, ao voltar da escola, ao meio-dia, passou a ajudar seu pai, seus irmãos Francisco e Leonildo e sua mãe. “Depois do almoço, eu varria a cozinha, lavava as louças na *checharo* (uma espécie de pia improvisada feita com tábuas). À tarde, minha mãe colocava água com sal para ferver em uma panela de ferro. Trazia um quilo de fubá, e eu ficava mexendo por uma hora até formar a polenta. Eu fritava costelinha de porco e ainda fazia uma salada de radice. Era nossa janta”.

Foi um tempo difícil, como tudo naquela época. Não tinha energia elétrica no Umbará. “Não tínhamos luz, não tínhamos geladeira, nada. Tinha que matar os porcos, fazer tudo durante o dia: descarnar, derreter a banha, fazer linguiça... Não tinha como deixar para o dia seguinte. Então, começávamos quando clareava o dia e íamos até o dia terminar”, recorda Joanir.

Foi um tempo difícil e contraditoriamente bom, porém fugaz. No final de 1959, ladrões entraram no abatedouro e roubaram

AS BARRICARIAS FORAM IMPORTANTE FONTE DE RENDA PARA FAMÍLIAS COMO PELLANDA, NICHELLE, MARANHO E NEGRELLO, ENTRE OUTRAS. MAS A ATIVIDADE AOS POUCOS FOI DECAINDO, ESPECIALMENTE DEPOIS DA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL.

tudo, desde a banha em estoque às ferramentas e utensílios.

Desanimado, João desistiu do abatedouro. Seus filhos mais velhos saíram de casa em busca de sustento: Francisco Antonio arranhou emprego na empresa Irmãos Thá, e Leonildo comprou um caminhão em sociedade com Acir Burbelo para viajar.

Tempos depois, João pensou em uma nova forma de manter a família: retirar areia em uma cava próxima ao rio Iguaçu. Joanir, com 11 anos, não acreditava que a nova iniciativa do pai pudesse ser mais lucrativa que o abatedouro. “Mas ele não queria nem ouvir falar em tocar o abatedouro. Eu não podia falar nada, então, concordava”.

As cavas ficavam em terrenos, vendidos barato, cuja propriedade era muito parecida com as invasões de terra dos tempos atuais. Segundo autores da época, nem mesmo demarcação havia, e as divisas eram decididas informal e arbitrariamente. Próximo às cavas, de onde o barro era retirado e geralmente transportado em carroças, estabeleciam-se as olarias, que surgiram como opção econômica para substituir as fábricas de barricas.

As barricarias foram importante fonte de renda para famílias como Pellanda, Nichelle, Maranho e Negrello, entre outras. Mas a atividade aos poucos foi decaindo, especialmente depois da Segunda Guerra Mundial. Ao longo dos anos 1950, essas embalagens, que sustentaram a existência de muitas famílias do Umbará, foram sendo substituídas por outras, de plástico. E em lugar das barricarias proliferaram as olarias, próximas às cavas.

João abriu o areal e contratou seu irmão Antonio, a quem pagava por areia tirada de dentro do rio, para trabalhar com a concha. Joanir ajudava o pai a partir do meio-dia, quando voltava da escola. A ele competia limpar a camada de terra que ficava acima da areia. Três anos depois, Antonio (“Toni”) abriu mão de seu serviço e foi “tocar roça, como sempre fez” – plantar hortaliças para vender de casa em casa.

João, sem condições de pagar um empregado, levou Joanir para trabalhar o dia todo no areal. O menino saiu da escola, o que, hoje confessa, não lhe trouxe nenhum desagrado interior. “Eu achava que perdia tempo estudando”.

Joanir acrescenta outros motivos de sua desistência da escola: “Na terceira série, repeti, além de ter brigado com um colega de classe. Quando estava cursando a terceira série de novo, as famílias vizinhas combinaram de ir a uma festa de igreja. Colocaram tábuas de uma grade a outra para servir de bancos em cima da carroceria de um caminhão que nos levou. Na volta, o banco quebrou, e eu estava com as pernas embaixo. Minhas duas pernas ficaram machucadas, e perdi muitos dias de aula, além do período de provas”. Joanir repetiu, por outros motivos, pelo terceiro ano seguido a mesma série. Não suportava a professora, Irmã Emília, do Colégio Estadual Padre Cláudio Morelli, que havia sido fundado em 1954. “Minha dificuldade é e sempre foi com Português e História. Minha facilidade é com a Matemática.”

Nem precisaria explicar. Domina atualmente temas e termos econômicos (fluxo de caixa, inflação, custos, margem de lucro, equilíbrio entre receita e despesa etc.), faz cálculos matemáticos sem a ajuda de eletrônicos, assim como em sua meninice “tinha colocado em minha cabeça que sairia daquela situação com trabalho. Eu achava que não era pelos estudos na escola que iria resolver aquele problema”.

No areal, tocava os cavalos para erguer a concha. “Mas eram dois animais bravos e não me obedeciam”. Trocou de posição com o pai: “Você movimenta a concha, eu comando os cavalos”, ordenou João. Dez conchas retiradas davam um metro cúbico de areia. Durante quase dois anos, pai e filho trabalharam no areal. “Mas o areal não estava dando nem pro fumo”, lamenta Joanir, cujo pai novamente trocou de atividade.

Desta vez, comprou uma olaria desativada, “do Klemps, no Barigui”, desmanchou suas partes e levou a madeira e as telhas para reconstruir um pedaço dela perto de onde morava a família Zonta. João, junto dos filhos Maria e Joanir, encarou o novo desafio.

Diante da dificuldade em conseguir quem lhe fizesse frete, João comprou um caminhão Nash 1950 para que Joanir o dirigisse para o transporte do barro comprado na vargem. Tempos depois, negociou outro caminhão. “Era um Ford alemão, motor de F-6, que funcionava à base de manivela, caixa de F-600 e diferencial de Studebaker. Tinha dínamo, parava mais na oficina pra carregar a bateria do que trabalhando. Meu pai não dirigia”.

Joanir enfrentava o barro com a direção: “Era tudo estrada de saibro. O caminhão saía da margem do areal, e eu rezando para que Deus me ajudasse para que desse certo engatar a primeira. Se não engatasse a primeira, voltava de ré. Tinha um subidão, e precisava engatar primeira, bem no tope. Senão, não subia”.

Nesse tempo, Mariazinha e Joanir trabalhavam na olaria. Tudo começou igual no dia 26 de abril de 1966. “Levantamos cedo e trabalhamos até a hora do almoço. Depois do almoço, minha mãe foi à olaria e disse que iria trabalhar no meu lugar para que eu fosse junto com meu cunhado entregar uma carga de areia no município de Mariental, a uns 40 quilômetros de distância. Esse foi meu primeiro presente de aniversário”, narra Joanir.

Seus outros irmãos ativaram o abatedouro de suínos montado

LEONILDO É 11 ANOS MAIS VELHO QUE O CAÇULA DA CASA. E FOI COM ELE QUE O FUTURO PROPRIETÁRIO DO CONDOR TEVE A PRIMEIRA LIÇÃO ESSENCIAL PARA O NEGÓCIO QUE INICIARIA DE VEZ EM 1974.

pelo pai em 1958. Em dificuldades, porque havia época em que não conseguia vender um só tijolo, João desistiu do seu negócio três anos depois, lembra seu filho. Como o abatedouro estava tendo resultados razoáveis, convidaram João e “Nenê”, que seriam assalariados, para ajudá-los.

Tempos depois, seus irmãos mais velhos desfizeram a sociedade. Leonildo ficou com sua parte: um caminhão com o qual começou a viajar. “Ele ia, normalmente, para o Oeste do Paraná, carregava milho e levava até Paranaguá ou Antonina”. Poucos meses se passaram e Tônico também resolveu parar com o abatedouro. Joanir lembra detalhes:

“Eu estava lavando o abatedouro num sábado, e o Nildo chegou com o caminhão carregado de milho. Deixou o caminhão parado, entrou em casa, e eu mais do que depressa fui até lá. Falei que queria viajar com ele. Ele perguntou por que, e expliquei que Tônico tinha matado os últimos porcos e não iria mais tocar o abatedouro. Ele respondeu: ‘E você, vai fazer o que comigo? Eu estou pensando em parar, caminhão a gasolina não dá nada’.

Leonildo mesmo completou: ‘Então, vamos matar porco’. Respondi: “Pegue você, que trabalho para você. Aí ele falou pra chamar nosso pai”. Era um início de julho de frio cortante, e os três, segundo Joanir, sentaram-se ao lado do fogão a lenha, cuja chapa estava cheia de pinhões, com o bule de café fumegante ao lado. “Ficamos comendo pinhão e tomando café preto. Eles conversavam, e eu, só escutando. Sentado no meio, escutava um

falar, ouvia o outro. Sempre trabalhei com meu pai, então, eu estava ali para ouvir. Quem tinha que aceitar ou não era meu pai, e eu estava junto”.

Pai e filho acertaram a sociedade. “O Nildo falou que na segunda-feira nós já tínhamos que abater. Se deixasse de fazer entrega, íamos perder todos os fregueses”.

Os irmãos saíam para comprar os animais em Mandirituba, a uns 20 quilômetros dali, na casa do Pedrinho de Basto. “Saímos com o caminhão que usávamos na olaria, já que meu pai ficara sócio do Nildo. Ele estava parado, estacionado fazia uns três anos, e a grama tinha crescido até a altura da carroceria. Arrumamos uma bateria emprestada, o Nildo limou o platinado do caminhão, colocamos gasolina no carburador, e fiquei virando a manivela. Lá pelas tantas o Ford, com motor de F-6, funcionou”.

A sociedade entre Leonildo e Joanir teve início no posto de combustível: “O Nildo encostou na bomba, e o frentista perguntou: “Quanto vai?” Ele olhou para mim e quis saber quanto dinheiro eu tinha no bolso. Eu peguei ligeirinho, tinha quatro cruzeiros e cinquenta centavos. Nildo falou: “Põe nove cruzeiros”. Hoje entendo que naquela hora começou a nossa sociedade.

Leonildo é 11 anos mais velho que o caçula da casa. E foi com ele que o futuro proprietário do Condor teve a primeira lição essencial para o negócio que iniciaria de vez em 1974: comprar de bons fornecedores a prazo e vender para bons compradores a vista. Sobretudo, controlar o fluxo de caixa.

“O Pedrinho tinha 30 porcos para vender. O Nildo negociando e eu prestando atenção. Fechado o negócio, meu irmão falou que levaríamos só cinco porcos por causa do espaço pequeno no chiqueiro. Ele combinou que na próxima terça-feira ia pegar mais cinco. E eu: ‘Nildo, estamos aqui, cabem os 30 porcos no caminhão, temos lugar no chiqueiro, por que que não levamos tudo de

uma vez?” Ele explicou: ‘Pegando cinco hoje, nós compramos com 30 dias. Daqui a 30 dias, vai vencer cinco. Na terça-feira, pegando mais cinco, já vamos ter 35 dias nos outros... Vamos pegando cinco cada vez porque não nos apertamos lá na frente. Se levamos tudo hoje, daqui a 30 dias vence tudo e não vamos ter todo o dinheiro para pagar.’”

Outra importante lição lhe foi acrescentada naquela época. “Sempre fui muito controlado em tudo. Levei a minha vida assim, não sou de desperdiçar nada até hoje”.

A primeira entrega de carnes dos novos sócios do abatedouro colocou à prova os conhecimentos escolares de Joanir e o fez voltar no tempo. Na manhã de segunda-feira, ele acompanhou Adão Ivanquio em sua Kombi, em transporte fretado. A primeira visita foi a um pequeno açougue na Vila Fanny, cujo dono pediu uma prancha (pernil, carrê, costela) e cinco quilos de toucinho. Ivanquio fez a conta, e o açougueiro pediu uma nota. “Fui até a Kombi, peguei o bloco e voltei para o açougue. Arrumei o carbono e passei pro Ivanquio. Ele me empurrou o bloco de volta. Pegou o bloquinho de nota fiscal do açougue, colocou na minha frente e disse: a razão social está aqui, o CGC, inscrição etc. Eu peguei a caneta, olhava para aquilo lá e não conseguia escrever nada. Eu tinha esquecido tudo”.

Joanir havia deixado a escola perto dos 12 anos e nunca mais escrevera. Ivanquio entendeu o problema do menino e fez a nota para o açougueiro. De volta, aconselhou seu acompanhante a pegar os cadernos guardados havia anos no bocó (sacola de pano para levar material escolar) e novamente usá-los e fazer cópias do livro. “Deu certo, tão certo que fiquei gostando. Até hoje, gosto de praticar. Aquilo para mim foi uma verdadeira lição”.

Trabalhar desde as primeiras horas da manhã até noite dentro também virou rotina. “Na primeira parte do dia, assim que

O PARANÁ PASSARA POR MUDANÇAS IMPORTANTES, ESPECIALMENTE EM SUA ECONOMIA, DESDE O INÍCIO DOS ANOS 1960, MESMO COM AS CONVULSÕES POLÍTICAS NO PAÍS EM MEADOS DESSA DÉCADA.

estivesse pronta a parte da carne e do toucinho, carregávamos e íamos fazer a entrega. Depois, a tarde inteira, terminávamos e carregávamos a outra parte – linguiça, banha, torresmo, pé, orelha, tudo do porco – e ia fazer a segunda entrega nos açougues. Terminava umas nove da noite. No outro dia cedo, ia comprar porco, matava, entregava; isso ia de segunda a sábado”.

As lições para Joanir foram colecionadas ao longo da vida. Três meses depois de começar o novo trabalho, teve que assumir a identidade de Leonildo para dirigir. “O Ivanquio parou e tivemos que comprar uma Kombi do Café Tarumã, que ficava na BR-116. Eu, que tinha 16 anos, passei a dirigir. E a carteira? O Nildo me deu a dele. Só que na foto ele estava de bigode, e eu não tinha bigode ainda. Tinha uns pelinhos e eu pintava para ficar parecendo um pouquinho. Mesmo assim, os guardas que tinha no posto do Pinheirinho nunca me pararam porque sabiam que eu estava trabalhando”.

Cinco anos depois, no início da década de 1970, segundo Joanir, a história atingira outros tons. A situação econômica era confortável tanto para os irmãos como para seu pai. Na casa de João e de Leonildo, estavam instaladas geladeira e a novidade da época, a televisão.

O Paraná passara por mudanças importantes, especialmente em sua economia, desde o início dos anos 1960, mesmo com as convulsões políticas no país em meados dessa década. O governo de Ney Braga, de 1961 a 1965, foi o que a unanimidade dos estudiosos paranaenses aponta como o marco moderniza-

dor da economia do estado. Essa transformação teve consequências em todas as atividades econômicas, independentemente de seu quilate.

Curitiba sentia significativamente essas mutações. Sua população evoluíra de 361.309 pessoas em 1960 para 483.038 em 1970. Dificuldades de toda ordem foram sendo superadas ou virando história, com erros e acertos, na agenda paranaense.

A economia do estado, por exemplo, ardeu durante essa década, vítima do maior incêndio da história paranaense, logo após uma seca histórica, de julho de 1963 a janeiro de 1964. A longa estiagem e os incêndios que irromperam em 42 dos 295 municípios existentes na época, chegando ao clímax no início de setembro de 1963, com a destruição de 200 mil hectares de florestas e campos, além de provocarem danos ao solo, à fauna e aos recursos hídricos, tiveram um impacto violento na economia paranaense e para a sua gente.

O perfil da capital paranaense teve que forçosamente mudar. A mudança se consolidaria definitivamente nos anos 1970, com a implantação da Cidade Industrial de Curitiba e o fortalecimento do parque fabril paranaense, com a independência de sua economia em relação à força do campo, quase sempre vulnerável às intempéries do clima, a um acidente fatídico como os incêndios da década anterior e aos humores do mercado internacional.

Uniram-se para refazer o perfil da economia paranaense os esforços do arquiteto Jaime Lerner, urbanista, prefeito indicado de Curitiba de 1971 a 1974, e de uma sucessão de governadores, antecidos por Leon Peres, que fora cassado: Parigot de Souza, João Mansur, então presidente da Assembleia Legislativa, e, finalmente, Emílio Gomes, que concluiu esse ciclo, sucedidos por Ney Braga, que nomeou Lerner para seu segundo mandato à frente da prefeitura da capital paranaense.

RAÍZES DO VÊNETO E AS MÃOS DO DESTINO ALTERADAS NO PINHEIRINHO

JOANIR, UM VISIONÁRIO DESDE QUANDO VENDIA AMEIXAS E PINHÃO, ENXERGOU ESSES ESTABELECIMENTOS COMO CLIENTES POTENCIAIS. “NILDO TINHA UM FUSCA DE QUATRO PORTAS. SAÍMOS PARA MARINGÁ ÀS TRÊS E MEIA DA MADRUGADA”.



Foto: Reprodução

Suas raízes familiares vieram do Nordeste da Itália.

O INÍCIO DA década de 1970 também acentuava mudanças na família Zonta. “Tínhamos um bom estoque, capital de giro, uns 30 funcionários etc.”, conta Joanir. Em 1972, João chamou os dois filhos na casa de Leonildo e afirmou que estava satisfeito com o que conseguira e sairia da sociedade. Propôs trabalhar como assalariado. “Meu pai falou: ‘Dentro da sociedade, 50% são do Nildo, 25% são meus e 25%, do Joanir’. Nesse momento, fiquei sabendo que eu era sócio mesmo. Para mim, eu só estava trabalhando com meu pai. E meu pai foi mais longe: ‘Os meus 25% eu vou deixar emprestados para o Joanir, que vai me pagar juros de 2% por mês. Aí ele será teu sócio com igualdade’.”

Naquele mesmo ano, a disseminação do óleo de soja provocou mudanças no mercado. “Aqui, ninguém mais queria banha de porco em lata. Fiquei sabendo que em Maringá tinha o Parizotto, que depois virou o Atacadão, que hoje é do Carrefour. Lá também tinha a Alô Brasil”.

Joanir, um visionário desde quando vendia ameixas e pinhão, enxergou esses estabelecimentos como clientes potenciais. “Nil-do tinha um fusca de quatro portas. Saímos para Maringá às três e meia da madrugada”.

A primeira tentativa de venda foi na Alô Brasil. “Não trabalhamos com lata de banha de 18 quilos, só com lata de dois quilos e com pacote. Quem trabalha com isso é o Parizotto”, o comprador justificou sua recusa.

Na época, a empresa de Parizotto, cuja família (também italiana, da região do Vêneto) chegara a Maringá em 1955 e havia dez anos começara a trabalhar no comércio, estava em concordata. “Para fornecer para eles, tinha que tomar certos cuidados, não era uma transação normal. Procurei direto o Alcides Parizotto, dono do negócio. Falei quanto era o preço por quilo. Ele disse que aquele preço não lhe interessava. Então, levantei-me para sair.

E ele, mais do que depressa: ‘Sente, vamos conversar. Eu disse que o preço não me interessa, mas a banha me interessa’. O Alcides era ligeiro. Fechamos uma carga para experimentar.”

Negócio feito, Joanir carregava um caminhão fretado em Curitiba e descarregava 14 mil quilos do produto em Maringá. “Eu não podia tirar nota porque a empresa estava em concordata. Então, o Alcides pegava um risque-rabisque que tinha em cima da mesa, fazia um vale e dizia que dia seria o vencimento da conta”.

As dificuldades de toda ordem eram contornadas. Os irmãos Joanir e Leonildo não tinham telefone para suas transações comerciais. Joanir usava emprestado o da loja Hermes Macedo no Pinheirinho, cujo gerente era seu amigo. “Ele passava no abatedouro e me avisava: o Parizotto ligou e pediu mais uma carga. Toda semana, ele pedia uma”.

Segundo Joanir, o acerto feito parecia-se com o firmado com Pedrinho de Basto na primeira compra de porcos: “O Parizotto ia atrasar o pagamento das duas primeiras cargas, mas me pagaria duas a vencer. Um dia, ele pediu uma carga e coincidiu com a data de recebimento. Convidei o Nildo para ir junto para entregarmos a banha e receber o atrasado”.

O caminhão fretado, um Alfa Romeo trucado, “que tremia até o certificado”, deixou Curitiba às 18h30 e chegou a Maringá doze horas depois. “Não podíamos viajar de dia porque a banha em lata derreteria tudo, não era caminhão frigorificado, mas de carroceria”.

A banha em lata foi descarregada, e ao meio-dia Alcides Parizotto pagou os irmãos com um cheque, sacado a seguir. “Era um monte de dinheiro. Fomos pra rodoviária para pegar um ônibus e voltar. Chegamos lá, e o ônibus só ia sair às onze da noite. O Nildo falou: ‘Poxa, viajamos a noite inteira, até agora foi um sufoco, e depois vamos ter que viajar a noite inteira e amanhã cedinho temos que buscar porco. Não, vamos tentar ir embora de avião’.

Os irmãos acertaram a viagem de avião, a primeira de Joanir por esse meio de transporte, e deixaram o caminhão no Norte do Paraná para que fosse alugado por outro interessado. O avião sairia às 7h30 de Maringá. “Voltamos pra dormir em um hotelzinho perto da rodoviária. Como tínhamos recebido um pacote de dinheiro, ficamos no mesmo quarto, e, enquanto um dormia, o outro cuidava”. O voo atrasou 15 minutos porque, segundo lhes disseram, o avião estava sem bateria.

Nessa viagem, Joanir sentiria o medo do vazio. E certo trauma de transporte aéreo que só foi se dissipando ao longo dos anos em incontáveis viagens. Ele conta: “Nós ficamos por último e só sobraram aqueles assentos na frente para três pessoas normais. Mas sempre fui gordinho, e o Nildo também. Eu fiquei prensado com o cinto e um pouquinho apoiado no banco. O aviãozinho decolou, e, depois de minutos, soltei o cinto. Aí folgou, e fiquei tranquilo. E vinha conversando com o Nildo, quando de repente pegou um vácuo. O avião deu uma descida rápida, e, conforme ele desceu, eu subi e encostei as costas e a nuca lá em cima. Fiquei olhando para baixo, e o Nildo olhando para cima, os dois muito assustados. De novo, o avião acertou, e voltei para meu lugar. Deu medo.”

Mesmo com níveis inflacionários no país que hoje seriam considerados desastrosos tanto para consumidores como para fornecedores – 15,7% em 1972 e 15,6% em 1973 –, os irmãos Zonta tra-

NESSA VIAGEM, JOANIR SENTIRIA O MEDO DO VAZIO. E CERTO TRAUMA DE TRANSPORTE AÉREO QUE SÓ FOI SE DISSIPANDO AO LONGO DOS ANOS EM INCONTÁVEIS VIAGENS.

balhavam em seu abatedouro, até com certa folga de caixa, agora já em outro local do Umbará, na Avenida Nicola Pellanda.

Porém, em agosto de 1973, uma inspeção federal mudou o destino de ambos. Os fiscais mediram o local e lhes informaram que, segundo uma legislação que passaria a vigorar em janeiro de 1974, havia um tamanho mínimo para o prédio e uma quantidade mínima para abate. Além disso, teriam que construir uma casa para que o fiscal pudesse morar e acompanhar todo o trabalho. O projeto da construção esboçado pelos fiscais foi deixado com os irmãos.

O que fora exigido era impossível, de acordo com Joanir. “Começamos a levantar custos para ver a possibilidade. Na época, para cumprirmos o exigido, teríamos que ter cem vezes o capital que tínhamos só para comprar material e fazer o projeto. Decidimos fazer o abate até 31 de dezembro e depois parar. Como o imóvel era de propriedade do Nildo, ele o transformou em um açougue.”

A situação de Joanir, então casado e com duas filhas – Sandra, nascida em 1972, e Andréia, nascida em 1973 –, o levou a comprar um caminhão e novamente transportar areia. Mas, segundo ele, a concorrência com os proprietários de areal que também tinham caminhões era muito forte. “Eu não fazia nem pra gasolina”.

