



132

Folha n.º	de proc.
475	de 1995

Câmara Municipal de São Paulo

LIDO HOJE
ÀS COMISSÕES DE 23 MAI 1995
COMISSÃO ESPECIAL PROJETO DE LEI
POLÍCIA URBANA, MANUTENÇÃO
EQUILÍBRIO, CUSTEIO
FINANÇAS E ORÇAMENTO
PR. DENTE

01 - PL

01-0475/1995

Dispõe sobre a alteração de denominação de logradouro público, situado no Bairro Jardim Nadir, de estrada de Campo Limpo (Cadlog 346829-9), para Avenida Matias Machline, e dá outras providências.

REJEITADO
23 SET 2009
A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO, decreta:
PRESIDENTE

Art. 1º - Fica o Executivo obrigado a alterar a denominação de logradouro público, situado no Bairro Jardim Nadir, de Estrada de Campo Limpo (Cadlog 346829-9), para Avenida Matias Machline.

Art. 2º - As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias suplementadas se necessário.

Art. 3º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala das Sessões, 23 de maio de 1995

SEÇÃO DE REVISÃO
23 MAI 1995
-DT. 10-

Wadih Mutran
WADIH MUTRAN
Vereador

Folha n.º	3	de pro.
n.º	475	de 1995
<i>Ed</i>		

Projeto de lei - muda o nome da Estrada de Campo Limpo para
Av. Matias Machline

Justificação

Dois empresários marcaram o presente século pelo seu dinamismo e poder de pioneirismo, capazes de justificarem que alguém consiga, partindo do nada razante, chegar a metas inatingíveis.

Um, no começo desta centúria, o italiano Francisco Matarazzo, a quem São Paulo reconhecia, como homenagem póstuma concordou que fosse epônimo de uma de suas principais avenidas, - Av. Água Branca, - que passava exatamente em frente de sua fábrica.

Outro, Matias Machline, gaúcho de Bagé, como Matarazzo, paulistano, por adoção e por amor, à cidade, cuja

Folha n.º	5	de proc.
n.º	475	de 1985
<i>[assinatura]</i>		

Outros destroem o já feito por falta de talento e aptidão. A história do capitalismo está repleta de lances-fascinantes, de empreendedores que vieram do nada e montaram empresas sólidas, alguns impérios. Não há fórmula, não há regra geral que se possa tirar dessas histórias. Revisitados os passos dos empreendedores, tudo o que algumas pessoas são tocadas por uma certa magia, têm uma mistura de esperteza, visão de futuro, sorte, audácia. Têm uma química que os distingue. Era sábado de tarde, quando Matias Machline decidiu fundar sua empresa. Era o mês de novembro de 1961. Dia seguinte, domingo, já estava tomando as primeiras providências. Ele tinha menos de 30 anos, mal conhecia São Paulo e acabara de perder o emprego na empresa que o trouxera de Porto Alegre. Decretada e instalada a empresa de importação de máquinas de escritório, era preciso descobrir o que e de onde importar. Seu primeiro fabricante exclusivo foi conquistado numa feira de máquinas no Parque do Ibirapuera. Ninguém sabe exatamente como ele conseguiu convencer os diretores da Buromaschinen Export, da Alemanha Oriental, donos da mais moderna tecnologia da época, a fecharem um contrato de exclusividade com um

Folha n.º	6	de proc.
n.º	475	de 1995
<i>Ed</i>		

estreado no mundo dos negócios. Aqui dentro, enfrentou até veto político. "Eramos acusados de vender máquinas comunistas", contou ele certa vez. Logo ele, filho de um ucraniano e de uma russa refugiados no Brasil, fugindo exatamente do comunismo. Fior não era a convicção política das máquinas, mas sua aparência. Medonhas, de cor indefinível, verdadeiros monstros do design e competindo com outras bem mais graciosas da NCR, Olivetti e Burroughs. Como é que um plano assim deu certo? Matias Machline inventou um truque infalível. Descobriu que os concorrentes punham contadores para vender. Eles sabiam explicar o funcionamento da máquina, mas não empolgavam não tinham carisma, a química do comércio. Ele contratou e treinou um outro tipo de profissional: os vendedores. "A primeira exigência feita ao funcionário é que ele gostasse de vender", contou ele. Uma vez, numa feira em Leipzig, Machline viu pela primeira vez uma IME, calculadora eletrônica italiana. Trouxe a novidade para o Brasil. Quando ela foi superada pela marcas japonesas, ele passou a vender as calculadoras Sharp. Um dia, descobriu que o seu produto estava ficando caro demais diante