Em uma conversa com seu irmão mais velho, Francisco Antonio Zonta, que ele sempre chamou de “Tônico”, em março de 1974, encontrou não só o que considera “o maior desafio da vida”, mas também a semente que ele transformou, em 40 anos, na sexta maior rede supermercadista do país, com lojas em 15 cidades paranaenses. “Ele me falou que tinham lhe oferecido o mercado Biazzi, na Avenida Winston Churchill, no Pinheirinho. E que eu fosse falar com o Izidio, que era o dono”.

Angustiado pelas poucas expectativas de trabalho e de formas de sustento da família, Joanir sonhou, em ensaio cinematográfico

que poderia ser definido como uma peça de Marcel Proust e sua busca do tempo, com imagens dos Zonta e dos Nichelle chegando ao Umbará à procura de alternativas de sobrevivência naquela colônia de poucos habitantes, no final do século XIX.

As raízes familiares de Joanir vieram do Nordeste da Itália: seus quatro avós (maternos: Pedro Nichelle e Maria Baggio Josefina; paternos: Francisco Zonta e Vitória Gai) nasceram em Casola, uma cidade próxima a Bassano di Grapa, na região do Vêneto. Foram trazidos por seus pais, estimulados por cartazes nas ruas de seu país, maltratado por conflitos e pelas más condições de vida, especialmente para aqueles que habitavam os campos e as pequenas cidades, mas também pela viva esperança de trabalhar a sua própria terra mesmo que em outro chão, sustentar sua família e um dia retornar à Itália. O sonho embalava os imigrantes. Os Moleta foram especialmente atraídos para Curitiba, onde já viviam parentes que vieram antes e que lhes mandavam cartas para a Itália.

O grupo ao qual pertenciam Biagio Zonta e sua mulher, Catarina Moleta, e seus filhos Anna (tinha treze anos), Felicità (onze) e Francisco (dois), tomou o navio “La Savoie”, em 22 de julho de 1887, no porto de Genova, em uma viagem de 33 dias ao Brasil, terra que se anunciava fértil e disponível aos imigrantes, momentaneamente para a mão de obra rural, como a maioria dos italianos e sua experiência secular na produção de alimentos. A mesma atração para os italianos e a mesma demanda de mão de obra rural eram os Estados Unidos e a Argentina. Numerosas caravanas itálicas embarcaram esperançosas para esses três países. A família Zonta veio para o Brasil.

De Santos (SP), onde aportaram, eles partiram de trem para Curitiba, assim como outros milhares de italianos se esparramaram pelo Sul do país. No final do século XIX, somavam 30 mil pessoas

ANGUSTIADO PELAS POUCAS EXPECTATIVAS DE TRABALHO E DE FORMAS DE SUSTENTO DA FAMÍLIA, JOANIR SONHOU, EM ENSAIO CINEMATOGRAFÍCO QUE PODERIA SER UMA PEÇA DE MARCEL PROUST E SUA BUSCA DO TEMPO.

vivendo no Paraná, em colônias que nunca perderam o sotaque original de sua terra, apesar da miscigenação com os nativos.

A família Zonta viveu sua primeira experiência em uma pequena chácara na Colônia Dantas (atualmente região do Cemitério do bairro Água Verde), onde viviam os Moleta vindos da Itália antes. Mas o terreno da Colônia Dantas não era propício ao plantio, e Zonta trocou sua propriedade por outra no Umbará. Naquele local, a família acabou por se fixar, em um terreno onde plantava feijão, milho, batata e hortaliças e criava porcos, galinhas e vacas.

A convivência entre a população nativa e os que chegavam da Europa não foi tão fácil como pode parecer. A colônia que misturava italianos e poloneses, além de um número razoável de caboclos, teve problemas, segundo o historiador Marcos Zanon, ele próprio morador do bairro. “A população cabocla foi meio apagada com a vinda dos imigrantes. Fala-se mais dos imigrantes porque representavam o branqueamento. Porém, houve inclusive casamento entre os grupos”.

Joanir lembra que até hoje descendentes dos antigos caboclos convivem perfeitamente integrados aos imigrantes ou até em seus próprios núcleos, ainda existentes no bairro.

Biagio Zonta desgostava-se às vezes na colônia pela invasão de animais, que comiam produtos plantados em sua roça. Ele semeava milho e feijão, entre outros produtos, e os animais comiam todas as sementes. Por isso, depois de limpar o terreno, o cercou com pedaços de madeira fincados na terra e deixou os filhos

trabalhando no Umbará. Depois de tudo arrumado, foi desempenhar outras funções na estrada de ferro que ligava Curitiba a Paranaguá. Desde 1875, D. Pedro II havia transferido a concessão dada à Estrada de Ferro do Paraná para a Compagnie Générale des Chemins de Fer Brésilien, que construiu a estrada de ferro Paranaguá-Curitiba, inaugurada em 1885.

Dos filhos de Biagio, Francisco casou-se com Vitória Gai, e tiveram 16 filhos. Um deles, João, casado com Faustina, era o pai de Francisco Antonio, Leonildo, Maria e Joanir.

Todo esse filme girou célere pelos sentidos e sentimentos de Joanir ao pensar nos desafios de comprar seu primeiro mercado, com as condições que lhes foram propostas por seu proprietário, como se o menino estivesse na primeira sessão do cinema da Paróquia São Pedro. A síntese de vida aventureira dos seus antepassados não lhes deu escolha.

Hoje, parece novamente sentir o cheiro do pequeno mercado visitado aos seus 22 anos de idade, logo depois do almoço do dia 11 de março de 1974, na casa de seus pais, onde morava com a família. “O Tônico me falou do mercado Biazi naquele dia”, ressaltou.

Traga várias vezes o cigarro, mede as palavras e depois as solta em desfiladeiro, com a maturidade do *nonno*, que atualmente tem quatro filhos e sete netos, e a presença marcante de quem sabe o que fez e faz.

“O Izidio me mostrou o mercado, que tinha gôndolas de madeira, dois caixas, tudo meio velho, o depósito e a casa ao lado, onde ele morava. Era uma filial dos mercados Biazi, cuja matriz ficava em Caçador, Santa Catarina. Disse que queria Cr\$ 85 mil pelas instalações e Cr\$ 120 mil pelo estoque. Voltei pro açougue e contei a proposta para o Nildo. Ele achou que era uma boa opção e sugeriu uma contra proposta”, lembra Joanir, contando que sua pretensão era pagar o estoque à vista e as instalações em dez prestações de



Foto: Arquivo da família Zonta

A primeira das 40 lojas em 40 anos

Cr\$ 8,5 mil, mesmo sabendo que o seu capital não passava de Cr\$ 90 mil, apesar de ter vendido o caminhão e um Opala.

Voltou à casa de seu pai, que lhe prometeu emprestar Cr\$ 30 mil. Assim, completou o capital para a entrada, mas teve outra surpresa: o inventário indicava que as mercadorias em estoque valiam Cr\$ 182 mil. “Com isso, continuava me faltando dinheiro: Cr\$ 60 mil. Falei com o Nildo, e ele prontamente me emprestou”.

A compra foi feita: era uma loja de 110 metros quadrados, onde trabalhavam cinco funcionários, em instalações meio precárias, com apenas dois caixas. O escritório de Joanir ficava junto com o depósito, e ele atendia seus fornecedores onde seria a lavandeira. Na casa, de 205 metros quadrados, todos os cômodos, menos a cozinha, um quarto e o banheiro, estavam tomados por pacotes de produtos vendidos no mercado.

Leonildo não quis ser sócio do negócio porque entendia que o mercado era muito pequeno para os dois. O início da negociação se deu em uma segunda-feira; na quarta, foi concretizada, e na sexta, Joanir já atendia no mercado. “Vi que o açougue estava parado. Perguntei para o Izidio se poderia trazer carne, frios etc. Ele disse que sim. Fui até ao frigorífico Alvorada, peguei frios e carne de todo tipo e na sexta-feira, dia 15 de março, comecei com o açougue”.

Naquele mês, o faturamento foi de Cr\$ 135 mil, o equivalente a U\$ 13,5 mil. Joanir sabe que descobriu ali para o que havia nascido depois de várias experiências de trabalho e apesar de nunca ter feito uma compra sozinho até o dia em que comprou o mercado.

Nos primeiros dias do Mercado Condor, Joanir aplicara lições aprendidas com Leonildo: comprava a prazo e vendia à vista. “Também comecei a criar amizades com a vizinhança, com uns amigos que passavam por lá e ficávamos conversando na loja. Eu não entendia nada de supermercado e ficava perguntando tudo para os fornecedores”.

Joanir e as filhas Sandra e Andréia



Joanir entregava produtos em domicílio em sua Kombi



Fotos: Arquivo da Família Zonta

*Sandra,
Ricardo e
Andréia*

RAPAZOTE DE 22 ANOS, CASADO E COM DUAS FILHAS, JOANIR
CONFESSA QUE SE MANTINHA ALHEIO AOS FATOS POLÍTICOS DA
ÉPOCA, MUITO MAIS PREOCUPADO COM A MANUTENÇÃO DE SUA CASA

Joanir abria seu mercadinho às 7 horas e fechava às 20 horas. Depois, ia aos concorrentes, especialmente ao Mercadorama, Jumbo (localizado na Avenida Presidente Kennedy) e a um Peg-Pag quase encostado ao seu endereço, ver as linhas de produtos. Comprava os que lhe interessava, inclusive para ver os nomes e os endereços dos fornecedores, formas de exposição, layout, preços, promoções etc.

“No dia seguinte, eu colocava em prática tudo o que a cliente-la gostava. Como tinha concorrente muito perto, esperava ele apagar as lâmpadas, às dez da noite, e no outro dia bem cedinho colocava tudo no meu mercado. Para ter as informações que precisava para gerenciar a loja passei a ler tudo que podia, participei de vários cursos sobre o setor, conversava tudo com os fornecedores, analisava tudo nos mínimos detalhes”.

O faturamento em maio, que já resultava desse esforço, chegara a Cr\$ 290 mil ou 115% a mais que em março.

Rapazote de 22 anos, casado e com duas filhas, Joanir confessa que se mantinha alheio aos fatos políticos da época, muito mais preocupado com a manutenção de sua casa.

Em janeiro daquele ano, por exemplo, o general Ernesto Geisel havia sido eleito presidente do Brasil no Colégio Eleitoral, em eleições indiretas, com 400 votos ante 76 dados ao candidato da oposição, Ulysses Guimarães. No Paraná, O MDB, partido de Guimarães, elegera 15 deputados federais e 25 estaduais, além de um senador da República, Francisco Leite Chaves, enquanto a Arena, partido que dava sustentação à ditadura militar, elegera nove

deputados federais e 29 deputados estaduais. O Paraná naquele ano colaborava com 6,5% do Produto Interno Bruto do país.

Só mais tarde, Joanir entenderia que os fatos políticos e econômicos influenciavam diretamente os resultados de seu negócio. O que mais o interessava naquele momento eram as pequenas e eficientes mudanças que fazia em seu mercado:

“O antigo proprietário comprava arroz em saco e colocava na embalagem dele, fazia a mesma coisa com o feijão. Então, não tinha variedade de marcas nos produtos, só tinha arroz e feijão da marca dele. Eu notei que os outros eram de várias marcas. Comecei a falar com os fornecedores, já que o preço era o mesmo – tanto fazia comprar em saco ou já empacotado. Além disso, o antigo proprietário tinha que gastar com as embalagens de plástico e não agregava nenhum valor na hora de vender. Já nos primeiros dias, desativei a embalagem única de cereais. E era isto que a freguesia queria: escolher a marca”.

Quinze dias depois de estabelecido com seu mercado, Joanir, além de cuidar do novo negócio, viu uma oportunidade paralela de aumentar seus ganhos. Um amigo pretendia montar uma cozinha industrial no canteiro de obras da Petrobras, em Araucária, mas não tinha capital de giro.

A proposta era o fornecimento de mercadorias do mercado durante a semana e recebimento no domingo, dia de pagamento dos peões que trabalhavam nas obras da Petrobras. As instalações

**SÓ MAIS TARDE, JOANIR ENTENDERIA QUE OS FATOS
POLÍTICOS E ECONÔMICOS INFLUENCIAVAM
DIRETAMENTE OS RESULTADOS DE SEU NEGÓCIO.**

das cozinhas industriais eram precárias: apenas um fogão, uma mesa de madeira e uma pia improvisada. “Os peões pegavam as marmitas e iam comer no canteiro de obras”, recorda Joanir.

Em poucos dias, responsáveis por inúmeras outras cozinhas industriais repararam a forma como Joanir atendia as primeiras empresas e, segundo ele, passaram gradativamente a procurá-lo. “Peguei quase todas as cozinhas industriais de empresas que trabalhavam no canteiro de obras da refinaria Araucária”, afirma.

“Eu ia de madrugada com o café da manhã; às oito e meia, entregava os ingredientes do almoço; à tarde, os ingredientes para a janta. Devia ter umas 60 cozinhas nos canteiros, era muita gente que trabalhava por lá”.

Quando Joanir passou a fornecer para quase todas as cozinhas industriais em Araucária, surgiu uma demanda maior para o transporte. “Aí, o Nildo me emprestou a F 350 que ele tinha, coloquei um furgão em cima e às 3 horas da manhã eu lá estava arrumando as coisas. O motorista ia entregar, eu não ia junto. Ele entregava o café da manhã para todas as cozinhas, e eu já ficava preparando os ingredientes para o almoço”.

O fôlego financeiro proporcionado pelo aumento de faturamento no mercado e pela atividade paralela de fornecimento de mercadorias para as cozinhas industriais de Araucária levou Joanir a “um bom problema”, segundo ele: a falta de espaço no prédio até então alugado para aumentar sua linha de produtos e para maior conforto dos clientes.

Depois de dez meses de funcionamento do Mercado Condor, Joanir comprou, em janeiro de 1975, um terreno ao lado e construiu um prédio com três pavimentos, cada um com 320 metros quadrados. Para isso, vendeu inclusive um Maverick azul, para o qual havia pago um consórcio e fora sorteado em 10 de janeiro

O EMPREENDEDOR CONTINUA A DESFIAR
SEUS DESAFIOS E A NECESSIDADE DE ENFRENTÁ-LOS.

de 1975. “Fiquei só uns quinze dias com o carro, vendi e dei como parte do pagamento da mão de obra na construção”, recorda.

O prédio foi inaugurado em 10 de dezembro de 1975, e nele o negócio e a família de Joanir se misturavam. No subsolo, ficava o depósito de mercadorias; no térreo, a loja e no primeiro andar, estavam conjugados seu escritório e o depósito de mercadorias leves, além do “apartamento” da família.

O empreendedor continua a desfiar seus desafios e a necessidade de enfrentá-los: “Eu imaginava que a nova loja resolveria os problemas. Mas, com o aumento do número de clientes e do faturamento, ela também ficou pequena”. Em 1977, Joanir tentou comprar os terrenos em volta de seu mercado, mas não conseguiu.

No mesmo ano, agora já com quatro filhos, com o nascimento de Ricardo em 1976 e Jaqueline no ano seguinte, Joanir comprou um terreno a 200 metros, na mesma rua, no Pinheirinho, e começou a construir uma nova loja, com 1,1 mil metros quadrados, na Avenida Winston Churchill, onde atualmente está um prédio de 26 mil metros quadrados que abriga não só um hipermercado, mas todo o Centro Administrativo do grupo Condor. Essa loja foi inaugurada em 10 de outubro de 1978, com 75 funcionários e 12 *checkouts*. “Para mim, foi o início de tudo!”, chega a suspirar o empresário.

As transformações nos anos 1970 não ocorriam apenas no setor que Joanir escolhera para empreender. Curitiba, de vez, mudava de hábitos e costumes, com o inchaço de sua população. Em termos percentuais, o aumento populacional da cidade entre 1960 e

AO INAUGURAR A LOJA, EM OUTUBRO DE 1978, JOANIR SENTIU A IMPORTÂNCIA DOS FORNECEDORES, ATUALMENTE CERCA DE 2 MIL E QUE TÊM 40 MIL ITENS COMERCIALIZADOS NAS 40 LOJAS CONDOR.

1970 foi de 40%. Entre as décadas de 1970 e 1980, quando se deu a implantação e consolidação da marca Condor, a população curitibana teve um aumento de 74%, passando de 483.033 pessoas no início da década de 70 para 843.733 em 1980. O Produto Interno Bruto (PIB) da capital paranaense já recebia grande injeção de recursos da Cidade Industrial de Curitiba, e o mercado consumidor adicionava itens significativos nessa composição.

A mudança da economia do Estado e de sua capital foi marcante naquela década. O dia 18 de julho de 1975, por exemplo, transformou o Paraná econômica e socialmente. O curitibano viveu um clima tipicamente europeu, no dia anterior, com a neve caindo sobre a cidade e com o registro de seis graus negativos nos termômetros. Mas a economia do Estado na madrugada seguinte foi sacudida pela geada negra, dizimando a cafeicultura e levando o perfil econômico, inevitavelmente, a uma mudança forçada.

As geadas provocaram graves problemas nos mercados interno e externo, com o fim da monocultura do café em terras paranaenses. Na época, o Estado, habitado por 7 milhões de pessoas, tinha um parque cafeeiro de cerca de 1,8 milhão de pés de café, espalhados por 1,05 milhão de hectares, e aproximadamente 900 mil trabalhadores rurais que dependiam diretamente da cafeicultura.

Em vez da eterna dependência agrária, o Paraná teria, a partir de então, que administrar e incentivar dois fortes campos de sustentação: a agricultura e a indústria, especialmente esta última, estimulada na década e concentrada em municípios limítrofes

da capital e na Cidade Industrial de Curitiba, bem próxima à matriz que seria inaugurada pelo Condor três anos depois, no Pinheirinho.

Ao inaugurar a loja, em outubro de 1978, Joanir sentiu a importância dos fornecedores, atualmente cerca de 2 mil e que têm 40 mil itens comercializados nas 40 lojas Condor. “Senti desde aquele dia o seu apoio. Eles abriram crédito, aumentaram o prazo para pagamento, trouxeram promoções etc. Eu senti uma abertura muito grande por parte deles, mas também eu não podia descuidar: estava endividado, o passo foi muito grande e eu precisava de dinheiro para capital de giro”.

Há 37 anos, Joanir conheceria aquele que hoje faz parte, com lugar destacado, do grupo de extrema confiança, de seis diretores, de sua empresa. Desde 1978, quando viu negada uma solicitação de financiamento na agência Pinheirinho do Bamerindus e recorreu a outra agência do mesmo banco, no bairro Novo Mundo, a afinidade entre Joanir Zonta e Wanclei Benedito Said só cresceu.

“Desde aquele dia em que ele me socorreu com o empréstimo, que chamávamos de ‘papagaio’, até quando veio trabalhar conosco, doze anos depois, o Wanclei virou um grande amigo. É uma pessoa com quem criei um vínculo muito grande. Ele confiava em mim, e eu contava com ele, sempre contei. Eu telefonava: ‘Wanclei, vou precisar de tanto hoje’. Ele respondia: ‘Está bom, Joanir, no final da tarde eu credito’. Isso era tudo empréstimo com 90 dias. Certo dia, chegava o Wanclei: ‘Lembra daquele contrato, do empréstimo que eu te fiz naquele dia? Tenho que levar para a Contabilidade’. Era assim que trabalhávamos, nunca tivemos problema. Se no vencimento não dava para pagar tudo, pagava uma parte e renovava o restante. Ele sempre dava um jeito”.

Por sua vez, o ex-bancário, que passou 32 anos de sua vida no então Bamerindus e no seu sucedâneo, o HSBC, e está há 15 no

Na Avenida Brasília, investimentos de R\$ 10 milhões e 2,2 mil metros quadrados a partir de 2008



**Av. Brasília
6900**



Andor
MERCADOS



Foto: Marcelo Miranda

UM PARANAENSE FORNTE ZONEA

Condor como diretor administrativo, retribui de forma que mistura admiração e poesia: “Da primeira vez em que falamos e ele mudou sua conta para nossa agência, já percebi que o Joanir tinha uma estrela. Era um homem simples, trabalhador, honesto e com sede de progredir”.

Um dos primeiros empréstimos solicitados pelo novo cliente de sua agência, segundo Wanclei, era para financiar a compra de sete Kombis. Os veículos serviriam para a entrega de alimentos às cozinhas industriais da Cidade Industrial.

“Falei com meus superiores, e eles estavam receosos. Procurei, então, Jair Mocelin, que era superior de meu gerente, Jair Capristo, e lhe contei a história. Ele endossou o empréstimo”, conta Wanclei.

Segundo ele, houve outro fato que amolecera o coração empresarial e gerencial de Jair Capristo: convidado por Wanclei, foram até o Condor conhecer o solicitante do empréstimo. “Ele estava em sua mesa. O Joanir era aquela pessoa que administrava tudo, acordava cedo, saía tarde, assinava os cheques, coordenava as vendas e compras, as lojas que tinha, era uma loucura vê-lo trabalhar. E foi bem nessa hora que a gente chegou. Ele foi conversando com a gente e continuou trabalhando. Quando a gente saiu, o Capristo, que já tinha o aval de Mocelin, falou: ‘Pode emprestar’”.

Outra razão motivou Wanclei: “Quando o Joanir me pediu o empréstimo, eu visitei seu mercado e conheci seu pai, João, com quem conversei longamente. Não tive mais dúvidas. Eram dois homens de uma mesma família trabalhadora, com vontade de progredir, e mereciam nossa confiança”.

Não faltavam razões para Wanclei confiar no pagamento do financiamento que lhe fora solicitado por Joanir. Uma razão que ele fez questão de expor a Capristo e Mocelin era a própria “revolução” que ocorria em Araucária e na Cidade Industrial de Curitiba, para onde Joanir fornecia alimentos para as cozinhas indus-

triais. Em 1980, Araucária, com a Refinaria Getúlio Vargas em funcionamento, já pesava na geração de renda da Região Metropolitana de Curitiba: participava com 13,2% do total, enquanto a capital paranaense entrava com 15,8% da renda gerada.

No final de 1978, Joanir desativou a loja embrião de sua rede e ficou apenas com a recém-inaugurada no Pinheirinho, na divisa com o Capão Raso. Em 1979, temendo potenciais concorrentes e vislumbrando oportunidade em ampliar seu negócio, com o vírus do empreendedorismo vivo em sua intuição, ele, ao saber que o Mercado Conderva, na Avenida Brasília, no Capão Raso, estava à venda, não pensou duas vezes. “Fui lá, conversei, e eles me disseram que realmente estavam vendendo porque estavam em situação financeira bastante delicada. Tinham que vender o imóvel e as instalações. Fizemos o negócio de ‘porteira fechada’, dando uma entrada e o restante em 15 prestações”.

Contrato assinado, no dia seguinte Joanir começou a reforma do prédio, afiando uma das lições que aprendeu e repete a cada dia. “O segredo dos negócios é aproveitar as oportunidades. Devo ter perdido muitas, mas todas que pude, aproveitei. Aprendi isso ao longo da vida”.

No dia da inauguração da loja, contudo, um oficial de Justiça tentou interditar o estabelecimento, cujo antigo proprietário tinha dívidas com o INSS. “Para não perder o investimento, assumi o que era para ter sido pago em 15 parcelas e precisei desembolsar

JOANIR: “O SEGREDO DOS NEGÓCIOS É APROVEITAR AS OPORTUNIDADES. DEVO TER PERDIDO MUITAS, MAS TODAS QUE PUDE, APROVEITEI. APRENDI ISSO AO LONGO DA VIDA”.



Primeira das cinco lojas mantidas em Ponta Grossa, na avenida Vicente Machado



Na inauguração da loja em Ponta Grossa, filhos de Joahir: Sandra, Andréia e Ricardo

*Sexto Encontro Nacional de Operadores e
Fornecedores de Supermercados, março de 1980*



Supermercado Condor, presente na Ceasa

o valor à vista. Só que isso foi abatido do valor de compra do imóvel”, relata Joanir.

Na oportunidade, contrariou uma de suas antigas premissas. Desta vez, comprou a prazo, mas teve que pagar a vista. “Tinha um monte de instalações, de mercadorias dentro, não era só o dinheiro do negócio que iríamos perder. Na hora em que o antigo proprietário assinou a escritura, quitei tudo o que ele devia para o INSS”, justifica, acrescentando: “Foi mais uma lição para mim. Nunca comprar nada antes de saber se está tudo direitinho, se o imóvel não está penhorado etc.”.

Os desafios, agora com duas lojas, continuavam a crescer. “O grande problema de quando se está nessa fase é que não se tem como estruturar a empresa. Se a gente criar uma estrutura para ficar um pouco mais livre, a empresa não cobre os custos. Quando você monta uma estrutura maior, os salários aumentam bastante. Então, era eu quem tinha que comprar, pagar, gerenciar, contratar funcionário, responsabilizar-me pela folha de pagamento etc.”, explica Joanir. Mas não havia também como retroceder.

Depois de ter deixado “tudo redondinho”, ele transferiu seu melhor funcionário para cuidar da filial e ficou trabalhando de “cedo à noite” na loja da Avenida Winston Churchill.

Nessa época, nomeado pelo governador Ney Braga, imposto pelo regime militar para sua segunda administração à frente do Paraná, o arquiteto e urbanista Jaime Lerner também assumiria sua segunda gestão na Prefeitura de Curitiba, visando, entre outros objetivos, à consolidação do parque industrial da capital e de sua Região Metropolitana.

Mas, além disso, queria transformar Curitiba em uma cidade moderna, voltada ao século XXI, ou, como se dizia, “cidade modelo” de um Brasil viável. A capital paranaense assumira de vez ares de metrópole, de centro de negócios do Estado, e seu crescimen-

to populacional intenso a faria passar de 1 milhão de habitantes em 1980 para 1,3 milhão de pessoas em 1990, segundo o IBGE.

Instintivamente ou não, Joanir estava de olho no crescimento do mercado de consumo e soube que, em 1980, ou seja, no início da metamorfose de Curitiba, o Supermercado Iguaçu estava à venda no bairro do Butiatuvinha. Feito o negócio, foi aberta a loja número 3 de sua rede: o Super Condor de Santa Felicidade, na Avenida Manoel Ribas. Para Joanir, os negócios não acontecem por acaso como foi a escolha do nome Condor.

Ele lembra os detalhes da conversa com seu contador Darci Borghesani, que lhe apresentou, em 1974, uma lista com 100 nomes para que escolhesse dez. “Separei os dez que eu achava os mais bonitos. Quando ele consultou a Receita, os seis primeiros já tinham dono. O sétimo era Condor. Eu nem sabia que existia um pássaro com esse nome, só tomei conhecimento quando, uns dias depois, contratei um pintor, que chamavam de ‘Catarina’, para pintar a frente do mercado. Ele pintou a parede de vermelho escuro e fez uns risquinhos com tinta branca. Ficou parecendo que era de tijolinho. Aí, tirou do bolso uma foto pequena e perguntou: ‘Você conhece esta ave?’ Eu respondi: ‘É um corvo. E ele, meio rindo: ‘Não, esse é o condor’.”

As lembranças beliscam o humor de Joanir, expansivo como todo italiano que se preza. Ele continua rindo e buscando histórias do passado: “As pessoas que sempre compravam na primeira loja chegavam, olhavam pra cima e perguntavam: ‘Joanir, por que você pintou aquele corvo lá em cima?’ E lá ia eu explicar que pássaro era aquele...”

Tanto explicou que virou marca de suas lojas. Ele não sabe justificar por que, mas a primeira marca já foi pintada com as cores vermelha e azul, o padrão atual. Diz apenas: “São as cores de que mais gosto”. E não há razão pragmática ou paixão clubís-

O PADRÃO GRÁFICO DA MARCA EVOLUIU,
PERMANECENDO IGUAL AO ORIGINAL ATÉ 1978 E
MODERNIZANDO-SE COM O PASSAR DOS ANOS.

tica nessa escolha de cores. Joanir se confessa um torcedor pouco afeito ao futebol, muito mais ligado ao automobilismo, mas que se tivesse que escolher um dos times da capital seria atleticano. Porém, só foi a um estádio uma vez, na Arena da Baixada, durante a Copa do Mundo de 2014, para assistir ao jogo Espanha versus Austrália. E ainda assim com ingresso que lhe foi dado. “O futebol me deixa muito nervoso, muito tenso”.

O padrão gráfico da marca evoluiu, permanecendo igual ao original até 1978 e modernizando-se com o passar dos anos. Em 1979, quando Aliceu Darci Brambilla, então com 19 anos e vindo do sítio de seu pai em Medianeira, a 580 quilômetros de Curitiba, visitou, meio surpreso, junto com sua tia, o Supermercado Condor da Avenida Winston Churchill, a marca já tinha detalhes modificados.

Convidado para trabalhar no supermercado, com pouca bagagem escolar e tendo, desde seus 13 anos, apenas ajudado seus pais Arcencio e Gracinda na plantação de milho e soja, Aliceu não somente aceitou como, 36 anos depois, responde pela diretoria de Patrimônio da empresa e é um dos responsáveis diretos, segundo Joanir, pela evolução de seus negócios. Ao ser empregado no Condor, Aliceu desistiu de seu sonho de ir ao Mato Grosso, para “plantar e fazer a vida”.

Ele foi contratado para ser ajudante-geral. Carregava caminhões de entrega, arrumava mercadorias na loja, fazia o que precisasse ser feito. Conheceu o pai de Joanir, João, no primeiro dia de trabalho e com ele conversava muito. Depois de 40 dias, foi apresenta-

do ao proprietário do supermercado e ficou seu amigo: dormia na casa de Joanir para vigiar o lugar quando este viajava em férias com a esposa. “Eu economizava o pagamento desses dias para a pensão onde morava”, lembra.

Em seis meses, foi promovido para recebedor de mercadorias. Enquanto isso, concluiu o ensino médio. E depois, ao longo de sua vida no Condor, desistiu do curso de Engenharia Civil, no primeiro ano, em 1999, porque Joanir lhe disse: “Mais tarde, você mandará nos engenheiros e nem precisará ser um deles”. Atualmente, como diretor de Patrimônio, tem subordinados à sua área dois engenheiros contratados e 12 engenheiros terceirizados, além de arquitetos, e cerca de 300 a 400 pessoas contratadas para cada construção de uma nova loja da rede.

Sua explicação para o êxito de sua carreira na empresa é prosaica: “Sou descendente de italianos, com os mesmos valores familiares do Joanir”.

Os valores, para Joanir, de acordo com o próprio, não carecem de explicações filosóficas. São sinceridade, respeito familiar e paz. Para ele, “honestidade não é valor, é obrigação. As pessoas têm obrigação de ser honestas”.

Mal assentara a existência de seus três supermercados em Curitiba, no início de 1981, Joanir soube da oportunidade de compra do Mercado Zum Zum, na Lapa, na época com 35 mil habitantes, a 62 quilômetros da capital paranaense. “O proprietário, que só lembro que chamava Expedito, havia tido um infarto e queria vender o supermercado, cujo imóvel era alugado”, conta Joanir. Ele não via nem vê dificuldades em operar várias lojas, mesmo distantes umas das outras. “Com o tempo se percebeu que não havia problema em administrar as lojas da Avenida Brasília, da Churchill, de Santa Felicidade ou da Lapa. Basta ter gente boa para cuidar. Quando comprei, em fevereiro daquele ano, deixei o

Foto: Acervo da família Zonta



O último à direita, Peter Leszczu, “um dos melhores profissionais na história do Condor”, segundo Joanir

pessoal que já trabalhava lá, inclusive o gerente, todo mundo era da cidade. Só transferimos, depois de um acordo, as pessoas de uma empresa para outra. O que mudou foi a dinâmica da loja”.

Também nessa experiência, Joanir recorda lances curiosos. Um concorrente seu na cidade não o deixava fazer pesquisa de preço, o que era usual para o dono do Condor. “Eu ia para lá duas vezes por semana, depois do expediente, para ver como estava a loja, acompanhar as mudanças da praça etc. Falei para o gerente: Mande um funcionário, com uma lista de mercadorias, compre tudo na loja do concorrente e anote todos os preços. Ele fez isso”. Joanir ficou em sua loja, conferindo preços, vendo as margens que poderiam ser mudadas etc.

“Nisso, encostou uma Kombi com o concorrente. Ele descarregou umas caixas de compras e disse: ‘Vim fazer a entrega das mercadorias que teu funcionário comprou.’ Eu olhei o *ticket* e paguei a conta. Ele foi embora, meio emburrado”.

A intenção de Joanir era de que os preços do seu supermercado pelo menos empatassem com os da concorrência. E o Condor ganharia na variedade, explica. “Naquela época, o abastecimento era bem difícil na Lapa. Os vendedores passavam por lá às vezes a cada 45, 60 dias. E só iam entregar quando tinham uma carga grande para a cidade. Isso atrasava muito as entregas. Eu já trabalhava com a Central de Distribuição, com 6,5 mil metros quadrados, construída em um terreno de 15,5 mil metros quadrados que recebi de herança do meu pai no Umbará. Meu caminhão já levava tudo para as lojas, inclusive a da Lapa. Eu não deixava faltar mercadoria, e essa era a grande vantagem que eu tinha”.

Aliceu Brambilla, que já estava havia quase dois anos no Condor, gerenciava a Central de Distribuição. E desde 1978 a empresa contava com outro funcionário especial, conforme Joanir, o ale-

mão Peter Leszczu, um agradável apreciador de cervejas e “Um dos melhores profissionais que eu tive na empresa. Eu o conheci durante um curso e nos aproximamos. Tempos depois, ele saiu do Real, onde trabalhava, e veio me ajudar como comprador. Conhecia tudo da linha de produtos. Trabalhou no Condor até falecer, aos 43 anos de idade, em 9 de março de 1991”. Com o falecimento precoce de um dos seus “dínamos”, Joanir convidou, e Aliceu assumiu a gerência de manutenção em 1992.

Ao olhar a extensa lista de 40 lojas do Condor, que funcionam em 15 cidades, comentar expectativas de crescimento e fazer um retrospecto de sua vida desde os tempos de seus avós, pais e irmãos, além de filhos e funcionários que partilharam suas experiências ao longo das décadas, em especial alguns nomes que enumera nos dedos (Aliceu, Peter, Wanclei, Jefferson, Adailton e Gilberto, entre outros), Joanir conclui como se soletrasse uma lição escolar: “Todo dia a gente aprende alguma coisa na vida com alguém. Aprendi muito com todo mundo”. Ele não diz, mas deixa perceptível que para alcançar sucesso um empreendedor deve ter e desenvolver a capacidade de unir-se e ter uma convivência harmônica com pessoas das mais diferentes origens, faixas sociais e crenças.



Foto: Arquivo da família Zonta

Joanir e um de seus grandes colaboradores, Jefferson Fidélis de Oliveira

NO CAMINHO DO FUTURO, ANOS PERDIDOS PELAS PEDRAS DA ECONOMIA

AO COMPRAR UM SISTEMA DA SID INFORMÁTICA,
O CONDOR SE TORNARA A PRIMEIRA REDE
SUPERMERCADISTA DO PARANÁ A SE INFORMATIZAR.



Foto: Marcelo Miranda

O padrão gráfico da marca evoluiu. Permaneceu igual ao original até 1978 e modernizou-se com o passar dos anos

EM SETEMBRO DE 1981, o Condor abriu mais uma filial fora dos perímetros de Curitiba, agora na região central de Araucária, e iniciou a informatização da empresa, que tinha cinco lojas. No município vizinho, a menos de 30 quilômetros da matriz, com a instalação da Refinaria Presidente Getúlio Vargas, desde 1972, e no ano seguinte, com a criação do Centro Industrial de Araucária, o crescimento populacional urbano foi vertiginoso. A economia, que se sustentava com a agricultura e a pecuária, passou a ser impulsionada pela indústria. Atualmente, Araucária sedia o segundo maior parque industrial do Estado, e sua população ultrapassa 130 mil pessoas.

Mais uma vez, a intuição e a visão de negócios de Joanir funcionaram. “Quando fomos comprar o terreno, tinha um lago no local onde seria construída a loja. Depois de feito o negócio, fomos lá num sábado e tiramos 65 quilos de carpa de dentro do lago. Distribuímos peixes pra todo mundo e secamos o terreno para começar a construir”.

Ao comprar, naquele mesmo ano, um sistema da Sid Informática, o Condor se tornara a primeira rede supermercadista do Paraná a se informatizar. “Foi fundamental para nossas ações, pois já tínhamos cinco lojas e uma central de distribuição”, comenta o empresário, endossado pelo chileno Wladimir Eloy Torres Manriquez, desde 2001 na empresa e desde 2011 seu diretor de Tecnologia e Informática: “Não haveria possibilidade de pensarmos em nossa capacidade de comunicação e informação atual se não fosse a iniciativa do Joanir nos anos 1980”.

Manriquez era funcionário do Sonae, de onde saiu em 2001 para o Condor, atraído “pela cultura familiar com que a empresa é gerenciada”. Nascido em San Carlos, terra de Violeta Parra, no sul do Chile, ele, com 53 anos, comanda atualmente uma estrutura enxuta, de 24 pessoas, que cuida de três grandes áreas no setor de tecnolo-

gia e informática: desenvolvimento, suporte e operações. Joanir sabe o que significa essa estrutura: “Sem ela, não teríamos nem como pensar em administrar 40 lojas espalhadas pelo Paraná”.

O ano de 1982 marca, segundo Joanir, a reestruturação de sua empresa. Naquele ano, abriu mais uma filial, na Avenida Marechal Floriano Peixoto, no Boqueirão, em imóvel alugado, ficando com seis lojas, e terminou de construir a Central de Distribuição, onde eram guardados mais de mil produtos. Ampliou as câmaras de refrigerados e congelados da loja do Pinheirinho e centralizou as compras de carnes.

Com essas ações, entre outras, ele garante ter feito um controle mais apurado de estoque, diminuído o número de caminhões em trânsito pelas lojas e ganho melhores condições de negociação com os fornecedores, com descontos maiores para cargas fechadas. “Tudo começou a fluir mais rapidamente, diminuiu a quebra, a transferência ficou melhor etc.”

Também a política e suas consequências econômicas, ou vice-versa, viveram fatos marcantes no Paraná e no Brasil naquele ano. O país, que estava havia 18 anos sob o regime militar, organizou eleições diretas para governadores de Estado, que abriram o caminho para o movimento das Diretas-Já e, em processo posterior, para a volta das eleições diretas para a Presidência da República.

Em 1982, o Paraná, com 4,1 milhões de eleitores, elegeu uma maioria significativa de políticos do PMDB. Além do governador e do vice, José Richa e João Elisio Ferraz de Campos, foram eleitos o senador Alvaro Dias e seu suplente, Francisco Leite Chaves. Vinte dos 34 deputados federais eleitos eram peemedebistas (os outros eram do PDS) e ainda 34 dos 58 deputados estaduais (24 pertenciam ao PDS). No dia 15 de março de 1983, tomaram posse os primeiros governadores eleitos pelo voto direto desde 1964.

Para Joanir Zonta, a vida continuava com a receita do aprendi-

Fotos: Acervo da família Zonta



A loja em Araucária, Centro, aberta em 1981

A antiga loja no bairro São Braz

Fotos: Acervo da família Zonta



Afilial da Avenida Marechal Floriano Peixoto foi inaugurada em 1982

ENQUANTO FALA DE SEUS NEGÓCIOS E RESULTADOS, JOANIR RECORRE ÀS LEMBRANÇAS DE UMA INFÂNCIA CARENTE PARA EXPLICAR UMA DE SUAS PAIXÕES, O AUTOMOBILISMO.

zado em curso somado à ousadia. Apenas Aliceu Brambilla integrava na época o núcleo de decisão da empresa, do qual fazem parte atualmente três dos filhos de Joanir e seis outros diretores. Os primeiros anos da década de 1980 foram propícios à abertura de lojas. “Foi uma época em que aumentou a inflação. Quando isso aconteceu, todas as empresas que estavam descapitalizadas começaram a vender seus patrimônios. E eu comprei diversas lojas. Com inflação alta, era difícil manter uma loja individual, sem depósito de distribuição. O aproveitamento era muito baixo. Eu comprava a loja e alugava o prédio”, afirmou.

Em junho de 1984, ele abriu mais uma filial, a Loja Centenário. No ano seguinte, comprou três boxes nas Centrais de Abastecimento do Paraná (Ceasa), perto da saída para o município de Fazenda Rio Grande, e instalou sua própria central de hortifruti-granjeiros, para compra e distribuição desses produtos. Desde então, com operações a partir das 3 horas, o abastecimento das lojas do Condor pode ser feito até as 8 horas. Com isso, a empresa ganhou escala em suas compras e maior capacidade de negociação com os fornecedores, além de melhor qualidade nos produtos. Em 1986, a rede contabilizava 14 lojas, com a inauguração de filiais em Contenda, Vila Guaíra, Centenário, São Braz, Colombo, Pilarzinho, São José dos Pinhais e Apucarana.

Em 1985, aconteceram no país as últimas eleições indiretas para a Presidência da República. No pleito, havia três pré-candidatos: Paulo Maluf, nome do PDS, Ulysses Guimarães, candidato

do PMDB, e Tancredo Neves, do PP. Maluf foi mantido como candidato. Mas, o PP se incorporou ao PMDB, e o candidato de oposição acabou sendo Tancredo Neves. Em 15 de janeiro daquele ano, Tancredo foi eleito Presidente do Brasil, mas adoeceu em 14 de março, na véspera de tomar posse, falecendo em 21 de abril. Seu sucessor foi José Sarney.

Enquanto fala de seus negócios e resultados, Joanir Zonta de novo recorre às lembranças de uma infância carente para explicar uma de suas paixões, o automobilismo. Os sonhos sempre o povoaram, e Maria, em depoimento a Ricardo Hubner, lembrou que ela e seu irmão subiam na cerca de ripas quando viam o vizinho Luiz Boza passar com seu caminhão Ford F-6 1951. As pernas das crianças se esticavam, e os olhos de Joanir brilhavam acompanhando o trajeto de Luiz (*Gigio*), irmão de Artur, que mais tarde se casaria com Maria.

Aos seis anos, na mesma época em que foi ao centro de Curitiba com seus pais e Maria, Joanir construiu o seu primeiro carro – uma peça feita com uma ripa enfiada na terra, que sustentava um volante estragado comprado por Nildo em um ferro-velho, e o assento, com uma caixa de madeira. O freio, o acelerador e o câmbio eram pedaços de madeira improvisados. Maria acompanhava Joanir dirigindo feliz em seus passeios imaginários pelo quintal.

O automobilismo direcionou, por toda a vida, os momentos de lazer de Joanir. Em 1965, assistiu à sua primeira corrida de automóveis, na inauguração da Rodovia do Café, de Apucarana, na região Norte do estado, a Curitiba. Ele foi levado pelos irmãos mais velhos, Tônico e Nildo. Depois, foi algumas vezes ao autódromo de Pinhais, na Região Metropolitana de Curitiba, acompanhar o ronco e a potência dos Simca, automóvel de uma construtora franco-italiana que marcou época no Brasil.

Em 1986, ano que não lhe traz boas lembranças nos negócios,

Fotos: Felipe Rosa



Aliceu: “Ele é impressionante, está sempre à frente”

Wanclei: *“Não faltavam e não faltam motivos para confiar no Joair”*



Adailton: *“Ele consegue maximizar os aspectos positivos das pessoas”*

participou de sua primeira corrida, em São José dos Pinhais, em uma pista de terra, dirigindo um Dodge comprado em Londrina. Joanir ri, largo, da experiência: “Saí da pista voando por cima do barranco, caí dentro de um box, mas dei sequência à corrida sem perder a posição. Apareci até na televisão, no Esporte Espectacular da Globo”.

Campeão paranaense, campeão interestadual de automobilismo até 1992 e colecionador de veículos preciosos, entre modelos antigos e modernos, que guarda em sua casa, voltou às pistas para acompanhar seu filho, Ricardo Zonta, também apaixonado pela velocidade, que chegou à Fórmula 1 e nela permaneceu por um bom tempo, inclusive morando dez anos no Principado de Mônaco. Joanir foi um grande incentivador e entusiasta torcedor de Ricardo. O automobilismo também trouxe lições para Joanir: “O tempo é a coisa mais preciosa que a gente tem na vida. Um segundo é uma eternidade, é preciso valorizar o tempo”. Porém, ele pondera: “Precisamos ser assertivos, pois a direção é tão importante quanto a velocidade”.

Se a experiência no automobilismo lhe provoca até gargalhadas, as decisões políticas e econômicas tomadas durante o governo de José Sarney na Presidência da República conseguiram obstruir sua alegria. “O ano de 1986 foi o pior em meus 40 anos de Condor. Paramos no tempo. Foi um ano que durou até 1989, com acúmulo de problemas e desestímulo”.

As recordações daquele ano não são agradáveis, de forma geral, ao país, que pediu moratória, não pagou empréstimos no exterior e arranhou de forma comprometedor a sua imagem no mercado internacional. O pior para o seu setor, segundo Joanir, foi o Plano Cruzado.

Conforme ele, esse plano, lançado em 28 de fevereiro de 1986, por Sarney e pelo então ministro da Fazenda, Dilson Funaro, dese-



Foto: Assessoria Ricardo Zonta - MSZ Comunicação

Ricardo Zonta: também apaixonado pela velocidade

quilíbrio a economia e as expectativas do país, apesar de no início ter conquistado maciço apoio popular. Afinal, era um plano que prometia acabar com a inflação, com preços tabelados e congelados durante um ano, entre outras medidas.

Joanir recorda, sempre culpando o conjunto de medidas sob o signo do Cruzado pela letargia nos negócios do Condor (que já tinha 800 funcionários) e de grande parte do setor. “Eles falaram que o presidente José Sarney ia apresentar um plano econômico para resolver o problema econômico-financeiro do Brasil. Eu tinha uma televisão na sala do escritório, avisei meu pessoal e ligamos o aparelho às 8 horas. Ele fez seu pronunciamento, e o Funaro falou sobre a parte técnica do plano. Na mesma hora em que Sarney e Funaro falavam, filmaram um gerente de supermercado em Brasília sendo preso porque estava atualizando preços. Isso porque era um congelamento de preços e de salários!”

Ele continua: “Pegou todo mundo de surpresa. Só hoje eu entendo por que, apesar de sempre fazermos pesquisa de preços nos concorrentes, o Jumbo, que na época era do Pão de Açúcar, reajustou todos os preços no supermercado na semana que antecedeu o anúncio do Plano. Daí eu perguntava: por que o Jumbo está fazendo isso? Os preços do Demeterco, do Real, do Lembrasil, dos outros todos estavam normais, e o Jumbo, com os preços lá em cima. Pensei: ele ficou louco, uma coisa absurda, colocou tudo 20% mais caro do que a gente estava vendendo. Depois, entendi: o Abílio Diniz fazia parte do Conselho da Secre-

SE A EXPERIÊNCIA NO AUTOMOBILISMO LHE PROVOCA ATÉ
GARGALHADAS, AS DECISÕES POLÍTICAS E ECONÔMICAS TOMADAS
DURANTE O GOVERNO DE JOSÉ SARNEY NA PRESIDÊNCIA DA
REPÚBLICA CONSEGUIRAM OBSTRUIR SUA ALEGRIA.

taria da Fazenda e recebeu a informação antecipada do que ia acontecer com o Plano”.

Na época, o uso da informática ainda não estava disseminado, e o Condor usava livros de preços que eram mandados para as lojas com os valores corrigidos de acordo com as tabelas da Superintendência Nacional do Abastecimento (Sunab), controlada pelo governo. “Na mesma hora em que estavam anunciando os preços, passavam nas lojas e recolhiam os livros de preços. Se houvesse um probleminha qualquer, levavam o gerente preso. E o pior é que tínhamos que conferir tudo pela imprensa”.

Joanir lembra que durante esse período madrugava na rua Lourenço Pinto, no horário em que a Gazeta do Povo era distribuída. Às 4h30, o jornal era levado às bancas. Joanir comparava os preços publicados e, no escritório, telefonava para todas as lojas, comunicando aos gerentes as mudanças, o que era para ser atualizado etc. Depois que as lojas abriam suas portas, não poderia haver mais mudanças. “E o grande problema é que eles só abaixavam os preços, regulando-os nos supermercados, mas não tabelavam os preços das indústrias. Se elas aumentassem os preços, ficávamos sem margem nenhuma”.

Segundo Joanir, as empresas que mais causaram prejuízos aos seus supermercados na época foram a Nestlé e a Sadia. “Elas encostaram os preços de venda nos preços das tabelas, e eu não tinha como substituir seus produtos por outros. Tive que bancar todo o custo operacional, com prejuízos. Se houvesse como substituir um produto ou tirá-lo de linha, eu o faria. Mas como substituir o Leite Ninho ou o presunto Sadia? Não tem como”.

Joanir conta que manteve vários produtos, apesar dos prejuízos, e que, além disso, várias indústrias colaboravam com os supermercados. “Mesmo assim, terminei 1986 com 20% menos do que comecei. As vendas caíram, as despesas subiram, até porque

aumentou a demanda por mão de obra e reposição de salários (ou se repunha salários ou o pessoal ia para outro segmento). Tive que fazer isso, mesmo estando tudo congelado, para poder pelo menos segurar as chaves da empresa”.

O Plano Cruzado durou exatamente um ano. E fracassou devido às hipóteses equivocadas que permearam sua execução, segundo o economista Marcos Cintra Cavalcanti de Albuquerque. Os equívocos foram, de acordo com ele: “O crescimento da demanda agregada era incompatível com a evolução da oferta; a ideia de que as margens de lucro suportariam bruscas elevações dos salários reais; de que o déficit público havia sido zerado; de que os preços relativos estavam em equilíbrio; de que o congelamento poderia ser definitivo, e, finalmente, de que os superávits da balança comercial eram indestrutíveis”. Albuquerque é professor da Escola de Administração de Empresas de São Paulo e idealizador do imposto único.

Mas o fim do Plano Cruzado não representou o fim dos problemas para o Condor. “No dia 1º de março, já se podia acertar os preços. Fazendo isso, porém, eu consegui comprar produtos de primeira linha. Infelizmente, quando fiz isso, a venda dos outros parou. Só em 1989, consegui resolver o problema de caixa e de estoque”, Lembra Joaquir, explicando: “Quando a empresa encolheu 20%, o estoque que tinha não era de produtos de alto giro e, quando entraram os outros, eu estava com empréstimos bancários muito altos. Foi a fase mais delicada da empresa. Só consegui respirar de novo no início dos anos 1990. Foi o maior desafio em todos esses meus anos de supermercadista, com centenas de funcionários em 14 lojas”.

Apesar da fase delicada da empresa em 1989, a vida naquele ano lhe reservaria uma grande compensação pessoal: começou a perceber seu interesse por Lindacir Tracz, que, com seus 21

O FUTURO DIRETOR ADMINISTRATIVO DO CONDOR ERA
TAMBÉM SEU CONSULTOR EM DECISÕES FINANCEIRAS –
WANCLEI O AJUDAVA A ESCOLHER INVESTIMENTOS MAIS
RENTÁVEIS, MESMO QUE FOSSEM EM OUTROS BANCOS.

anos, trabalhava como recepcionista e telefonista na loja do Condor no Pinheirinho. Anos depois, ao pedi-la em namoro para o pai, o descendente de ucranianos Rômulo Tracz, Joanir foi recebido com um misto de surpresa e repreensão. “O senhor poderia ter quantas mulheres quisesse no mundo”, disse-lhe Rômulo. “Acontece que não quero todas as mulheres do mundo. Quero namorar sua filha”, respondeu-lhe o pretendente. “Não quero saber de minha filha grávida antes de casar, essas coisas...”, emendou Rômulo. “Sei bem como é isso. Também tenho três filhas”. Namoro consentido.

Na economia, haveria outro plano a obstruir maiores perspectivas de desenvolvimento no país. Desta vez, seria o Plano Collor, lançado pelo presidente da República Fernando Collor de Mello em 15 de março de 1990, um dia depois de assumir seu cargo, e sua ministra do Planejamento, Zélia Cardoso de Melo, visando “estabilizar a inflação”.

Em síntese, houve mudança de nomenclatura da moeda (cruzeiro novo substituído por cruzeiro), bloqueio por 18 meses das cadernetas de poupança e de investimentos superiores a Cr\$ 50 mil, pré-fixação de salários, aumento de tarifas, impostos e outros tributos, suspensão de incentivos fiscais garantidos pela Constituição, tabelamento de preços e liberação gradativa. O plano durou até 31 de julho de 1993, quando Collor, que sofreu *impeachment*, já não estava mais no cargo.

Para atravessar esses anos de dificuldades, foram importantes o conhecimento de mercado financeiro e a ajuda de Wanclei

Benedito Said. “Como foi pegando confiança em mim, o Joanir ligava sempre. Por exemplo: ele tinha investimentos no Bamerindus e em outros bancos. Quando eu sabia de problemas em outras instituições, ligava para ele e avisava: Tire o dinheiro de tal lugar. Ele se antecipava e não perdia dinheiro,” diz Wanclei.

O futuro diretor administrativo do Condor era também seu consultor em decisões financeiras – Wanclei o ajudava a escolher investimentos mais rentáveis, mesmo que fossem em outros bancos. Wanclei justifica: “Como ele era meu cliente, não queria perdê-lo. Na época, financiávamos tributos, INSS, tudo. Então, juntávamos tudo em um pacote e fazíamos um custo bem menor para o Joanir, que também sempre procurava negociar nas melhores condições”.

Apesar dos desacertos na cadeia econômica brasileira, as décadas de 1980 a 90 acrescentaram novos números aos perfis do Paraná e de Curitiba, que, com 1,2 milhão de habitantes, definitivamente era outra cidade, inclusive sob o ponto de vista do consumo, com ares, hábitos e costumes de metrópole. A Região Metropolitana de Curitiba, criada em 8 de junho de 1973, acelerava, depois de 27 anos, o processo de conurbação.

Os empregos formais, que somavam 427.187 em Curitiba em 1985, chegariam, cinco anos depois, a 498.369 postos de trabalho. Na Região Metropolitana, eles passaram, respectivamente, de 496.435 para 587.124 no mesmo período. No Paraná, cuja população era de 8.448.713 pessoas em 1990, os empregos formais evoluíram de 1.101.051 para 1.289.422.

A renda média era de R\$ 340,39 em todo o Paraná, de R\$ 544,19 na Região Metropolitana e de R\$ 681,42 em Curitiba, onde, na época, estavam instaladas oito lojas do Condor. O aumento da frota de veículos é outro indicativo da transformação do perfil paranaense. Em 1990, 1.475.391 deles rodavam pelo Paraná, sendo 482.036 na Região Metropolitana da capital paranaense e 439.743 pelas

ruas de Curitiba, onde viviam 1.024.980 pessoas, com espaços cada vez mais disputados pelos veículos.

Ao final do que chamou de “anos perdidos”, Joanir resolveu expandir seu número de lojas, construindo em 1990 o Super Condor Ahu, na Avenida Anita Garibaldi. O proprietário da rede preconizava, 16 anos antes, o que lhe seria recomendado enfaticamente por Wanclei: o aumento do número de lojas como forma de sobrevivência e ocupação de espaço significativo no mercado.

No ano seguinte, abriu a primeira das cinco lojas mantidas atualmente em Ponta Grossa, na Avenida Vicente Machado, talvez pela intuição de que a cidade sediará, 24 anos depois, o segundo maior polo industrial do Paraná fora da Região Metropolitana de Curitiba. A loja foi adquirida da família Tullmann, que transformara um armazém em supermercado em Ponta Grossa na década de 1950, depois de “copiar” o modelo em São Paulo. Os Tullmann foram pioneiros no Paraná com esse modelo de loja, depois implantado em Curitiba pela empresa Demeterco Cia. Ltda.

A história dos supermercados no Brasil começou em 1952, com Fernando Vaz Pacheco do Canto e Castro Filho, que fundou em São Paulo o Supermercado Sirva-se. Castro Filho também foi fundador da Associação Paulista de Supermercados e da Associação Brasileira de Supermercados. Em 1953, abriu, também na capital paulista, os Supermercados Peg-Pag. No mesmo ano, foi inaugurado o Supermercado Americano, na rua 13 de Maio, em São Paulo. Em 1965, houve a incorporação da rede Sirva-se pelo Pão de Açúcar, que havia aberto em 1959 o primeiro supermercado da rede de docerias Pão de Açúcar, que era do português Valentin dos Santos Diniz, pai do empresário Abílio Diniz.

O modelo de supermercado demorou para se espalhar pelo país. Tanto que, no início da década de 1960, eles não passavam de vinte lojas, a maioria concentrada em São Paulo.



*Na inauguração da loja no Abu, Joanir,
ao lado de sua mãe, Faustina, e de seu pai, João*



*O terreno no bairro da Nova Rússia, em Ponta Grossa, onde foi
construída uma loja de 4 mil metros quadrados de área de vendas*

NA HISTÓRIA DA PRIMEIRA LOJA CONDOR EM PONTA GROSSA,
HÁ UM FATO CURIOSO: FOI MANTIDO O SEU GERENTE, GERALDO
MAICHAKI, QUE COMEÇARA A TRABALHAR COMO EMPACOTADOR
HAVIA 25 ANOS PARA OS TULMANN.

Na história da primeira loja Condor em Ponta Grossa, que fora também o primeiro supermercado do Paraná, depois comprada dos Tulmann por Joanir, há um fato curioso: foi mantido o seu gerente, Geraldo Maichaki, que começara a trabalhar como empacotador havia 25 anos para os Tulmann. Admitido no Condor no final de 1991, permaneceu na rede Condor até se aposentar, em novembro de 2001.

Hoje, em Ponta Grossa, município com 335 mil habitantes, a 120 quilômetros de Curitiba, que vive um desenvolvimento socioeconômico notável, a primeira loja Condor, que era a que mais faturava em 1991, atualmente é a que menos fatura entre as cinco lojas da rede na cidade.

Ao conservadorismo do passado, presente desde suas raízes históricas em comportadas plantas arquitetônicas do centro urbano e em suas acanhadas ruas próximas à Igreja Matriz, Ponta Grossa responde com o objetivo de consolidar o presente e pavimentar seu futuro como epicentro da região dos Campos Gerais (que reúne 26 municípios, 1,1 milhão de pessoas e 78 mil empreendimentos ativos), que tem investimentos de toda ordem, inclusive do setor supermercadista.

Sem detalhar outros setores da economia, o Distrito Industrial de Ponta Grossa tinha, em 2015, 8 milhões de metros quadrados, 81 indústrias instaladas e 32 em instalação. Além delas, há zonas industriais fora desse perímetro, com outras empresas. Elas somam,

segundo a Prefeitura, 150 indústrias. O potencial de consumo só em Ponta Grossa para 2015 era de R\$ 7,6 bilhões. Joanir tinha, há 24 anos, razão em apostar no município. Tanto que inauguraria ainda em 1994 mais uma loja na cidade: a do bairro Nova Rússia, na Avenida João Manoel Santos Ribas.

Em 1992, Joanir recebeu mais um reforço daqueles que ele considera seus seis funcionários de linha de frente, além dos três filhos: quando Adailton de Souza Santos foi contratado, a rede tinha 13 filiais e 800 funcionários. A primeira loja de Ponta Grossa havia sido inaugurada um mês antes.

O primeiro problema detectado por ele, há 23 anos, é que as pessoas não queriam trabalhar no Condor porque o consideravam “um mercadinho de bairro”. Adailton, hoje diretor contábil-financeiro do grupo, trabalhava como funcionário de um escritório de contabilidade e mereceu a confiança de uma moça que recrutava funcionários para o Recursos Humanos do Condor. “Quando cheguei, vi que tinha inúmeras coisas por fazer, consertar, mas muita perspectiva de futuro, a oportunidade de fazer um trabalho muito bom”.

Se havia problemas, havia uma vantagem: a convivência com Joanir. “Sua principal virtude é que ele conhece bem as pessoas, sabe os pontos fortes e os fracos ao conhecer qualquer um. Ele consegue tirar uma radiografia da pessoa e sabe maximizar seus aspectos positivos”, afirma Adailton.

De acordo com Adailton, Joanir usa essa característica de forma inteligente, sem prejudicar seus interlocutores: “Antes de comprarmos a loja de Santa Cândida, o vendedor veio negociar conosco. Havia uma cadeira enorme na cabeceira da mesa. O Joanir a dispensou e sentou-se em outra, que estava na lateral, da mesma forma que o negociador. Isso impressionou tanto o vendedor que ele fez o negócio com o maior prazer, num valor bem

abaixo do que esperávamos. O Joanir fez uma proposta baixa, e ele aceitou. Seu Joanir ficou até com pena do cara”.

O conceito de “mercadinho de bairro” permeou a vida do Condor e provavelmente seja um dos componentes mais importantes da sua identificação com os consumidores. Isso foi detectado também por Wanclei, quando Joanir o consultou sobre a vinda de “forasteiros” do setor, especialmente empresas multinacionais, para disputar o mercado em Curitiba a partir da compra do Real e do Mercadorama pelo Sonae.

“Fui direto: americano, francês, português, chileno, os estrangeiros, não sabem tocar mercado dentro do Brasil. O consumidor brasileiro é diferente do europeu, do americano, mesmo do argentino. Os supermercados de fora estão acostumados com outro tipo de público. Acabam tendo muita dificuldade por aqui”, comentou Wanclei.

Ter mantido o DNA paranaense foi fundamental, segundo Sandra Mara Zonta Gabardo, diretora de Recursos Humanos desde 2013, e Andréia Zonta, diretora da Gerência de Categoria desde a mesma data, filhas de Joanir.

Elas identificaram o resultado benéfico desse conceito na sua infância. “Desde pequenas, corríamos as lojas com ele, andávamos junto, e era fácil perceber isso. O pai tinha uma proximidade muito grande com as pessoas, fornecedores, gerentes, frequentadores das lojas, ele praticamente criava uma família a seu redor”, diz Sandra, que desde 1997 trabalha no Centro Administrativo do Condor.

O CONCEITO DE “MERCADINHO DE BAIRRO” PERMEOU A VIDA DO CONDOR E PROVAVELMENTE SEJA UM DOS COMPONENTES MAIS IMPORTANTES DA SUA IDENTIFICAÇÃO COM OS CONSUMIDORES.

Esse e outros fatores consolidaram a presença do Condor no mercado paranaense, com uma participação de 22% em 2014. Para isso, segundo Adailton, foram fundamentais “três coisas que o Joanir sempre controlou: faturamento, margem de lucro e despesa”. A margem bruta de lucro do Condor gira atualmente em torno de 16%, e o grupo paga 23 mil boletos por mês, informa Adailton.

O Brasil, depois de um ciclo de 60 anos de convívio com o fantasma inflacionário, teria a partir do biênio 1993-94 novas perspectivas para seu desenvolvimento socioeconômico. A inflação antes devorava iniciativas, com números hoje tidos como “inacreditáveis”. O balão inflacionário chegou a estratosféricos 171.616.718.975.800% no acumulado de 1974 a 1994, conforme a Fundação Getúlio Vargas. Ou a média anual de 309%.

Mesmo assim, na década de 1990, o Condor continuou a inaugurar lojas. Foram oito novas, três delas em Curitiba, duas em Ponta Grossa e três em outras cidades: Maringá, Guarapuava e Paranaguá.

Maringá, no Noroeste do estado, é um exemplo emblemático da tentativa de esticar a malha da rede Condor e ocupar espaços, mesmo estando a 430 quilômetros de Curitiba. Em 1995, Joanir, que sempre fazia questão da companhia de Aliceu para realizar negócios, depois de analisarem prós e contras, comprou uma loja do Mercado Musamar naquela cidade.

Terceiro município mais populoso do estado, com cerca de 250 mil habitantes naquele ano (1995) e entroncamento de acesso a várias regiões, inclusive para os estados do Mato Grosso e de São Paulo, mas distante da logística de distribuição do Condor, Maringá “representou um desafio”, garante Aliceu.

Para ele, a compra do primeiro supermercado naquela cidade “foi muito no impulso”. Ele conta: “Em um sábado, depois de me

procurar a manhã inteira, o Joanir me encontrou. Disse que precisava conversar. Fui falar com ele na casa de seu pai, seu João. Explicou suas intenções, e eu disse que poderíamos ir na segunda para Maringá ver se era um bom negócio. Mas ele argumentou: ‘E se o Pedro Muffato chegar antes e comprar?’”.

Joanir pegou um voo até Londrina, e de lá um amigo o levou de carro até Maringá. Aliceu lembra que foi com um carro do patrão, um Alfa Romeo 64, pois não havia voos de volta, e Joanir pretendia regressar no domingo, porque era Dia dos Pais e ele queria ficar com João. Aliceu chegou a Maringá quase no fim do dia. “Ele estava conversando com os donos do mercado, Paulo e Jorge, discutindo detalhes. Andamos pela loja, vimos tudo, e, meia hora depois, Joanir apertou as mãos dos antigos donos, com o negócio feito. Ele é impressionante, faz contas de cabeça, está sempre à frente”, elogia Aliceu.

Na segunda-feira, Joanir foi a Maringá assinar os documentos e, na terça, Aliceu foi avaliar prédio, patrimônio, demanda de pessoal, estoque (que ficou com a antiga empresa) etc.

“De 1990 até 1997, a gente abriu e substituiu loja. Por exemplo: se tínhamos uma loja pequena em alguma localidade em prédio alugado, comprávamos o terreno, construíamos uma loja nova e a estruturávamos. Chegamos em 1997 com 20 lojas”, conta Joanir.

Nesse período, Jefferson Fidélis de Oliveira, admitido como gerente comercial em 1º de abril de 1996, foi de extrema importância para a empresa. “Ele estava para decidir entre trabalhar no Sonae, que já tinha se associado ao Real, ou no Condor. Tinha trabalhado bastante tempo no Pão de Açúcar, era uma pessoa dinâmica e foi responsável pela implantação do modelo de nossos hipermercados. Ficou conosco até falecer, como diretor comercial, em outubro de 2009”, conta Joanir.

UM PERÍODO DE PAIXÃO E TEMPOS DOURADOS NO PAÍS

JOANIR, EMBORA NÃO APARENTE E NEM FAÇA DE SUA SABEDORIA E INTUIÇÃO QUALIFICAÇÕES PARA ALMEJAR CARGOS POLÍTICOS, “SABE DAS COISAS, É BEM INFORMADO, NÃO CONSEGUIU O QUE CONSEGUIU À TOA, TEM VISÃO DE 360^º” (ANDRÉIA, SUA FILHA).



Foto: Acervo da família Zonta

Ter mantido o DNA paranaense foi fundamental para o Condor

EM 1996, HOUVE outro fato marcante na trajetória pessoal de Joanir. Lindacir, companheira a quem ele chama carinhosamente de “Linda”, foi morar com ele, após a morte de Faustina, mãe de Joanir. Três anos depois, ela acrescentaria Zonta em seu nome, com o casamento no civil. “Não houve viagens, nada, continuamos a trabalhar normalmente”, diz Lindacir. Ela continua trabalhando no Setor de Cadastro e Preços da empresa.

Para ele, há uma divisão cristalina na política, na economia e no desenvolvimento brasileiro na década de 1990, com o advento do Plano Real, a 1º de julho de 1994. “Foi o melhor período para os supermercados. Quando Fernando Henrique Cardoso era ministro da Economia do presidente Itamar Franco, criou um plano que todo mundo entendeu, não deu choque nenhum na economia, e a inflação baixou naturalmente. O Fernando Henrique foi muito feliz com o plano que fez”, avalia.

O Plano Real veio acompanhado de mais mudanças em meados dos anos 1990: abertura comercial, desestatização de setores não estratégicos, regulamentação das concessões dos serviços públicos, flexibilização dos monopólios e Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF), entre outras.

Joanir, que, embora não aparente e nem faça de sua sabedoria e intuição qualificações para almejar cargos políticos, “sabe das coisas, é bem informado, não conseguiu o que conseguiu à toa, tem visão de 360º” (conforme sua filha Andréia), percebeu que o Plano Real teve princípio e meio acalentadores e fim precoce a partir dos anos 2000, por falta de continuidade. “Ele foi perfeito no começo e até ao meio. Quando Fernando Henrique Cardoso entregou o governo, a inflação estava em um bom patamar. Era um plano para não ter fim. Só que parou, não deram prosseguimento”.

No plano de seus negócios, Joanir viu a chegada de novos con-

correntes no Paraná em 1997. O grupo português Sonae comprou o Mercadorama, após associar-se, em 1995, aos Supermercados Real, rede criada em Pelotas (RS) e controlada pelo grupo Joaquim Oliveira. Dois anos depois, o Sonae comprou 100% do Real. A empresa Supermercados Real chegou a ter 21 lojas no Paraná, e o Sonae se fortaleceu com a compra do Mercadorama, então a maior empresa de supermercados em território paranaense.

A venda do Mercadorama foi cercada de mistério. Joanir historia: “Nós soubemos porque tínhamos um funcionário antigo na empresa cuja esposa era secretária do Rui Demeterco, dono do Mercadorama. O Rui a chamou para trabalhar no sábado. Ele estava encaixotando todas as coisas do seu escritório. E ela perguntou: ‘O que o senhor vai fazer, Dr. Rui?’”

Joanir prossegue: “A empresa já tinha sido vendida, mas eles negaram até na hora de entregar. Fizeram isso na segunda-feira, mas até o sábado ninguém sabia nada. Saiu o boato de que estavam vendendo, mas não confirmaram em momento algum”.

A sanha do Sonae não estava saciada: comprou também o Mufatão, em Cascavel, quinto município mais populoso do Paraná, no Oeste do estado. Ficou também com o Coletão, que tinha loja em Curitiba, e começou a abrir lojas novas, além de outras com a bandeira BIG.

Em 1996, Joanir havia solicitado a Adailton uma avaliação geral da empresa. Depois de vários estudos, o então contador chegou a um valor mínimo para a venda do Condor: R\$ 40 milhões. “O Sonae entrou comprando, reformando, modernizando as lojas do Demeterco, do Coletão, do Mufatão etc. Fez um investimento extraordinário, e vi que ia ficar difícil. Estava uma movimentação no Brasil inteiro, transações, multinacionais comprando empresas nacionais etc. Eles tinham me procurado, diversos bancos me procuraram. A oferta que eles fizeram era boa, mas o supermercado

é o meu negócio, a minha vida. Eu estava numa encruzilhada”, lembra Joanir.

Segundo ele, a análise do setor supermercadista era a de que poderia acontecer no Brasil o mesmo que na Inglaterra: três empresas controlam 90% do mercado britânico. “Os bancos davam muita cobertura para as multinacionais. Era um momento delicado. Mas eu pensava: se conseguir me manter no mercado, melhorar as lojas, abrir lojas maiores, vou conseguir superar esta fase”.

A venda do Mercadorama para o Sonae foi, de certa forma, mais um aprendizado para o menino que cresceu no Umbará: a necessidade de ter credibilidade para fidelizar sua clientela.

Quando teve certeza da negociação do supermercado concorrente, Joanir convocou uma reunião para as primeiras horas da manhã de segunda-feira. Na oportunidade, conversou inclusive com Wanclei, que ainda não trabalhava na empresa, mas era um consultor para decisões econômicas e financeiras. “Chamei os responsáveis pelas lojas, os compradores, os mais próximos, e disse: Não existe nenhuma loja nossa perto do Mercadorama. Por quê? Porque o curitibano tem uma fidelidade extrema com essa marca’. O cliente não largava por nada do Mercadorama, em cujo faturamento ninguém conseguia mexer”.

E prossegue: “Eu disse na reunião: vamos analisar um pouco. Desde 1995, o Sonae está com o Joaquim de Oliveira como sócio, com os supermercados Real. E o que aconteceu com o Real durante esse período? Continuou o mesmo ou piorou. O que temos que nos perguntar é: o Real vai se transformar em Mercadorama ou o Mercadorama vai se transformar em Real? Pelo que a gente viu do tempo do Sonae com o Joaquim de Oliveira, era mais fácil o Mercadorama virar Real do que o contrário. Era a isso que nós tínhamos que ficar atentos”.

O resultado da transação, segundo Joanir, não foi um mar de

rosas nem para os novos proprietários, nem para os antigos fornecedores do Mercadorama: “Os portugueses se perderam, cortaram linhas de produtos, diminuíram o atendimento, pararam de comprar os produtos regionais etc. Na época, inclusive, muitas empresas da região quebraram, porque só forneciam para o Mercadorama, que era seu cliente único. A prioridade era da família Demeterco. Nós procurávamos esses fornecedores para comprar, e eles se negavam: ‘Só fornecemos para o Demeterco’, respondiam. Eles eram francos. Só que, na hora em que tudo mudou, não adiantava mais eles oferecerem, não queríamos mais. Eles quebraram por causa disto, não forneciam para nenhum outro supermercado”.

Uma das primeiras decisões “negativas” do Sonae, comenta Joanir, foi parar de comprar no mercado regional. As compras ficaram centralizadas em Porto Alegre, e de lá os produtos eram redistribuídos. Mas o mais significativo, pela ótica de Joanir, foi a perda da expressiva fidelidade da clientela.

“O Demeterco era uma família tradicional, com uma empresa que começou em 1955. Seus clientes tinham fidelidade em relação à marca, ao atendimento, às linhas de produtos. O cliente pedia um produto, e o Demeterco ia atrás, existia uma aproximação muito grande. No centro de Curitiba, eles dominavam, não havia espaço para mais ninguém”.

A VENDA DO MERCADORAMA PARA O SONAE FOI, DE CERTA FORMA, MAIS UM APRENDIZADO PARA O MENINO QUE CRESCERU NO UMBARÁ: A NECESSIDADE DE CREDIBILIDADE PARA FIDELIZAR SUA CLIENTELA.

Ao longo da vida, Joanir, de acordo com seus filhos Sandra, Andréia e Ricardo, nunca foi inflexível, ouvia a todos, mas suas decisões não admitiam discussões. “Ele nunca bateu em nenhum de nós. Mas sempre exigiu que fosse do jeito que ele queria. Quando falava uma coisa, era para seguir”, afirma Andréia. O parecer é endossado pela diretora de Marketing do Condor, Elaine Munhoz. “Em qualquer campanha, ele reúne todos os diretores, ouve um por um e, ao final, dá sua opinião. O rumo da decisão de todos segue aquilo que ele decidir”.

A decisão de Joanir, em 1998, foi continuar modernizando as lojas e inovando a gestão. Wanclei, que já trabalhava informalmente como consultor daquele que se tornara seu amigo, foi “intimado” em 2000 a trabalhar no Condor. Ele se aposentara no HSBC, mas se preparava para ser diretor em outra instituição financeira, quando Joanir fez o convite, sem direito a recusa: “Ele virou o computador para mim e mostrou o organograma: ‘Olha o que decidi na empresa – eu sou o presidente, você fica como diretor e cuidará da área administrativa, financeira e jurídica, e o Jefferson será diretor comercial e de marketing’”. Wanclei lembra detalhes do diálogo: “Falei: ‘Não conheço nada de supermercado, de comércio, tem certeza do que está querendo fazer?’ Ele respondeu: ‘Tenho. Você aceita o desafio?’”

Na época, 1,6 mil funcionários trabalhavam nas 16 lojas do Condor. Wanclei afirma que nem se preocupou com o salário que ganharia, embora Joanir lhe dissesse que seria igual ao de Jefferson, mas queria saber quais as próximas metas da rede. Crescer ou ficar do mesmo tamanho?

Joanir tinha a resposta na ponta da língua: “Vamos crescer. Mas para isso precisamos de dinheiro. Eu tinha duas alternativas: ou arrumava um sócio com dinheiro ou pegava financiamento. Optei pela segunda opção”. Seu interlocutor também

A DECISÃO DE JOANIR, EM 1998, FOI CONTINUAR
MODERNIZANDO AS LOJAS E INOVANDO A GESTÃO.

foi rápido: “A primeira coisa que nós vamos fazer é visitar o BNDES”. O secretário de Estado de Indústria e Comércio na época, José Carlos Gomes de Carvalho, ajudou nas operações de crédito junto ao BNDES.

Com o caixa preparado, a maior expansão das lojas começou em 2000 por Londrina, a 380 quilômetros da capital paranaense, segunda cidade mais populosa do estado e quarta do Sul do país, com 447.065 habitantes naquele ano. Na época, a população economicamente ativa do município somava 231 mil pessoas, em meio ao segundo maior aglomerado urbano do Paraná.

Em Londrina, houve um episódio curioso: como o imóvel para a construção da loja, ao lado do Estádio Vitorino Gonçalves Dias, às margens da Avenida Leste-Oeste, foi adquirido da Cerâmica Mortari, a família proprietária exigia que fosse mantido o portal do antigo prédio. Após negociações, das quais participou inclusive o Instituto de Patrimônio Histórico, o portal foi mantido, mesmo com a construção da loja.

Naquela cidade, o Condor implantou seu primeiro hipermercado, modelo que, segundo Joanir, foi proposto por Jefferson Fidélis de Oliveira. E ampliou seu cardápio de produtos, iniciando a venda de eletrodomésticos. As lojas que havia em Ponta Grossa (bairro Nova Rússia) e São José dos Pinhais foram adaptadas para esse modelo no ano seguinte. A loja do Nova Rússia, em Ponta Grossa, “foi um recorde para a época, com 4 mil metros quadrados de área de venda”, frisa Aliceu.

Também em 2000, quando o Paraná atingiu 9,5 milhões de ha-

*Em Londrina, o primeiro hipermercado da rede,
modelo proposto por Jefferson Fidélis de Oliveira*





Foto: Marcelo Miranda

UM PARANAENSE - JOAQUIM ZONTA

EM 2001, O CONDOR LANÇOU SEU CARTÃO DE CRÉDITO, QUE PODERIA SER USADO NAS 19 LOJAS DA REDE, CONSIDERADO UMA BOA OPÇÃO DE PAGAMENTO PARA A CLIENTELA.

bitantes e Curitiba, 1.587.315, Joanir assumiu a presidência da Associação Paranaense de Supermercados (Apras).

Os fatos aparentemente têm coincidência nas quatro décadas de história do Condor: em 2001, quando houve a readequação de lojas e a implantação de hipermercados Condor também em Ponta Grossa e em São José dos Pinhais, registrou-se algo interessante: os produtos nacionais foram os grandes campeões de vendas no Natal. A alta do dólar, de mais de 40% sobre o real, tornou os produtos brasileiros mais competitivos, e os supermercados reduziram a compra de importados entre 15% e 40%. Em 2015, apesar do movimento semelhante na economia, cerca de 3 mil produtos importados (dos 25 mil à disposição nas gôndolas) são revendidos pela rede Condor; 50% são importados pela própria empresa, e os outros, por intermediários. Do total de produtos, 70% vêm da China, e o restante dos países do Mercosul e da Europa.

Também em 2001, o Condor lançou seu cartão de crédito, que poderia ser usado nas 19 lojas da rede, considerado uma boa opção de pagamento para a clientela, que teria um prazo de 40 dias para compras sem juros ou parcelamento em até 12 meses.

No final de 2001, de forma ainda um pouco tímida, o Condor inovou, ao expor em suas lojas gôndolas com produtos fabricados por pequenos agricultores ligados ao programa Fábrica do Agricultor, estimulado pela Secretaria de Estado da Agricultura.

Em 2015, de acordo com Adailton, os cartões de crédito e débito e os *tickets* respondem por 70% do que é faturado nas lojas do Condor.

Em 2002, assume um novo presidente no país, Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Segundo economistas, embora mantivesse, na primeira quadra de anos, alguns fundamentos da política econômica praticada por seu antecessor, Fernando Henrique Cardoso, Lula foi desleixando-se do tripé de estabilização adotado desde 1999 – que tinha câmbio flutuante, superávits fiscais primários e metas de inflação – e o real começaria a ter prenúncios de declínio no início do seu primeiro mandato e de corrosão ao final do segundo.

Em 2002, depois de cansativa negociação com a Prefeitura de Curitiba e, ao final, com a intervenção positiva do então prefeito, Cassio Taniguchi, o Condor inaugurou seu quarto hipermercado, o primeiro na capital paranaense, o Hiper Condor Nilo Peçanha, com 28 mil metros quadrados de área construída e 6,4 mil metros quadrados de área de venda, onde trabalham 480 funcionários.

Em 2003, o Condor inaugurou uma loja em Araucária, município em forte crescimento na década, estimulado especialmente pela localização da Refinaria Getúlio Vargas, a quinta maior do país, inaugurada em 1977 e responsável por 12% da produção nacional de derivados de petróleo. Araucária, nove anos depois de ver a inauguração da primeira loja na cidade, tinha a terceira maior população do estado, com 120 mil pessoas.

Preocupado com faturamento, Joanir perguntou a Wanclei, em 2003, como enfrentar a realidade de concorrência, abertura de novas lojas, oscilações de mercado etc. “Eu falei: ‘Se tivermos

**EM 2003, O CONDOR INAUGUROU LOJA EM ARAUCÁRIA,
MUNICÍPIO EM FORTE CRESCIMENTO NA DÉCADA, ESTIMULADO
ESPECIALMENTE PELA LOCALIZAÇÃO DA REFINARIA GETÚLIO VARGAS.**

quatro grandes lojas, que vendam bastante, teremos capital de giro suficiente para isso. Já tínhamos essas lojas – Londrina e Nilo Peçanha e mais duas sendo construídas, nos bairros Champagnat e Santa Cândida. Temos sempre uma reserva muito boa de suporte”.

A estratégia, segundo Joanir, estava moldada: crescer. “Se a cidade vai crescendo para uma região onde há dois supermercados, um deles nosso, os concorrentes sabem que se colocarem outra loja tirarão nossos potenciais clientes. Se não ampliarmos o número de lojas na região, um terceiro irá para lá. Mas se abriremos outra, tiro clientes de quem já está lá e do outro que viria”.

É isso, em síntese, que o Condor vem fazendo ao longo de sua existência, baseado em pesquisas mercadológicas, faixas de público, potencial de consumo, metas, objetivos etc. Definida por Joanir como “pé no acelerador”, a política de ocupação de espaços e mercado é a bússola do Condor até hoje.

Em 2004, dois hipermercados foram inaugurados nos bairros Champagnat e Santa Cândida, e foi aberta uma loja no bairro Sítio Cercado, na capital paranaense. No Santa Cândida, um dos mais populosos de Curitiba, com cerca de 30 mil pessoas, o Condor abriu sua 22ª loja, empregando 372 funcionários, com 34 *checkouts*, com investimentos de R\$ 9 milhões em estoque e equipamentos. A loja fica no extremo norte do maior eixo de transporte de Curitiba.

Havia motivos de sobra para essa estratégia da empresa. Segundo a Associação Paranaense de Supermercados (Apras), havia 2.560 lojas de supermercados no estado no início de 2005. Uma média de um supermercado para cada quatro mil habitantes, configurando o segundo estado mais competitivo do país no setor.

Em 2004, o Condor evoluíra da 17ª para a 12ª posição no ranking nacional da Associação Brasileira de Supermercados (Abras),

sendo o quinto da região Sul do país e líder no mercado paranaense. Naquele ano, a rede faturou R\$ 230 milhões, cerca de 27% a mais do que em 2003. Em 2005, o Condor iniciou a expansão da sua Central de Distribuição, que ao seu término, em 2006, ficaria com 28 mil metros quadrados.

Em 18 de fevereiro de 2005, aumentou a venda de produtos de agricultores familiares em sua loja de Londrina, com a participação de 80 produtores de 19 municípios da região. Dez anos depois, a rede mantém a Gôndola do Agricultor, que tem o objetivo de oferecer oportunidades para que a pequena agroindústria possa competir com as grandes marcas. “Como o Condor é paranaense e também começou pequeno, sabemos da importância de incentivar o que é produzido em nosso estado e de dar oportunidades para que o agronegócio familiar consiga se fortalecer e crescer”, explica Wanclei.

Para facilitar o atendimento ao Condor, as empresas do programa criaram a Associação da Agroindústria Familiar do Paraná (Asipar), que contava em 2015 com 15 fornecedores e possuía cerca de 300 itens nas gôndolas da rede.

Em 4 de março de 2005, o Condor mais uma vez inovou, ao inaugurar sua 23ª loja, em Paranaguá, no bairro Raia, o maior hipermercado do Litoral, com algo inédito inclusive para a rede: duas salas de cinema da rede Cinesystem instaladas dentro da loja, com capacidade para 200 pessoas. Com investimentos de R\$ 20 milhões, o sétimo hipermercado do Condor teve 60% dos custos das obras e das instalações financiados pelo BNDES, com 20 mil metros quadrados de área construída, 4,7 mil metros quadrados de área de venda e 30 *checkouts*. O município, considerado “o berço da civilização paranaense”, tinha, em 2005, 150 mil habitantes, e 15 anos antes assistira fechar a última sala de cinema da cidade.

Central de Distribuição: ampliação terminada em 2010, com 45 mil metros quadrados





Foto: Marcelo Miranda

UM PARANAENSE - JOANIR ZONTA

“PRECISAMOS TER MELHORES INSTALAÇÕES, MELHORES PRODUTOS, TREINAMENTO PARA FUNCIONÁRIOS E PREOCUPAÇÃO CONSTANTE COM MODERNIZAÇÃO”.

Em abril de 2005, o nome de Joanir Zonta foi sondado para integrar a administração do governador reeleito no Paraná, Roberto Requião, como secretário de Indústria e Comércio. Porém, “a abelha da política” não o picou, e ele preferiu continuar como empresário.

Aquele ano foi um marco na disputa pela liderança do setor supermercadista no Paraná, que continua entre as redes Muffato e Condor, apesar da invasão das multinacionais nos anos 1990. Essa concorrência continuaria com outras nuances em dezembro de 2005, com a compra pela rede norte-americana Wal-Mart de 140 lojas do grupo português Sonae na região Sul do país. Para o proprietário do Condor, o fundamental era o diferencial para enfrentar essa concorrência. “Sempre tivemos consciência disto. Optamos por ser especializados no atendimento e pela qualidade dos serviços e produtos”.

Em setembro daquele ano, Joanir recebeu o título de Cidadão Benemérito do Paraná, em proposição da então deputada estadual Cida Borghetti. É uma entre as dezenas de honrarias, títulos (Vulto Emérito de Curitiba, 2003; Cidadão Honorário de Ponta Grossa, 2004; Comendador do Comércio-Câmara de Dirigentes Lojistas, 2004; Cidadão Honorário da Lapa, 2006; Cidadão Honorário de Paranaguá, 2006; Comenda Barão do Serro Azul – Associação Comercial do Paraná, 2007; Gente que faz de verdade/Destaque Empresarial – ONG Central de Movimentos Sociais, 2007; Personalidade Aecic, 2010; Troféu Personalidade do Ano –

Troféu Francisco da Cunha Pereira, ADVB – PR, 2014), prêmios e troféus, junto a miniaturas de carros da Fórmula 1 e de lembranças do automobilismo, que Joanir exhibe em seu escritório no Centro Administrativo do Condor.

Um deles é o de “Guerreiro do Comércio”, que recebeu do Sistema Fecomércio Sesc Senac Paraná. “Apenas um verdadeiro guerreiro, com letras maiúsculas, seria capaz de construir uma instituição que se tornou a marca mais lembrada pelos consumidores do estado mesmo disputando mercado com concorrentes de porte internacional”, justificou o presidente do Sistema Fecomércio, Darci Piana.

A maioria das compras (65%) era feita pelos brasileiros nos supermercados em 2005, porcentual em decadência se comparado com números de 1998, quando 73% das famílias compravam nesses locais. Os dados, da Pesquisa Domiciliar da América Latina, revelavam a busca do consumidor pelo mercado de varejo e preocuparam o setor supermercadista no Paraná.

Não só esses dados, mas também a constatação de que o gasto para atrair um novo cliente equivale de cinco a dez vezes o custo para mantê-lo, devem orientar, segundo especialistas, as ações do setor, ampliando o valor da importância do atendimento como diferencial na hora da fidelização. “Por isso, precisamos ter melhores instalações, melhores produtos, treinamento para funcionários e preocupação constante com modernização”, comenta Joanir.

Oscilações na economia, turbulências inesperadas, planos mirabolantes, instabilidade, labaredas inflacionárias, impostos, confiscos, concorrências nacionais e multinacionais, fusões, vendas, mudanças em legislações, marketing, investimentos... esses foram desafios sempre à mesa, com dez cadeiras à sua volta, esmiuçados pela diretoria do Condor, com Joanir conduzindo as reuniões ao longo das décadas.

É um costume antigo: ele sempre discutiu os negócios com interlocutores próximos. Desde seu pai, João, aos seus irmãos Tônico, Nildo e Maria, depois seus ex-diretores Peter e Jefferson, seus diretores atuais Aliceu, Wanclei, Adailton, Gilberto, Vladimir e Elaine, seus filhos, Sandra, Ricardo e Andréia, Joanir ouve a todos. E decide.

Nas reuniões com diretores ou com fornecedores, a opinião que mais pesa é a dele. “Quando ele começa com ‘veja bem’, vai expor o rumo da decisão a ser tomada. Ouve a todos e depois decide”, comenta Elaine Munhoz, há três anos diretora de Marketing do grupo.

Ela dá um exemplo claro do peso da decisão de Joanir: “Depois de discutirmos intensamente as opções de uma campanha de marketing, sobraram sete. Dos presentes, sete pessoas escolheram a opção 1, e outras duas, a opção 2. Ele falou rapidamente sobre a opção 3. Na avaliação geral, a 3 foi aprovada”. Para Andréia Zonta, “a liderança dele está no sangue. Discute qualquer assunto, tem visão de mundo, tanto econômica como política”.

Os oito diretores, além de Ricardo, vice-presidente, e suas filhas, sentem essa liderança nas decisões, das mais simples às mais complexas, no dia a dia da empresa. Seja Elaine ou Aliceu ou qualquer outro diretor, todos o consultam para qualquer negócio a ser realizado. “A palavra final é a do senhor Joanir”, explica Aliceu.

O filho Ricardo Zonta declara: “O que importa é que meu pai faz isso com extrema dedicação e humildade. É uma lição para todos nós”. Em 2006, ainda como piloto da Fórmula 1, na qual ficou por oito anos, Ricardo demonstrou que o aprendizado com o pai foi efetivo. Ele tinha ido comprar itens alimentícios em um dos hipermercados da família, no Champagnat, em Curitiba. Quan-

do foi pagar, os caixas estavam todos com filas. Um gerente da loja, ao vê-lo, pediu que abrissem um caixa extra para atendê-lo. Mas foi impedido por Ricardo, que esperou sua vez na fila e pagou tudo à vista.

Em 2006, as lojas do Pinheirinho e São Braz foram transformadas em hipermercados, e foi aberta uma loja no Cristo Rei. Além disso, foi terminada a ampliação da Central de Distribuição, que ficou com 28 mil metros quadrados. Naquele ano, com 24 lojas no estado, a rede, ao faturar R\$ 819 milhões, ficou na 13ª posição no *ranking* da Associação Brasileira de Supermercados (Abbras). Todo o setor registrou um faturamento de R\$ 124,1 bilhões, com liderança nacional do grupo francês Carrefour, com R\$ 12,9 bilhões faturados. “Percebíamos a cada ano que, se quiséssemos competir em pé de igualdade com as grandes redes, nossa melhora e crescimento deveriam ser constantes”, lembra Joanir.

Conforme Wanclei, eram necessárias decisões rápidas em todos os setores. Segundo ele, o percentual de desemprego em 2006 era de 12% no Paraná. O pleno emprego foi se tornando realidade nos anos seguintes, agravando a falta de mão de obra no setor, até que em 2009 a empresa tomou uma providência: “Enquanto outras redes se debatiam com o problema, fomos buscar funcionários em outros municípios próximos – Antonina, Morretes, Lapa, Contenda, Cerro Azul e Paranaguá. Nosso serviço de atendimento permaneceu no mesmo nível. O investimento foi alto, mas nesse período conseguimos crescer mais do que os outros na região”.

Foto: Felipe Rosa



José Gilberto: “O Joanir tem uma visão do todo em prol do cliente”

Elaine: “Vendemos qualidade de vida”



Foto: Rica Lima



Foto: Felipe Rosa

Vladimir: “Ele foi ousado inclusive na implantação da informática”

O COMPROMISSO SOCIAL É UM INGREDIENTE
IMPORTANTE NA RECEITA DE CRESCIMENTO E DE
APROXIMAÇÃO DO CONDOR COM A COMUNIDADE.

Para ele, a agilidade no atendimento à clientela é um diferencial importante: “Quando se tem gente suficiente, a reposição é rápida, não há ruptura, o serviço é rápido. Em um supermercado, pode-se ter cinco pessoas atendendo bem mil pessoas. Mas é melhor ter cem pessoas atendendo com uma boa qualidade, a rapidez é muito maior. Quando entra em uma loja, o cliente perde uma hora e meia até pegar os produtos, olhar, analisar preços. Mas, quando chega no caixa, quer ir embora rápido. Então, não adianta ter cinco pessoas atendendo maravilhosamente mil pessoas, é melhor ter cem pessoas atendendo bem mil pessoas”.

Estar com o discurso alinhado à ação é essencial para crescer no setor, de acordo com Joanir: “Um comportamento comum em vários segmentos é que muitos anunciam que têm o menor preço, melhor qualidade e atendimento, mas o consumidor não encontra isso na prática. É necessário saber aliar preço e qualidade.”

Joanir entende que, mesmo tendo estabelecido metas de crescimento constante, o Condor nunca pode se afastar de sua filosofia: “Nosso diferencial é a relação que construímos com clientes, fornecedores e colaboradores e com a comunidade. Não ficamos somente na relação comercial. Nosso propósito sempre foi o de estabelecer um relacionamento pessoal, construído principalmente na confiança e no respeito mútuo. Temos um compromisso com a população”.

O compromisso social é um ingrediente importante na receita de crescimento e de aproximação do Condor com a comuni-

dade. A rede foi a primeira entre os supermercados no Paraná a adotar o uso das sacolas oxibiodegradáveis, antecipando-se inclusive às exigências do Ministério Público Estadual. A rede também foi pioneira em realizar reciclagem para reaproveitamento do lixo orgânico.

De 2007 a 2015, sua Campanha Solidária destinou R\$ 2,2 milhões para 152 instituições beneficentes localizadas nas regiões onde atua. É uma ação de união entre a rede, seus fornecedores e clientes, na qual parte da venda dos produtos anunciados em tablóides específicos da campanha é revertida em forma de vales-compras para as instituições. Além disso, inúmeros programas sociais em benefício de comunidades carentes, promovidos pela própria empresa ou por instituições públicas, sempre receberam significativas doações do Condor. “Uma empresa, durante o transcorrer do tempo e o desenrolar de sua vida, vai moldando sua personalidade e caráter. Com a contribuição de muitos ao longo dos anos, nossa missão foi ficando mais clara. O Condor tem demonstrado maturidade e competência no cumprimento de sua missão. E ela inclui nossa responsabilidade social”, comenta Joanir.

Essa atitude é significativa quando se sabe que supermercados são como pessoas: têm personalidade e podem despertar sentimentos de rejeição ou aprovação nos clientes, como mostrou a dissertação do professor João Luiz Gilberto de Carvalho no Mestrado em Administração e Gestão de Negócios da Universidade Estadual de Londrina, em 2004.

Paralela a esse comportamento, a meta de crescimento da rede foi sempre perseguida. Em 2007, foram ampliadas e reformadas as lojas de Santa Felicidade, terceira da rede, e da Lapa, a quarta.

Naquele ano, a rede somava 24 lojas, das quais 15 supermercados e nove hipermercados, além de duas centrais de distri-

Em Paranaguá, o hipermercado, com investimentos de R\$ 20 milhões, foi reinaugurado em julho de 2010



ndor

MERCADOS



buição, faturando R\$ 925 milhões, com um crescimento de 14% em relação a 2006.

Em agosto, Joair recebeu a maior homenagem da Associação Comercial do Paraná, a Comenda Barão do Serro Azul, que lhe foi entregue pela então presidente da entidade, Avani Slomp Rodrigues. Em seu discurso, a presidente destacou que “a história e o desenvolvimento econômico e social das comunidades foram feitos por aqueles que arriscaram, mudaram o rumo de suas vidas, de suas cidades e dos acontecimentos. O comerciante é um dos que não têm medo de ousar, de criar e de arriscar”.

Em 2007, Ricardo Zonta, que passara dez anos morando no Principado de Mônaco, como piloto de testes da Fórmula 1, voltou para Curitiba e foi trabalhar no Condor, por incentivo de Wanclei. Em 2013, passou a integrar a diretoria da empresa, como vice-presidente. Ele lembra que em sua adolescência, nas férias escolares, era sempre levado pelo pai para trabalhar como empacotador nos supermercados da rede.

No final de 2007, os diretores da organização, especialmente o diretor comercial Jefferson Fidélis de Oliveira, começaram a estudar a logística para abrir lojas do Condor em Santa Catarina, a começar por Joinville. Em entrevista da época, Oliveira explicou: “Temos duas opções para crescer fora do Paraná: ou vamos para São Paulo ou para Santa Catarina. Pela proximidade e facilidade logística, acreditamos que a segunda opção será a mais interessante”.

Os estudos se prolongariam por mais alguns anos. “Nossas decisões são muito mais rápidas do que as de qualquer outra empresa do setor, principalmente das multinacionais, que dependem da palavra final de suas matrizes. Porém, a concretização de uma decisão é precedida de pesquisas mercadológicas, logísticas, de metas”, esclarece Wanclei.

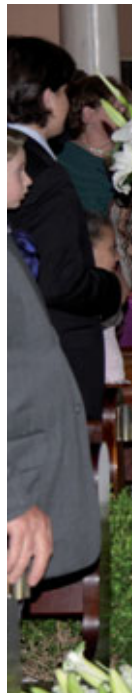
Em 2008, Joanir deu uma pausa especial em seus negócios para se casar com Lindacir, na igreja da Paróquia São Pedro, em cerimônia realizada pelo Padre Jacob Teonus. Para isso, conseguiu a anulação de seu primeiro casamento no religioso, contando inclusive com o apoio da Cúria Diocesana. “Ele ficava desassossegado e muito aborrecido de ir todos os domingos à missa e não comungar. O padre dizia que não tinha problema. Mas ele se negava a comungar se não estivesse casado direitinho no religioso”, afirma Lindacir.

Em 2008, investimentos foram concentrados na reinauguração das lojas do Ahu, em Curitiba, e Maringá, na inauguração de um hipermercado na Avenida das Torres e em lojas no bairro do Xaxim, na Avenida Brasília, e de Campo Largo, na Região Metropolitana de Curitiba. A previsão era de investimentos de R\$ 50 milhões.

Em Campo Largo, conhecida como “Capital da Louça”, na época um município com população de mais de 100 mil pessoas e PIB de R\$ 9 mil *per capita*, o Condor abriu uma loja com 2,5 mil metros quadrados de área de venda e 16 *checkouts*. Na Avenida Brasília, no Xaxim, em Curitiba, com investimentos de R\$ 10 milhões, a nova loja substituiu a que foi a segunda loja da rede, aberta em 1979, ficando com 2,2 mil metros quadrados em 2008. Na Avenida das Torres, com 5 mil metros quadrados, a loja exigiu investimentos de R\$ 22 milhões, entre construção e equipamentos.

No final daquele ano, a economia começara a sentir sintomas de derrocada pela desatenção dos responsáveis pelo país e falta de medidas corretivas na política econômica. A crise econômica vivida pelos Estados Unidos causaria danos, em maior ou menor proporção, em todo o mundo. Enquanto o presidente americano George W. Bush sancionava um “pacote” de aju-

Foto: Marcelo Miranda



UM PARANAENSE – JOANIR ZONTA

Em 2008, Joanir deu uma pausa especial em seus negócios para se casar com Lindacir, na igreja da Paróquia São Pedro

Joanir entrou na igreja em companhia de Mariazinba



Os noivos e o cantor que animou a cerimônia, Agnaldo Rayol

O CONDOR UVARANAS, NO BAIRRO DO MESMO NOME, EM PONTA GROSSA, FOI CONSTRUÍDO EM UM TERRENO DE 8 MIL METROS QUADRADOS, COM INVESTIMENTOS DE R\$ 25 MILHÕES.

da ao sistema financeiro de seu país, e outros países adotavam medidas preventivas para manter a economia sem grandes prejuízos, o presidente brasileiro Luiz Inácio Lula da Silva minimizava os efeitos da crise, afirmando: “Lá nos Estados Unidos, ela é um tsunami, aqui, se ela chegar, vai chegar uma marolinha que não dá nem para esquiuar”.

O economista Gilmar Mendes Lourenço, professor do FAE Centro Universitário, comenta que “a aliança hegemônica de poder que administra a nação desde 2003 apostou todas as fichas na dupla CC (crédito e consumo do governo e das famílias), especialmente com o auge do pânico da crise internacional, em setembro de 2008”. Os efeitos seriam sentidos nos anos seguintes.

Os 35 anos de existência do Condor seriam comemorados em 2009 com novos investimentos, a presença da atriz Grazielli (Grazi) Massafera em campanha publicitária e a perda de um auxiliar de Joânir considerado por ele como “de primeira linha”: faleceu em outubro daquele ano o diretor comercial do grupo, Jefferson Fidélis de Oliveira.

No mesmo ano, além de inaugurar dois novos hipermercados, um em Ponta Grossa, no bairro de Uvaranas, e outro no bairro Novo Mundo, em Curitiba, o Condor lançou a meta de atingir um faturamento de R\$ 2 bilhões em 2014.

O Condor Uvaranas, no bairro do mesmo nome, em Ponta Grossa, foi construído em um terreno de 8 mil metros quadrados, com investimentos de R\$ 25 milhões. Foi a terceira loja do grupo na cidade, que tinha outras na região central, inaugurada

em 1994, e no bairro Nova Rússia, aberta três anos depois. Em Uvaranas, o hipermercado, que é a 27ª loja do grupo, tem 12,6 mil metros quadrados de área construída, dos quais 5 mil metros quadrados de área de vendas.

No bairro Novo Mundo, em Curitiba, a 28ª loja do grupo consumiu investimentos de R\$ 35 milhões, seguindo os mesmos padrões de modernidade e respeito ao meio ambiente implantados nos hipermercados da rede, conforme Aliceu: “O conceito de sustentabilidade explora a luz natural, o reaproveitamento de água, o uso nas ilhas refrigeradas de um gás que não agride a camada de ozônio, proporcionando a diminuição de poluentes”.

A loja do Novo Mundo tem 6 mil metros quadrados de área de vendas, 32 *checkouts* e cerca de 400 funcionários e foi projetada para atender a uma média de 52 mil consumidores por mês.

No mesmo ano, a escolha da atriz Grazi Massafera para estrelar os comerciais da empresa foi um pouco mais difícil que ampliar o leque de vendas aos consumidores, segundo a diretora de Marketing do Condor. “Queríamos mostrar a importância de se valorizar o Paraná, as coisas e pessoas do Paraná. Por isso, optamos por uma atriz genuinamente paranaense, como o Condor, e com um carisma muito grande”, afirma Elaine sobre a campanha criada pela agência CCZ, com produção da Arte Lux e direção de Paulo Trejes.

Porém, o receio de que a opção por uma atriz com as características de Grazi Massafera pudesse prejudicar a imagem do Condor provocou várias reuniões e impasses até a decisão final. “A comunidade paranaense padece de uma boa dose de conservadorismo, qualquer medida ‘moderna’ a mais em uma campanha pode provocar distanciamento de clientela”, justifica Elaine.

Mesmo com alguma contrariedade de consumidores, a resposta pública foi a melhor possível e mudou inclusive o posicio-

Foto: Marcelo Miranda



UM PARANAENSE - JOANIR ZONTA



*Uvaranas, a terceira loja do grupo em Ponta Grossa:
construída em um terreno de 8 mil metros quadrados*

namento do marketing do grupo, segundo Elaine. “Foi um marco em nossas campanhas”, diz, informando que atualmente o Condor é o maior anunciante do setor privado no Paraná. O grupo investe R\$ 14 milhões por ano só em tablóides, com 3,5 milhões de exemplares distribuídos todo mês nas lojas e em domicílio. Mas há campanhas em todas as mídias, especialmente nas redes televisivas, que mantêm intacta a imagem que o Condor consolidou em quatro décadas de existência. “Estudamos a comunidade para saber o que é que a gente faz e como faz, quais os produtos que vendemos e podemos vender, qual é o tipo de propaganda que fazemos”, acrescenta Wanclei.

A padronização da comunicação do Condor começou a partir de 2008, com a inauguração do hipermercado da Avenida das Torres. “Antes, a comunicação era muito tímida e dependia sobretudo da iniciativa dos gerentes”, lembra Elaine. Atualmente, todas as lojas da rede recebem, além do suporte em jornal, rádio, TV e internet, um “enxoval” completo (painéis aéreos, cartazes indicativos, banners etc.) para melhor orientar a clientela e consolidar a marca.

As comemorações dos 35 anos da empresa estavam preparadas para o dia 22 de outubro de 2009. Nesse dia, foi sepultado Jefferson Fidélis de Oliveira, que falecera no dia anterior. “Havíamos preparado uma grande festa no Estação Embratel Convention Center. Não havia como recuar, até porque 90% dos convidados eram fornecedores. Infelizmente, tivemos que fazer a festa, na qual queríamos que ele estivesse presente. Fizemos a festa sem o brilho que havíamos planejado”, lamenta Elaine.

O Condor chegou ao final daquele ano com 28 lojas, mais de seis mil funcionários, 2 milhões de clientes atendidos e um faturamento de R\$ 1,4 bilhão.

Em 2010, a população paranaense atingiu 10,4 milhões de pessoas, e sua capital, 1,7 milhão de habitantes.

A PADRONIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO DO CONDOR
COMEÇOU A PARTIR DE 2008, COM A INAUGURAÇÃO
DO HIPERMERCADO DA AVENIDA DAS TORRES.

Em janeiro daquele ano, prevendo a abertura de novas lojas, assim como um aquecimento de mercado, o Condor abriu mais 300 vagas de emprego para pessoas acima de 16 anos, idosos e para portadores de deficiências. As vagas disponíveis eram para operadores de caixa, açougueiros, padeiros, balconistas de fiambreteria, auxiliares de entrega, repositores, balconistas de açougue e de padaria. “Nas áreas de operações técnicas – padaria, açougue, fiambreteria – se exige um pouco mais de qualificação técnica das pessoas que vão trabalhar. Assim como devemos ter sempre qualidade de ambiente, sempre precisamos ter qualificação pessoal para o atendimento”, afirma a diretora de RH do grupo, Sandra Mara Zonta Gabardo.

A renda e o consumo da classe média brasileira eram o motor naquele ano para o otimismo do setor supermercadista. As vendas do setor no primeiro quadrimestre registraram alta de 6,18% em comparação com o mesmo período de 2009, impulsionadas pela proximidade com a Copa do Mundo, conforme a Associação Brasileira de Supermercados (Abras). O Condor evoluiu da 12ª posição do *ranking* nacional em 2009 para a 11ª colocação em 2010 entre as redes supermercadistas.

Esse e outros assuntos empresariais não são lembrados na mesa de almoço, na própria empresa, compartilhada de segunda a sexta-feira por Joanir, seus filhos e diretores. Durante esse tempo, ele apenas mantém vivo um costume familiar das refeições realizadas em conjunto, “que antes eram muito comuns, na

Os 35 anos do Condor foram festivamente comemorados com inúmeros motivos



Fotos: Marcelo Miranda

Em 2009, a Câmara Municipal de Curitiba homenageou os 35 anos do Condor

Fotos: Marcelo Miranda



Automobilismo: paixão dividida pelos Zonta

RICARDO TEM A MESMA PAIXÃO DO PAI PELO AUTOMOBILISMO
(ATUALMENTE, É PILOTO DE STOCK CAR) E PELO CONDOR.

casa da vó Faustina, com os tios e primos todos reunidos”, lembra sua filha Andréia, endossada por Ricardo: “Apenas nos finais de semana não nos encontramos. Ele fica mais à vontade. Mas está 24 horas ligado com a gente, com os diretores, com os gerentes, por WhatsApp. É um cara que sabe tudo de tecnologia e usa muito bem isso”.

Nos encontros em volta de uma mesa gastronômica familiar, Joanir gosta muito de comer polenta, costume aprendido com sua mãe Faustina, e carne bovina. “Não há almoço sem polenta em casa”, diz Sandra Mara. E são praticamente proibidos assuntos da empresa sobre a mesa. “Uma única vez conversamos alguma coisa do trabalho que precisava ser resolvida”, lembra Andréia.

A família inteira reúne-se em datas festivas, quando, não raro, os quatro filhos de Joanir, incluindo Jaqueline, estão presentes. “Como dizem os italianos mais velhos, filho é tudo”, comenta o patriarca dos Zonta.

A filha mais velha, Sandra, foi morar com Joanir quando tinha dois anos. “A mãe, com quem eu não ficara junto, não tinha condições de criá-la, deixou comigo a criança, e eu a levei para morar em casa”.

Dos quatro filhos de Sandra, dois já trabalham no Centro Administrativo do Condor: Billy Zonta Gabardo, de 25 anos e na empresa há seis anos, e Brayan, de 22 anos, há quatro nesse trabalho. Os outros, Brendon e Bradley, têm 19 e 11 anos, respectiva-

mente. Andréia tem duas filhas: Pietra Zonta Fruet, de 14 anos, e Emanuele Zonta Fernandes, de três anos. Jaqueline tem uma filha, Giullia Puquevis. O primeiro filho de Ricardo nascerá em novembro de 2015. “Ele sempre nos manteve muito unidos. A família é muito unida”, comenta Ricardo.

Sandra é muito ligada aos irmãos, que convivem tanto quanto na infância. Eles já conviviam nas várias residências onde a família morou (em 1975, a família dividiu o apartamento com o prédio do primeiro supermercado; em 1979, Joanir comprou um terreno e construiu uma casa na Via Rápida do Pinheirinho; sete anos depois, sua ex-esposa não quis mais morar nesse local, e a família mudou-se para uma casa nova no Barigui. Joanir ficou nessa casa até o início de 1991, quando foi para um apartamento. Ao se separar, em 1992, mudou-se para o Umbará). Jaqueline, filha de outra mulher, só frequenta a família em momentos festivos. Joanir repete: “O que importa é o que digo sempre: filho é tudo”.

Ricardo tem a mesma paixão do pai pelo automobilismo (atualmente, é piloto de Stock Car) e pelo Condor. A paixão começou a ser alimentada no Natal de 1986, quando seu pai lhe deu um kart de presente. Hoje, além de vice-presidente da rede, preside o Instituto Joanir Zonta, criado em 2014 para trabalhar no desenvolvimento e execução de ações voltadas às necessidades sociais e ambientais de cada região onde existem lojas do Condor. “Ele é o queridinho do pai”, concordam as irmãs, aos risos. Joanir, esmaecendo essa predileção, comenta: “Tenho orgulho de meus filhos gostarem da empresa e terem vontade de continuar meus negócios”.

Em 2010, o Condor ampliou sua Central de Distribuição para 45 mil metros quadrados e, além de reinaugurar hipermercados no bairro Nova Rússia, em Ponta Grossa, na Rua Nilo Peçanha, em Curitiba, e outro, que sofrera um incêndio, em Parana-

guá, inaugurou um supermercado no município de Fazenda Rio Grande, na Região Metropolitana de Curitiba, e outro no bairro Cajuru, na capital.

O incidente em Paranaguá, no Condor-Raia, em 24 de março de 2010, atingira grandes proporções, pois a mesma construção abrigava uma praça de alimentação, uma farmácia, uma casa lotérica e o único cinema da cidade, frequentado por 10 mil pessoas por mês. O hipermercado, cuja reconstrução exigiu investimentos de R\$ 20 milhões, foi reinaugurado em 29 de julho daquele ano, data em que a cidade completou 362 anos.

Em Fazenda Rio Grande, o Condor investiu R\$ 20 milhões em sua 29ª loja, com 11 mil metros quadrados de área construída, 3 mil metros quadrados de área de vendas e 21 *checkouts*. A loja conta com uma galeria, com dez outros estabelecimentos – restaurante, lanchonete, farmácia e loja de colchões, entre outros.

No dia 14 de março daquele ano, a rede lançou uma nova campanha publicitária, “Família Feliz”, para mostrar ao público o dia a dia de uma família e sua relação com o Condor, acrescida da interatividade por meio do *site* da empresa. A campanha transmite o conceito que sintetiza as atividades do grupo, segundo a diretora de Marketing Elaine Munhoz: “Não vendemos só produtos. Vendemos qualidade de vida”.

A loja da Nilo Peçanha e a do bairro Nova Rússia, em Ponta Grossa, foram reinauguradas em junho e julho de 2010, com investimentos de R\$ 3,5 milhões e R\$ 10 milhões, respectivamente, em sua modernização.

Em setembro daquele ano, a rede lançou mais uma loja na capital paranaense: no bairro Cajuru, com 10 mil metros quadrados de área construída e 3,5 mil metros quadrados de área de vendas e com 24 *checkouts*, gerando na época 280 postos de trabalho. A loja exigiu investimentos de R\$ 20 milhões. A justificativa

A LOJA DA NILO PEÇANHA E A DO BAIRRO NOVA RÚSSIA, EM PONTA GROSSA, FORAM REINAUGURADAS EM JUNHO E JULHO DE 2010, COM INVESTIMENTOS DE R\$ 3,5 MILHÕES E R\$ 10 MILHÕES, RESPECTIVAMENTE, EM SUA MODERNIZAÇÃO.

de Joanir, que desde 2007 fazia parte da diretoria da Abras, como vice-presidente, é tão simples quanto sua maneira de encarar a vida: “Quem não cresce, desaparece”.

A empresa fechou 2010 com faturamento de R\$ 1,7 bilhão, 14,28% maior que em 2009, e investiu R\$ 80 milhões em novas lojas e reformulação das existentes. Os investimentos eram parte fundamental para que a rede alcançasse a meta de faturamento de R\$ 2 bilhões em 2014.

Ao completar, em 2011, 37 anos com 30 lojas e sendo a 11ª rede de supermercados do país, segundo o *ranking* da Abras, o Condor estabeleceu metas mais ousadas de expansão, reinaugurando lojas em Apucarana e em Araucária e inaugurando novas lojas em Curitiba, Castro, Colombo e São José dos Pinhais, ampliando sua presença em um número maior de municípios paranaenses e modelando de vez o conceito de seu fundador de que “os sonhos se renovam. E assim segue a vida”.

Porém, como sempre manifesta Joanir em ocasiões públicas, os sonhos não bastam. “Para conquistar grandes coisas, é necessário não apenas sonhar, mas sim planejar, acreditar. As coisas não se transformam apenas com palavras, é preciso agir. É preciso nunca esquecer que a vaidade é inimiga do espírito de equipe. Nenhum de nós é tão inteligente quanto uma equipe junta. É preciso trabalhar em conjunto.”

No início de 2011, a rede inaugurou um hipermercado no bair-

O Hiper Condor Nilo Peçanha, com 28 mil metros quadrados de área construída, é a maior loja da rede





Fodor
MERCADOS

Foto: Felipe Rosa

UM PARANAENSE – JOANIR ZONTA

ro Água Verde, em Curitiba, investindo R\$ 40 milhões. A loja foi a primeira do Paraná a implantar em suas gôndolas um sistema de etiquetas eletrônicas de preços, com tecnologia francesa, no qual a informação na prateleira é relacionada diretamente com a frente de caixa.

Em uma área total de 25 mil metros quadrados e 6 mil metros quadrados de área de vendas, com 34 *checkouts*, a loja, com 410 funcionários, foi preparada para atender a 200 mil clientes por mês. O empreendimento foi inteiramente planejado para atender aos benefícios do meio ambiente.

“Nós sempre quisemos ampliar a percepção de fornecedores, instituições governamentais, colaboradores e principalmente dos clientes de que o Condor é uma empresa cidadã, que investe e contribui para a preservação do meio ambiente, pratica e incentiva a ética, além de oferecer bom atendimento com simpatia”, comenta Elaine.

O complemento vem de José Gilberto Nascimento, diretor operacional do grupo desde 2010: “O Joanir tem uma visão do todo em prol do cliente. Essa busca dele é constante. Não conheço ser humano com sua capacidade de rapidez de raciocínio e de enxergar longe pensando no cliente”. Nascimento é mais um exemplo de longevidade dentro da empresa, na qual começou há 30 anos, quando Joanir, ao comprar o Supermercado Tute, que era de Argemiro Gomes, no bairro Pilarzinho, em Curitiba, o manteve como funcionário. Nascimento, que há cinco anos é diretor de Operações do grupo, comenta as impressões que teve quando conheceu Joanir: “Vi que ele era o cara. Tinha sangue nos olhos. Dirigia a carreta de mercadorias, verificava tudo e queria saber de tudo. Era um cara que certamente iria vencer”. Ao ser recebido na compra de “porteira fechada” do Supermercado Tute, Nascimento, que todos conhecem por “Gilberto”, foi contratado como

recebedor de mercadorias. Uma dúzia de anos depois, virou gerente regional e, em 2010, diretor.

Apesar dos desarranjos na política econômica brasileira, que já provocavam em 2011 ondas mais encorpadas do que a folclórica “marolinha” lulista, a rede Condor abriu 420 vagas para operadores de caixa, balconistas, repositores e auxiliares de logística nos primeiros meses do ano, em função dos seus constantes investimentos em novas lojas. A presidente da República, Dilma Rousseff, eleita em outubro de 2010, alardeava o emprego de uma nova matriz econômica, amparada em crédito oficial subsidiado e incentivos tributários, e intervencionismo nas regras de operação e precificação de importantes atividades públicas e privadas, “ensejando estrondosas perdas corporativas e sacrificando investimentos”, segundo o economista Gilmar Mendes Lourenço, professor do FAE Centro Universitário.

Naquele ano, as três maiores redes supermercadistas em operação no Paraná eram Walmart, com 50 lojas (somando as marcas Mercadorama, BIG, TodoDia, Maxxi Atacado e Sam’s Club), o Muffato, com 32 lojas, e o Condor, com 30 lojas.

Os comentários davam conta de que a sanha das multinacionais do setor, alvoroçada na década anterior, continuaria, com a proposta de adquirir redes regionais para aumentar escala e participação no mercado. “Sempre fomos procurados por consultores ou por bancos demonstrando interesse em comprar nossa rede. Mas sempre lhes disse: ‘Se vocês querem vender lojas, nós queremos comprar’”, lembra Joanir.

A meta de Joanir era chegar a 40 lojas nos três anos seguintes. A 31ª loja foi inaugurada em Colombo, município na Região Metropolitana de Curitiba com 215 mil habitantes e Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) alto. A rede Condor investiu R\$ 30 milhões nessa loja, em uma área total de 17 mil metros quadrados e

5 mil metros quadrados de área de vendas, com 280 funcionários e em condições de atender 200 mil pessoas por mês.

Em junho de 2011, foi reinaugurada a revitalizada loja de Apucarana, que havia sido instalada em 1986. O município, com 130 mil habitantes, também foi, como Maringá, alvo de disputa de espaço com outras redes, apesar da distância da sede, em Curitiba, a 370 quilômetros, e das dificuldades logísticas. A loja em Apucarana passou a ter, a partir de 2011, um sistema de climatização ecológico, que não usa gás e trabalha de acordo com a umidade relativa do ar. “Esse processo reduz em até 80% o uso do ar-condicionado, diminuindo consideravelmente o consumo de energia”, esclarece Aliceu.

Também em junho daquele ano, o diretor administrativo do Condor havia 11 anos, Wanclei Said, foi homenageado na Câmara Municipal de Curitiba com o “Mérito Operário Padrão”, em proposição do vereador João Luis Cordeiro. Na ocasião, Joanir comentou: “A forma como ele administra o Condor demonstra seu comprometimento com a empresa. A rede Condor é privilegiada por contar com um diretor como ele”.

Em outubro, seria a vez da reinauguração da loja de Araucária, com a transformação em hipermercado, com 4,8 mil metros quadrados de área de vendas e 29 *checkouts*. Além do investimento de R\$ 15 milhões na parte estrutural, a nova loja passou a ter 300 funcionários, 120 a mais do que antes da revitalização.

EM JUNHO DE 2011, O DIRETOR ADMINISTRATIVO DO CONDOR HAVIA 11 ANOS, WANCLEI SAID, FOI HOMENAGEADO NA CÂMARA MUNICIPAL DE CURITIBA COM O “MÉRITO OPERÁRIO PADRÃO”.

Ainda em 2011, no dia 9 de novembro, o Condor inaugurou mais um hipermercado nos Campos Gerais, em Castro, município de 67 mil habitantes e economia forte, sustentada pela agricultura, pecuária e bacia leiteira considerada a principal do Brasil em produtividade e qualidade genética. Historicamente, Castro fez parte do caminho dos tropeiros que iam de Viamão (RS) a Sorocaba (SP). Atualmente, faz parte do traçado de desenvolvimento paranaense, como um dos polos da região dos Campos Gerais.

Em Castro, sua 13ª cidade de atuação, o Condor investiu R\$ 25 milhões para construir sua 32ª loja, com área de vendas de 4 mil metros quadrados, em área total de 11 mil metros quadrados. A loja, com seções inclusive de eletrodomésticos, têxteis e adega, tem 280 empregos diretos e está preparada para atender 180 mil pessoas por mês. “Em cada loja, existem novidades nas instalações para fazer os setores serem mais funcionais”, afirma Joanir. Um mês depois, foi inaugurado junto à loja um cinema, com duas salas de projeção, uma delas em 3D, sob responsabilidade da Cine Plus, de Curitiba.

Naquele ano, o Condor Super Center foi eleito pelo Prêmio Ímpar (Índice das Marcas de Preferência e Afinidade Regional) o preferido dos paranaenses na categoria supermercado. O prêmio, organizado pela RIC Record em parceria com o Ibope, revelou a preferência dos consumidores: Condor, 14%; Muffato, 11% e BIG, 8%. “Para se destacar em um segmento de grande concorrência e ainda competir com redes multinacionais, é preciso muita determinação e visão empreendedora, qualidades natas do fundador da rede, Joanir Zonta, que se mostra sempre à frente do mercado”, comentou Elaine.

No dia 13 de dezembro, o grupo, com investimentos de R\$ 40 milhões inaugurou em São José dos Pinhais o anunciado “hipermercado mais moderno da América do Sul”. A modernidade se

Ao receber, em 2004, o prêmio Comendador do Comércio, ao lado de Lindacir, Mariazinba e Luitz



Fotos: Acervo da família Zonta



Ao receber, em 2006, o Prêmio Guerreiro do Comércio

Em 2007, recebendo a Comenda Barão do Serro Azul, ao lado da presidente da entidade, Avani Slomp Rodrigues



Em 2010, Wanclei Saíd recebeu o prêmio Mérito Operário Padrão

Personalidade AECIC, em 2010



Fotos: Marcelo Miranda



No mesmo ano, no Fórum de Marketing

Em 2011, Top of Mind

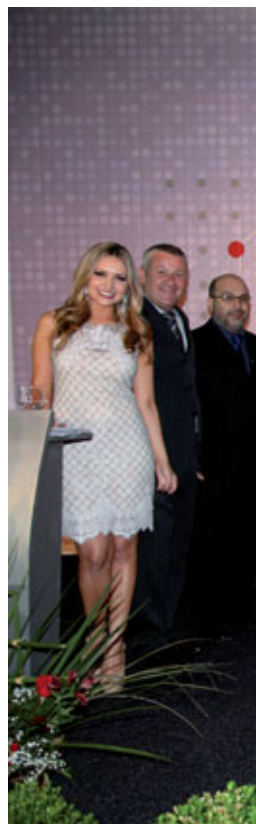


Em 2012, Prêmio Impar

Em 2013, Joanir recebeu a mais alta condecoração do governo paranaense, a Ordem Estadual do Pinheiro



Fotos: Marcelo Miranda



Congratulações e aplausos da Câmara Municipal de Curitiba aos 40 anos do Condor

Em 2014, o Prêmio Impar



devia, além do sistema de etiquetas eletrônicas, em funcionamento desde 2010 na loja do bairro Água Verde, em Curitiba, a um conjunto de soluções tecnológicas aplicadas em diversas partes da loja e que permitiam melhor aproveitamento de recursos tanto econômicos, como naturais. Essa atitude mostrou a preocupação da empresa em ser sustentável e respeitar o meio ambiente.

A loja, construída em área de 29 mil metros quadrados, com 6,3 mil metros quadrados de área de vendas e 33 *checkouts*, foi a primeira na América do Sul a utilizar o CO₂, gás refrigerante 100% natural que substitui os gases sintéticos no setor de congelados. Essa tecnologia alinha-se à tendência mundial na busca pela sustentabilidade. Como o CO₂ está presente na natureza, não agride a camada de ozônio, não provoca o efeito estufa e ainda reduz em 20% o consumo de energia no setor de congelados. A tecnologia, inédita na América do Sul, demorou dois anos para ser desenvolvida e chegar ao modelo ideal de aplicabilidade pela Eletrofrío Refrigeração Comercial.

Quatro anos depois, essa tecnologia já era usada pela metade dos supermercados e hipermercados instalados no país.

Além disso, a loja de São José dos Pinhais tinha e continua mantendo o sistema Glicol (composto químico utilizado como anticongelante) nos refrigerados, que reduz em 90% os gases poluentes, instalação de *domus* prismáticos para iluminação natural, reatores dimerizáveis (com os quais é possível variar o fluxo

A TECNOLOGIA DE UTILIZAÇÃO DO CO₂ NA REFRIGERAÇÃO, INÉDITA NA AMÉRICA DO SUL, DEMOROU DOIS ANOS PARA SER DESENVOLVIDA E CHEGAR AO MODELO IDEAL DE APLICABILIDADE PELA ELETROFRÍO REFRIGERAÇÃO COMERCIAL.

EM 2011, O CONDOR COMEMOROU 37 ANOS EM GRANDE ESTILO, NO RESTAURANTE MADALOSSO, EM CURITIBA, FESTEJANDO O FUNCIONAMENTO DE 33 LOJAS EM TODO O PARANÁ, COM 8,3 MIL FUNCIONÁRIOS.

luminoso das lâmpadas fluorescentes), lâmpadas T5, captação de água da chuva para vários usos etc. “Várias dessas soluções eram inéditas ou pouco difundidas na época devido ao alto valor de investimento. Fomos a primeira rede a implantar muitas delas, principalmente em conjunto”, informa Aliceu.

A primeira loja da rede em São José dos Pinhais tinha sido inaugurada em 1985. A segunda, gerando 400 empregos e preparada para atender a 250 mil clientes por mês, se justificava, segundo Joanir, “pela grande expansão do município”, que chegara a sexto mais populoso do Paraná, com 270 mil habitantes.

A nova loja tinha outras novidades: uma adega climatizada, um empório com produtos especiais, toda a linha de eletrodomésticos e uma linha completa de bazar fino para presentes. A filial de São José dos Pinhais abriga uma praça de alimentação e uma galeria, onde estão 13 lojas de apoio.

Em 2011, o Condor comemorou 37 anos em grande estilo, no Restaurante Madalosso, em Curitiba, festejando o funcionamento de 33 lojas em todo o Paraná, com 8,3 mil funcionários. No final daquele ano, a área de vendas da rede Condor chegou a 118 mil metros quadrados, aproximadamente mil vezes o tamanho da primeira loja de Joanir, que tinha 110 metros quadrados na Avenida Winston Churchill, no Pinheirinho.

No ano seguinte, o Condor prosseguiu o ritmo de investimentos em lojas para ampliar e consolidar sua participação no mercado

paranaense. Chegou a 36 lojas, número próximo daquele estabelecido por Joanir como meta até o 40º aniversário da organização.

Além de reinaugurar sua loja em Londrina, segundo município mais populoso do estado e referência do desenvolvimento socioeconômico do Norte do Paraná, a rede ainda colocou em funcionamento lojas em Pinhais, em Curitiba (no bairro Campo Comprido) e em Paranaguá (Centro Histórico). A loja de Paranaguá, em frente à antiga, que operava na cidade desde 1997, concluiu os investimentos para 2012, com R\$ 25 milhões. O empreendimento, inaugurado em dezembro daquele ano, homenageou os parana-guaras com uma obra de arte de Adoaldo Lenzi – imagem do Porto de Paranaguá em painel de cerâmica -, no pórtico de entrada do supermercado.

Durante as comemorações de final de ano do Condor em 2012, Joanir mostrou a centenas de presentes no Restaurante Madalosso, em Curitiba, o seu jeito de ser e de aglutinar pessoas em torno de objetivos comuns. Como fazia todos os anos, chamou nominalmente os componentes de sua diretoria e assessores diretos para ombreá-lo no palco. Chamou todos, menos Elaine Munhoz, que era gerente de Marketing. Ela, que trabalhava na retaguarda para o sucesso da festa, não notou o estranhamento dos fornecedores do seu setor em relação à omissão sobre seu nome por parte de Joanir.

Como se fora um pedido público e atípico de casamento profissional, Joanir, de microfone em punho, dirigindo-se a Elaine, perguntou-lhe se aceitaria a partir daquele momento ser a diretora de Marketing do grupo. “Quase caí dura de emoção e, sob aplausos dos presentes à festa, subi ao palco para lhe dizer que sim”, relatou.

Naquele ano, o Condor recebeu pelo terceiro ano consecutivo o Prêmio Top de Marketing, conferido pela Associação dos Dirigentes de Venda e Marketing do Brasil-PR (ADVB-PR).

Dois anos antes da data estabelecida por Joanir e diretores da empresa para cumprir a meta de faturar R\$ 2 bilhões, o Condor Super Center atingiu em 2012 um faturamento de R\$ 2,6 bilhões, passando da 9ª para a 7ª posição no *ranking* nacional da Abras.

A um ano de comemorar quatro décadas de existência, o grupo registrou em 2013 um faturamento de R\$ 3,1 bilhões, com crescimento de 19,3% em relação ao ano anterior. Com isso, subiu mais uma posição no *ranking* da Abras, tornando-se a sexta maior rede supermercadista do país e a primeira do Paraná. Além disso, é a segunda do país com capital totalmente nacional. De acordo com a Abras, o setor supermercadista registrou em 2013 um faturamento de R\$ 272,2 bilhões, com um crescimento de 5,5% em relação ao ano anterior.

QUATRO DÉCADAS COM O JEITO DE TODAS AS FAMÍLIAS

A CAMPANHA DE MARKETING DO CONDOR
PROCUROU EM 2013 IDENTIFICAR DEFINITIVAMENTE
O GRUPO E SEUS VALORES COM O CONCEITO
“FAMÍLIA” E SUA REALIDADE DIÁRIA.



Foto: Marcelo Miranda

A decisão de Joanir em 1998 foi continuar modernizando as lojas e inovando a gestão

O OBJETIVO DO Condor de crescer e chegar à sua 40ª loja continuava imutável, conforme Joanir. “Por isso, revitalizamos a loja do Champagnat, em Curitiba, e em Maringá, e iniciamos a construção de duas novas lojas em Ponta Grossa”. Maringá, com 362 mil habitantes, e Ponta Grossa, com 317 mil, são polos de desenvolvimento socioeconômico nas regiões Noroeste e dos Campos Gerais.

Em 2013, a organização recebeu vários prêmios, e Joanir, o Grau de Grande Oficial da Ordem Estadual do Pinheiro, a mais alta condecoração do governo estadual, conferida a pessoas que tenham contribuído para o desenvolvimento social, econômico e cultural do Paraná, bem como para difundi-lo. Como a endossar essa distinção, a Universidade Corporativa Condor abriu, no mesmo ano, a Escola de Formação Acadêmica que, em parceria com a Faculdade Bagozzi, oferece cursos superiores aos gestores da rede, com o objetivo de promover o desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores.

A campanha de marketing do Condor procurou em 2013 associar definitivamente o grupo e seus valores com o conceito “família” e sua realidade diária. A campanha principal foi concebida na mensagem de que “cada família tem um jeito. O Condor tem o jeito de todas as famílias”.

Ricardo comenta o porquê de o Condor ter esse jeito familiar: Joanir. “O que mais me impressiona em meu pai é como ele consegue, sem perdas, suprir os lados de empresário e pai. Quando eu estava na Fórmula 1, ele saía daqui na quarta à noite, chegava na quinta, assistia às corridas na Europa e voltava na segunda para o trabalho, com reunião marcada para às 8h30. Ele poderia dizer aos diretores: segurem a barra por uma semana, que passarei uns dias por lá e voltarei. Ao contrário, sempre demonstrou força e disposição como pai e empresário”.

De 24 de julho de 2014 a 10 de março de 2015, ainda assoprando as velas de seu 40º aniversário, o Condor inaugurou mais quatro lojas e chegou ao objetivo de ter 40 delas, instaladas em 15 cidades do Paraná.

A 37ª loja da rede foi inaugurada, em julho de 2014, no bairro Oficinas, em Ponta Grossa, em uma área de 19 mil metros quadrados, dos quais 4,6 mil metros quadrados de área de vendas. O hipermercado, com investimentos de R\$ 40 milhões, gerou 350 postos de trabalho.

Três meses depois, Almirante Tamandaré, com 103 mil habitantes, na Região Metropolitana de Curitiba, foi a 15ª cidade do Paraná a ter uma loja do Condor, a 38ª da rede. Com investimentos de R\$ 35 milhões, o novo empreendimento foi inaugurado em 2 de setembro.

Em novembro, o Condor Super Center abriu sua quinta loja em Ponta Grossa e a 39ª da rede, com investimentos de R\$ 40 milhões e geração de 400 novos empregos. Ponta Grossa é o município que tem o maior número de lojas do Condor depois de Curitiba, onde estão instaladas 17 lojas.

A inauguração da 40ª loja do Condor como marco dos seus 40 anos de existência foi realizada no dia 4 de março de 2015, no município de Campo Largo, a 30 quilômetros de Curitiba. A “Capital da Louça”, com 112 mil habitantes, foi escolhida para mais uma loja, dessa vez um hipermercado, empreendimento que demandou R\$ 40 milhões em investimentos.

Várias ações de marketing e consolidação da marca foram realizadas durante 2014 e nos primeiros meses de 2015 para comemorar os 40 anos do negócio iniciado por Joanir Zonta em 1974.

Foi realizada a campanha “Condor 40 anos, 40 carros”, com o sorteio de 40 veículos Hyundai HB20 vermelhos durante todo o decorrer de 2014 e no início de 2015. Para concorrer, bastava aos

Foto: Marcelo Miranda



Ricardo: “Ele consegue suprir os lados de empresário e de pai”

Sandra: “No momento certo, como ele nos ensinou desde criança”



Foto: Felipe Rosa



Foto: Felipe Rosa

Andréia: “A liderança de meu pai está em seu sangue”

EM 2014, FOI CRIADO O INSTITUTO JOANIR ZONTA, PRESIDIDO POR SEU FILHO E VICE-PRESIDENTE DO GRUPO CONDOR, RICARDO ZONTA, PARA DESENVOLVER E EXECUTAR AÇÕES VOLTADAS ÀS DEMANDAS DE CADA REGIÃO DO ESTADO ONDE ESTÃO INSERIDAS AS LOJAS DO CONDOR.

milhões de consumidores das lojas Condor preencherem cupons que eram emitidos eletronicamente nos caixas das lojas a cada R\$ 50 em compras. Os carros, sorteados do dia 10 de maio de 2014 ao dia 17 de janeiro de 2015, saíram para clientes de lojas de várias cidades, mostrando a capilaridade da rede no estado: Curitiba (20 clientes), Ponta Grossa (6), Londrina (3), Maringá (3), Araucária (3), Paranaguá (2), São José dos Pinhais (2) e Fazenda Rio Grande (1).

Em 2014, também foi criado o Instituto Joanir Zonta, presidido por seu filho e vice-presidente do grupo Condor, Ricardo Zonta, para desenvolver e executar ações voltadas às demandas de cada região do estado onde estão inseridas as lojas do Condor. “Nosso objetivo é proporcionar a mudança de atitude das pessoas, visando ao seu bem-estar por meio da educação, programas culturais, sociais, ambientais e de esporte e lazer, e formar cidadãos comprometidos com o desenvolvimento social”, afirma Ricardo.

Foi um ano festivo. De congratulações, aplausos, prêmios e homenagens e que terminou com um faturamento, somando todas as lojas, de R\$ 3,6 bilhões. Nem os otimistas poderiam prever que uma rede supermercadista chegasse a números tão saudáveis ao final do exercício, em meio a um ambiente de alguma convulsão econômica, com retração em certos setores de consumo.

As explicações são sintetizadas por três dos diretores do Condor: “Temos hoje uma clientela fiel. São 3,8 milhões de pessoas por mês comprando em nossas lojas, o que representa 22% do



Fotos: Marcelo Miranda

Nas comemorações dos 40 anos, o prefeito de Curitiba, Gustavo Fruet (esquerda), Joanir e o governador do Paraná, Beto Richa



O cantor Almir Sater abrilhantou a festa do quadragésimo aniversário



Foto: Felipe Rosa

mercado paranaense”, comenta Adailton, endossado por Wanclei: “Temos também muito cuidado com nossos custos. Exemplifico: os custos com pessoal representam hoje 55% dos custos de uma empresa. Sabemos disso e não fazemos loucuras”. Um dos segredos do Condor, para Adailton, é seu poder de compra junto aos fornecedores e sua logística, com duas centrais de distribuição, o que lhe dá agilidade e margem de negociação para ganhar da concorrência. Há ainda a síntese de Aliceu: “O segredo é levantar cedo e dormir tarde”.

Foram muitas as comemorações dos 40 anos: o Condor conquistou, pelo sexto ano consecutivo, o Prêmio Ímpar, iniciativa do Grupo RICTV em parceria com o Ibope Inteligência; consagrou-se como a segunda marca mais lembrada do Paraná na categoria Grande Empresa do Prêmio Top of Mind da revista Amanhã, ficando atrás apenas da estatal Copel, e conquistou, pelo quinto ano consecutivo, o Prêmio Top of Mind Universitário, da JR Consultoria/UFPR. Seu presidente, Joaquir Zonta, recebeu na Câmara Municipi-



pal de Curitiba os Votos de Congratulações e Aplausos pela história da rede e também, no Clube Curitibano, recebeu o Troféu Francisco da Cunha Pereira Filho, como Personalidade do Ano, concedido pela ADVB-PR.

Paralelamente, o Condor participou da criação do Laboratório de Varejo da Escola de Comunicação e Negócios da Universidade Positivo, com o objetivo de contribuir para a formação de novos profissionais do varejo. E, finalmente, lançou um filme institucional de um minuto no qual seu fundador e presidente homenageia a clientes, colaboradores e fornecedores.

Para encerrar as comemorações de forma ainda mais festiva, Joanir recebeu 2 mil fornecedores no dia 29 de outubro no Restaurante Madalosso, em Curitiba, para um jantar embalado por um show de Almir Sater. Com seu português desprovido de adereços léxicos, emocionado e emocionando, contou a história de superação pessoal e da rede Condor para tornar possível aquele momento.

Foto: Felipe Rosa



UM PARANAENSE - JOANIR ZONTA



*Em Almirante Tamandaré, loja com
investimentos de R\$ 35 milhões*

UM PARANAENSE — JOANIR ZACINTA

Presente ao evento, o governador do Paraná, Beto Richa, que participara de algumas inaugurações de lojas da rede quando era prefeito de Curitiba (2005-2010), comentou que “a história do Condor se traduz em geração de riquezas para o nosso estado e oportunidade de empregos para milhares de pessoas”. O prefeito de Curitiba, Gustavo Fruet, acrescentou: “A história do Condor se confunde com a história da cidade. Fico feliz em ver uma empresa genuinamente curitibana crescer e se tornar uma das maiores do Brasil”.

No evento, foi lançada a primeira edição do Prêmio Top Fornecedores Condor, “criado com o envolvimento de todas as diretorias da rede para retribuir a parceria com os fornecedores que se destacaram em 2014 ao oferecerem condições competitivas à empresa para atuar em um mercado que apresenta grande concorrência”, explicou Nascimento, diretor de Operações. Os primeiros vencedores foram: Paraná Banco, Fast Gôndolas-Eletrofrio, Copel Telecom, Rede Massa-SBT, Britânia, Frimesa e Reckitt Benckiser.

Segundo a Abras, mesmo antevendo dificuldades para 2015 e anos seguintes, o setor supermercadista no país mantém números que devem ensejar investimentos: o setor foi responsável por 85% da venda de alimentos no Brasil em 2014. No mesmo ano, o consumidor paranaense foi ao supermercado em torno de 480 milhões de vezes.

Quarentão, o Condor continuou sua vida em 2015. No dia 17 de janeiro, realizou o nono sorteio da campanha “Condor 40 anos, 40 carros”, finalizando uma promoção que distribuiu mais de R\$ 1,2 milhão de prêmios aos clientes. Foram depositados milhões de cupons nas urnas, resultando em impressionantes 26 toneladas de papel.

A primeira reinauguração de 2015 se deu na Lapa, no dia 21

QUARENTÃO, O CONDOR CONTINUOU SUA VIDA EM 2015. NO DIA 17 DE JANEIRO, REALIZOU O NONO SORTEIO DA CAMPANHA “CONDOR 40 ANOS, 40 CARROS”, FINALIZANDO UMA PROMOÇÃO QUE DISTRIBUIU MAIS DE R\$ 1,2 MILHÃO DE PRÊMIOS AOS CLIENTES.

de março, no endereço da antiga loja comprada do ‘seu’ Expedito. Com investimentos de R\$ 15 milhões, o Condor daquela cidade passou por completa revitalização, a começar pela duplicação do espaço físico, que ficou com 2,8 mil metros quadrados. O quadro de funcionários foi ampliado de 135 para 217 pessoas.

Aos quarenta anos, o Condor tem números superlativos e o futuro previsto: crescimento, com os mesmos compromissos que o fizeram destacar-se no cenário nacional. “O compromisso que o Condor quer manter é o de ajudar o consumidor a economizar, oferecendo produtos de qualidade, uma grande variedade, ofertas que contribuam para o orçamento familiar e colaboradores constantemente treinados para oferecer o melhor atendimento. Ou seja, estar sempre de mãos dadas com o nosso cliente”, garante Ricardo.

Para 2016, as linhas estão traçadas: um total de 45 lojas, faturamento de R\$ 4 bilhões, expansão da atuação para Santa Catarina (com a primeira loja em Joinville), consolidação entre as dez maiores empresas supermercadistas do Brasil e ampliação da equipe para 12 mil colaboradores diretos.

Essas metas são determinadas, o quanto possível independentes da situação do país, embora, como em toda a atividade econômica, o setor supermercadista sinta os sintomas agudos da crise configurada no primeiro semestre de 2015.

Sente, mas cresce. No início de 2015, o quadro econômico no

*No bairro Champagnat, em
Curitiba, a loja revitalizada*





Foto: Marcelo Miranda

UM PARANAENSE - JOANIR ZONTA

Santa Felicidade: ampliação em 2007



Fotos: Marcelo Miranda

UM PARANAENSE – JOANIR ZONTA



*Lapa - Centro:
reinaugurada em março de 2015,
investimentos de R\$ 15 milhões*

*A loja Araucária Centro marcou, em 1981,
o início da informatização da empresa*



Loja no Pinbeirinho, transformada em hipermercado em 2006

Marechal: revitalizada



Fotos: Marcelo Miranda



A loja antiga em Paranaguá, desde 1997



A loja em Campo Comprido, inaugurada em 2012

Em São Braz, o Condor abriu suas portas nos anos 1980



Fotos: Marcelo Miranda



Sítio Cercado: inauguração em 2004

UM PARANAENSE – JOANIR ZONTA

*São José dos Pinbais: loja adaptada
para hipermercado em 2001*



Loja em Apucarana: desde 2011, sistema de climatização ecológica

*Na Avenida das Torres, investimentos
de R\$ 22 milhões no hipermercado*





Foto: Marcelo Miranda

UM PARANAENSE - JOANIR ZONTA

A loja de Maringá na Avenida Paraná: desafios logísticos e compensação mercadológica



Fotos: Marcelo Miranda



Em Araucária, loja inaugurada em 2003 e ampliada para hipermercado em 2011



No bairro Santa Cândida, investimentos de R\$ 9 milhões em estoques e equipamentos



A primeira loja em Campo Largo foi inaugurada em 2008



Fotos: Marcelo Miranda



No Abu, loja inaugurada em 1990

Ponta Grossa, a primeira das cinco lojas da cidade



A loja do bairro Nova Rússia, em Ponta Grossa, tem 4 mil metros quadrados de área de venda

A loja do Novo Mundo foi projetada para atender uma média de 52 mil pessoas por mês



Fotos: Marcelo Miranda



Loja do Cristo Rei: inaugurada em 2006



Em Fazenda Rio Grande, investimentos de R\$ 20 milhões



*Água Verde, investimentos de R\$ 40 milhões:
6 mil metros quadrados de área de venda*

Condor
HIPERMERCADOS

Foto: Felipe Rosa

UM PARANAENSE - JOANIR ZONTA

Fotos: Marcelo Miranda



A loja no Umbará: presença forte do Condor





*Em São José dos
Pinhais, investimentos
de R\$ 40 milhões
para o hipermercado
mais moderno da
América do Sul*



No bairro Cajuru, em Curitiba, loja com 280 postos de trabalho

Na Avenida Colombo, a segunda loja em Maringá





Foto: Marcelo Miranda

UM PARANAENSE - JOANIR ZONTA

Em Castro, 13ª cidade onde o Condor se fez presente: R\$ 25 milhões para a construção da loja

Fotos: Marcelo Miranda



Em Colombo, R\$ 30 milhões em investimentos e condições para atender 200 mil consumidores por mês



Loja inaugurada em 2012, em Pinbais

Ponta Grossa, Jardim Carvalho



Fotos: Marcelo Miranda





Na Avenida Winston Churchill, Central Administrativa e loja somam 26 mil metros quadrados

A large, modern commercial building with a corrugated metal facade. The building features a prominent logo on its side. Below the main facade, there is a covered parking area supported by several pillars. Several cars are parked in the lot, and yellow arrows are painted on the asphalt. The sky is clear and blue.

Condor
HIPERMERCADOS

UM PARANAENSE - JOANIR ZONTA

190

Foto: Marcelo Miranda

Em Campo Largo, um empreendimento emblemático: a quadragésima loja do Condor



país não se apresentava diferente. Mas, mesmo assim, o setor supermercadista mantinha números otimistas: representou 5,3% do PIB do país em 2014, com 83,6 mil lojas funcionando e 1,765 milhão de funcionários diretos.

Os supermercados registraram no Brasil um faturamento de R\$ 294,9 bilhões em 2014, com crescimento real de 1,8% em comparação a 2013, de acordo com a Abras. “Parece pequeno, mas comparado às projeções do PIB que andam em torno 1% negativo, temos que comemorar”, ressalta Joanir.

Entretanto, três informações são suficientes para desnudar o perfil econômico crítico do país no início de 2015: a corrosão do PIB (o governo e o mercado reconhecem que ele será negativo em 2015, com uma retração de cerca de 2%), o fechamento no mercado de trabalho formal de 345 mil postos no primeiro semestre do ano, segundo o Ministério do Trabalho e Emprego, e o recuo de 4,5% no desempenho do varejo em maio de 2015 ante o mesmo período de 2014. “Claro que sofremos com a crise, como todo mundo sofre. O faturamento se torna insuficiente, e as despesas, crescentes. Mas, como nossa empresa é capitalizada, nosso propósito é crescer, ocupar espaços. Enquanto outros não podem fazer isso, nós podemos”, afirma Aliceu.

“Na época de vacas gordas, todo mundo pode investir, não há problemas. Mas, na época de vacas magras, quem está capitalizado tem que se desenvolver, crescer, investir ainda mais”, opina Wanclei.

O capital de giro do grupo por mês, segundo Adailton, é de R\$ 260 milhões. Esse “colchão”, suporte de reserva financeira, permite ao Condor crescer mesmo em épocas de retração econômica.

“A única saída será sempre tomar medidas criativas e arrojadas para enfrentar as dificuldades que se apresentam na esfera econômica, ainda que tais dificuldades sejam frutos de uma con-

juntura política que visa apenas aos interesses exclusivos de alguns e não de uma nação”, comenta Joanir, referindo-se ao setor e, evidentemente, aos rumos do Condor.

“O Brasil passa por uma grave crise política, que pode se refletir nos números do setor supermercadista no próximo biênio. Mas cabe a nós agir e nos reinventarmos, minimizando a influência econômica”, complementa.

As maneiras de reinvenção de Joanir sempre passam pela melhoria do atendimento ao consumidor e pelo crescimento de sua rede de lojas. Por isso, comemorou a medida determinando a rotulagem de produtos de hortifrutí, que entraria em vigor em junho de 2015, resultado de mais de 210 horas de negociação entre as associações supermercadistas com o Ministério Público, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, a Secretaria da Agricultura, a Federação da Agricultura e universidades, entre outras instituições, com o objetivo de facilitar a rastreabilidade de frutas, legumes e verduras e oferecer um produto de maior qualidade para o consumidor.

Até 2016, está prevista a abertura de mais cinco lojas do Condor, a começar por Joinville, em Santa Catarina. A 140 quilômetros de Curitiba e a 180 de Florianópolis, Joinville, com 560 mil habitantes, é o município mais populoso de Santa Catarina e a terceira cidade da região Sul do país. A cidade, onde o Condor investirá R\$ 55 milhões na construção de sua loja, tem o 21º IDH do Brasil.

“Do ponto de vista logístico, de custos e de mercado, Joinville e as cidades mais próximas de Santa Catarina estão em nossos planos prioritários de crescimento”, afirma Wanclei, endossado por Aliceu: “Já estamos estudando a segunda loja em Joinville. Daqui a um tempo, teremos quatro lojas na cidade. O mercado joinvilense, apesar de a população ser maior do que a de Londrina, tem um terço a menos de supermercados”.

Outras lojas devem ser abertas pela rede até 2016 em Araucária, Pinhais (2015) e Curitiba, no bairro Boa Vista, cujo projeto está em andamento. “Nossas centrais de distribuição, que distribuem 50 mil caixas por dia só de produtos perecíveis, são um dos nossos diferenciais mais fortes. Nossa logística nos facilita o trabalho. As filiais mais longe estão a 400 quilômetros de Curitiba, em Maringá. Só as duas lojas de Maringá, a de Londrina e a de Apucarana não recebem produtos hortifrutigranjeiros das CDs. Precisamos pensar nisso na hora de planejar o crescimento”, diz Wanclei.

O tamanho do Condor pode ser medido inclusive pelo abastecimento de sua frota, em deslocamentos só na Região Metropolitana de Curitiba: mensalmente, são gastos 150 mil litros de combustível, dos quais 95% de diesel.

O Condor não pretende afastar-se de sua razão de ser - atuar e crescer no mercado supermercadista - e da visão de mundo de seu criador, Joanir: “Todos os nossos consultores sempre nos disseram que tínhamos que ter um segundo negócio. Pra quê? Pode ser, mas o supermercado, como negócio, é a melhor coisa que existe”, sustenta.

A meta da diretoria é consolidar a posição da empresa entre as cinco maiores do setor no país. A oferta de produtos será um diferencial significativo nessa disputa. Antigamente, os supermercados ofereciam apenas produtos na maior parte básicos, inclusive na alimentação. Hoje, a realidade mudou, com produtos de qualidade e marcas reconhecidas, não só no setor de alimentação, mas igualmente no têxtil (cama, mesa e banho), vestuário e de calçados - com coleções alinhadas à moda e às tendências de cores e modelagem - e no setor de eletrodomésticos.

No futuro próximo, a tendência, além de toda a variedade de produtos oferecidos pelo Condor, é, segundo Adailton, a venda de serviços, desde cartões para celulares a viagens em agências

especializadas e outros serviços abrigados em setores diversos do comércio. “Vamos ampliar o leque de itens em nossas lojas”, anuncia.

Wanclei, por enquanto, impõe limite a uma ampliação: o *e-commerce*, de momento, está em estudo no horizonte do Condor. “Enquanto não provarmos que dá boa rentabilidade, não vamos aderir. Se eu tirar a rentabilidade da empresa, ela não cresce. Vamos ter que avaliar bem essa opção”.

Conforme Wanclei, as empresas no país acabam falindo por duas razões muito fortes: falta de comando e diversificação exagerada de mercados, sem focalizar no principal. Esses problemas, segundo ele, o Condor não tem. O comando, apesar de democratizado, sempre existiu, desde os primeiros minutos da empresa, e tem nome e endereço.

“Apesar do comando do meu pai, ouvimos a todos, olhamos tudo pelo lado cultural, emocional, de imagem, fazemos com que os funcionários se sintam no mesmo nível. A pior coisa da vida é você trabalhar sentindo que não faz diferença”, comenta Ricardo.

A diversificação, a prospecção e a realização de novos negócios não são objetos afastados do Condor, desde que estejam ligados ao núcleo principal do grupo. “Meu pai vive para o Condor. Em qualquer negócio que venhamos a fazer, o foco será o Condor”, diz Ricardo, vice-presidente da empresa.

“GOSTARIA DE COMEMORAR O CENTENÁRIO DO CONDOR”

“EU E MEUS FILHOS CONVERSAMOS COM MUITAS
EMPRESAS E CONSULTORIAS, FREQUENTAMOS
CURSOS, TRABALHAMOS PARA TER A EMPRESA
DEVIDAMENTE PREPARADA PARA QUE NÃO SOFRA
TRAUMAS QUANDO EU ME AFASTAR”



Foto: Felipe Rissa

Joanir: "A empresa está pronta e eles estão preparados para assumi-la"

A SUCESSÃO É um capítulo à parte para Joanir. Quando iniciou o Condor, foi para sobreviver. Passados 40 anos e já em curso do 41º, com o sucesso de seu empreendimento, o que o move, revela, é que tudo o que ele construiu se perpetue. “Nos últimos dez anos, aprofundamos a discussão e os estudos sobre sucessão. Eu e meus filhos conversamos com muitas empresas e consultorias, frequentamos cursos, trabalhamos para ter a empresa devidamente preparada para que não sofra traumas quando eu me afastar”, comenta o patriarca.

Ao mesmo tempo, confessa: “Tenho que me preparar psicologicamente para a sucessão. Gostaria de comemorar o centenário do Condor”.

Rodeado em sua sala de trabalho por seus filhos Sandra, Andréia e Ricardo, ele frisa: “A empresa está pronta, eles estão preparados para assumi-la, e, além disso, temos um corpo diretivo de muita qualidade”.

Do ponto de vista empresarial, foi criada uma holding, com participação de sua empresa e das empresas dos filhos, o que garante segurança para o Condor e para o mercado. Mas o fundamental, para Joanir, é que seus filhos mantenham os princípios que o guiaram desde o primeiro dia de seu empreendimento. “Nunca atrasei um dia no pagamento dos funcionários e dos fornecedores. Nunca faltei aos meus compromissos, nem que fosse preciso recorrer a empréstimos bancários. Eles sabem, porque sempre lhes ensinei: é preciso crescer com trabalho e com os nossos recursos”.

Os filhos concordam: nem admitem que a cartilha não seja a mesma de seu pai. O comando da empresa poderá ser dividido pelos filhos, com a escolha de um presidente entre eles. Ou a sua participação em um Conselho de Administração, com a profissionalização da direção da empresa. Joanir acredita que Sandra,



Foto: Felipe Rosa

A sucessão, para Joanir e filhos, é um capítulo – tranquilo – à parte

Andréia e Ricardo optarão pelo primeiro formato, inclusive, como preconiza seu pai, com um rodízio na presidência.

Ele reluta em se ver longe do dia a dia do Condor. “Posso colocá-los na linha de frente e, como apoio, presidir o Conselho de Administração. A maior força está em juntar a energia dos jovens com o conhecimento do idoso”.

Os quatro têm estudado e analisado os porquês de as empresas familiares, inclusive paranaenses, falirem depois do afastamento de seu criador. “Geralmente, isso acontece porque o fundador era uma pessoa muito concentradora do negócio e das informações. Quando ele se afasta, os filhos não sabem nada da empresa. Ou todo filho entra como diretor da empresa e sem conhecer seu funcionamento”, comenta Joanir. Ele repete uma ideia, compartilhada por toda a diretoria: “A empresa acaba por falta de comando ou de foco em seu negócio principal”.

Sandra revela tranquilidade ao abordar o assunto: “No momento certo e na hora certa, tudo será como ele nos ensinou desde crianças, fazendo com que conhecêssemos a empresa”.

Andréia, que, como seus irmãos, tem participado de congressos sobre a sucessão em empresas familiares, segue a mesma linha: “O essencial é a parte psicológica de cada um, pois do ponto de vista técnico estamos nos capacitando e temos um assessoramento muito forte na diretoria do Condor. Tenho certeza de que, ao escolhermos um presidente, os outros terão um comportamento correto, de colaboração. A sinergia será mantida entre os três. A sucessão será suave. Cada um poderá ter a sua opinião, mas o que valerá será o consenso”.

Ricardo, que revela grudar no pai e “sugar” tudo o que pode aprender com ele em todos os setores, diz que o aprendizado vai além: “Ele tem o controle de tudo. Sabe o que está falando, desde a construção de uma loja à escolha dos produtos, tudo.



Fotos: Felipe Rosa

Joanir reúne a diretoria, ouve a todos e decide



Periodicamente, Joanir reúne-se com a diretoria e os gestores de sua empresa

UM PARANAENSE – JOANIR ZONTA

ENDOSSADO PELAS IRMÃS E POR JOANIR, RICARDO REPETE OS ENSINAMENTOS DO PAI: “O COMPROMISSO ESTÁ NO DNA DE NOSSA EMPRESA, TANTO COM OS FORNECEDORES E FUNCIONÁRIOS, QUANTO COM OS CLIENTES”.

Sua base é muito sólida. Aprendo com seus pontos de vista e decisões”.

Endossado pelas irmãs e por Joanir, Ricardo repete os ensinamentos do pai: “O compromisso está no DNA de nossa empresa, tanto com os fornecedores e funcionários, quanto com os clientes”. E complementa: “Todo mundo tem um dom. Quem faz o que gosta, como meu pai, consegue ser feliz e ter ótimos resultados”.

É para esse patrimônio pessoal e empresarial (que ele começou com a primeira loja nos anos 1970 e avaliado por especialistas em R\$ 4 bilhões no início de 2015) que vivem Joanir Zonta e seus herdeiros.

Foi em seu bairro natal, onde é impossível desvencilhar-se de um passado de polenta e vinho caseiro, carroções de madeira cavando sulcos no chão, mesmo às margens das duas pistas da BR-116 e da modernidade da Linha Verde, que Joanir tantas vezes tentou e voltou a morar definitivamente em 1992, em volta de filho pródigo.

Do antigo Umbará, restam resquícios esfumaçados dos tempos de Biagio Zonta e das 16 famílias pioneiras de italianos. Nem mesmo as olarias, que já foram as turbinas econômicas do bairro que nasceu do barro, sobreviveram. No território de 22,4 milhões de metros quadrados do Umbará, ao longo dos oito quilômetros asfaltados da Avenida Nicola Pellanda, a mais famosa do bairro, estão conservados sobrenomes pioneiros que convivem com os que acabaram de chegar.

Às margens da avenida e das ruas que dela serpenteiam, es-

parramam-se, ainda intocadas, grandes manchas verdes da época da colonização, amontoados de casas humildes ou improvisadas em loteamentos populares ou invasões, nos chamados bolsões de miséria, domicílios antigos da época dos *nonnos* e *nonnas*, ricos lançamentos imobiliários com condomínios fechados, além de mansões de fino trato.

A paisagem antes campestre é agora atropelada pela velocidade de centenas de automóveis, em meio a um comércio diversificado e sinalização às vezes confusa, mas conserva a estrada de ferro e a presença santa da Matriz de São Pedro.

Joanir aninha-se, com sua esposa, Lindacir, em um imóvel de 24 mil metros quadrados, em ambiente cinematográfico protegido pelo primeiro apóstolo da Igreja Católica, Pedro, seu xará, cuja igreja é sua vizinha, e por cães amestrados para evitar visitas desagradáveis. A chácara vinha sendo preparada antes mesmo de 1992, quando Joanir ainda morava em apartamento, para ser um local de descanso nos fins de semana. Virou sua residência fixa. Sua casa, vizinha à de sua primeira filha, Sandra, em meio a esse paraíso de alma rural, com extensos jardins e um grande lago, abriga uma coleção de oito carros antigos, estacionados em um setor separado do moderno e luxuoso Mercedes que possui.

Aos domingos pela manhã, Joanir e Lindacir vão à missa na

JOANIR ANINHA-SE, COM SUA ESPOSA, LINDACIR, EM UM IMÓVEL DE 24 MIL METROS QUADRADOS, EM AMBIENTE CINEMATOGRAFICO PROTEGIDO PELO PRIMEIRO APÓSTOLO DA IGREJA CATÓLICA, PEDRO, SEU XARÁ, CUJA IGREJA É SUA VIZINHA.

Sua casa, de arquitetura moderna, em meio ao “paraíso rural”



Foto: Felipe Rosa



Foto: Felipe Rosa

Em companhia de veículos em miniatura, a paz



Ele tem uma coleção de jóias raras: automóveis antigos



Foto: Felipe Rosa



Foto: Marcelo Miranda

Joanir, com seis dos seus sete netos

igreja onde se casaram. Ele invariavelmente comunga, costume que mantém desde criança e que foi temporariamente interrompido apenas enquanto esteve separado de sua primeira esposa e seu segundo casamento no religioso não fora ainda realizado. “Adoramos curtir nossa casa. Mexemos nas plantas, ele olha qualquer obra que esteja fazendo por aqui, assistimos TV e somos viciados no computador. Nos fins de semana, não saímos daqui”, diz Lindacir.

O casal deu muito certo, ela garante: “Somos a tampa e a panela”. O relacionamento com os filhos e toda a família de Joanir é ótimo, segundo sua companheira. Os filhos de Joanir a tratam como a “mãezona”. Eles continuam com o costume de juntar toda a família à mesa, como no tempo em que a *mamma* Faustina era viva.

Anualmente, em março, depois que todos os diretores do Condor voltam de suas férias, o casal viaja. Começam com um cruzeiro: “Gostamos muito de navegar”, explica Lindacir. Depois, visitam outros lugares e povos. “Conhecemos muitos países. Mas adoramos ir aos Estados Unidos, à Disney”, diz. Com o marido, visitou Cassola, na Itália. “Falei pro Joanir: quando nos aposentarmos, vamos morar lá. É um lugar tranquilo como era o Umbará antigamente”.

No quintal, sabiás, canarinhos da terra, azulões e outros pássaros disputam fatias de mamão e outras frutas retiradas das gôndolas das lojas por apresentarem algum defeito. Nas águas mornas e mansas do lago, tilápias, carpas e bagres nadam despreocupados, disputando pequenas larvas, gramíneas ou quilos de ração, e fazem a alegria de um dos hobbies de Joanir, praticado muito raramente, além de cuidar das plantas e “mexer nas coisas em casa”: pescar.

te, ele caminha pelas trilhas da chácara. “Quanto vale todo o patrimônio do Condor?” Afunda os olhos na mansidão profunda do lago, traga várias vezes o cigarro, esticando a visão para longe ou recolhendo-a para perto. “Sei lá. Pra que vender? Eu não quero comprar iate, avião, casas na Europa, prédios, sei lá. Estou feliz com o que tenho. Tenho minha esposa, com quem vivo feliz há quase 20 anos, com respeito e harmonia. Nunca houve sequer uma palavra ofensiva entre nós. Tenho meus filhos, sempre junto de mim. Tenho meus sete netos, de quem gosto muito e reparo que eles têm um carinho muito grande pelo *nonno*. Tenho meus sobrinhos e muitos amigos, entre esses estão aqueles a quem posso oferecer mais de 10 mil empregos. Eu vivo a minha família e a minha empresa. O supermercado e a família são minha vida”.



Foto: Acervo da família Zonta

A altivez da igreja da Paróquia de São Pedro

BIBLIOGRAFIA

Na intimidade do sucesso, Ricardo Hubner. Curitiba, 2009.

Umbará – um bairro na história da cidade, Boletim Informativo Casa Romário Martins – vol. 23 – número 117. Curitiba, dezembro de 1996.

Pedaços de muita vida – a história de 122 anos da Associação Comercial do Paraná –, Nilson Monteiro, Curitiba, 2012.

Discurso de posse na Associação Paranaense de Supermercados (Apras), Joanir Zonta, Curitiba.

Inflação brasileira, Décio Garcia Munhoz, Departamento de Economia da Universidade de Brasília.

Gazeta do Povo, 9 de novembro de 2011, Curitiba. ‘*A vingança do Umbará*’. José Carlos Fernandes.

Gazeta do Povo, 3 de outubro de 2010, Curitiba. ‘*Todos ao redor de seu Joanir*’. Grace Barbosa.

Gazeta do Povo, 2 de março de 2005, página 19, Economia, Curitiba.

Folha de Londrina, 19 de fevereiro de 2005. Londrina.

Valor Econômico, 9 de maio de 2005. São Paulo.

Revista Super Varejo, maio de 2005, n° 169, página 242.

Revista Super Varejo, dezembro, 2010, n° 121, página 90.

Gazeta Mercantil, junho, 2007, São Paulo, página B11.

Jornal de Londrina, novembro de 2007. Londrina, página 8.

Revista SuperHiper, dezembro de 2009 e janeiro de 2010, página 12.

Indústria & Comércio, outubro de 2011, página B4.

Foto: Felipe Rosa

UM PARANAENSE - JOANIR ZONTA

210

*Joanir: "O supermercado e a
minha família são a minha vida"*





ISBN 978-85-69126-01-0