Folha n.º	7	de proc.
n.º	475	de 1995
<i>Ed</i>		

de outras japonesas que inundavam o mercado. Tomou o avião e foi para o Japão, apesar de não falar, na época, qualquer palavra em outra língua. Lá, não se sabe como, descobriu o que estava errado em seu negócio: a trading que fazia a ligação entre ele e os japoneses estava cobrando um sobrepreço exagerado. Fez um contrato direto, aumentou as vendas no Brasil e iniciou longa parceria com os japoneses. Machline conseguiu coisas incríveis deles. Certa vez foi ao Japão com a seguinte proposta: que os japoneses deixassem de ser apenas fornecedores dos produtos importados por Machline. Que se embrenhassem na mata, na qualidade de sócios da empresa e instalassem a primeira fábrica de calculadoras eletrônicas de Manaus. Para isso teriam que desembolsar US\$ 60 mil por 10% da empresa que passaria a se chamar Sharp do Brasil. Eles toparam. Com dinheiro e tempo curtos, a fábrica foi instalada num galpão que tinha o chão em declive -- fora construído para ser secador de grãos -- mas era o único espaço disponível. Na inauguração, o almirante Augusto Rademaker estranhou e quis saber o motivo da desconfortável arquitetura. "Exigência técnica dos japoneses", inventou-se na época.

Para que seu produto ~~tivesse~~ ~~sucesso~~ num mercado cheio de concorrentes, Machline montou uma assistência técnica imbatível. Anos depois, Machline apresentou aos japoneses nova proposta: que eles comprassem mais 15% do capital da empresa para instalar em Manaus a primeira fábrica de TV em cores. Só que desta vez o capital estava mais caro, bem mais caro. Os japonese toparam e desembolsaram US\$2,5 milhões. Para conquistar espaço num mercado dominado por Semp, Admiral, Philco, Philips, Machline montou a "assistência técnica ativa": o funcionário da Sharp visitava o cliente para ver se o aparelho estava funcionando bem, independentemente do chamado do cliente. Ele estava inventando o conceito do "atendimento pós-venda" que só agora se estende como uma arma de competitividade empresarial. Se existe um fato que se repete ao longo da movimentada vida empresarial de Matias Machline, é que ele sempre via primeiro a oportunidade. Além de ter sido o primeiro a trazer a calculadora, o primeiro a ir para Manaus, o primeiro a instalar uma fábrica de TV em cores, foi o primeiro a perceber determinados nichos de mercado. Viu, por exemplo, logo nos primeiros dias da sua

Folha no.	9	de proc.
n.º	475	da 19 95
<i>Ed</i>		

empresa, que a indústria automobilística seria o motor do crescimento nos anos 60 e 70. "Ataquei esse mercado com entusiasmo", me disse certa vez. Foi um dos pioneiros na automação bancária, um dos primeiros a apostar na informática, o primeiro a perceber que a reserva de mercado havia acabado. Ele era considerado meio traidor entre os nacionalistas da informática, quando começou a fazer associações com empresas estrangeiras. E ao se associar, para desespero dos xiitas, escolheu parceiros símbolos da economia americana: AT&T e IBM. Machline era tão compulsivo na busca do futuro que as conversas mais difíceis que tive com ele foram as entrevistas para preparar um texto que contava a história da empresa. Indisciplinado, ele relatara um caso do passado apenas como pretexto para fazer uma ponte para o futuro. Eu chamava a sua atenção para o fato de que estava ali para escrever a história da empresa e ele protestava: "Quem liga para o passado"? "Eu me esqueço de tudo". Uma vez, no começo dos anos 90, ele me disse que o país rapidamente deixaria de vender dois milhões de televisores por ano para pular para quatro milhões e, para mostrar que apostava tudo

nisso, disse: "Estou ~~preparado para dobrar~~ a produção." Os dois últimos anos lhe deram razão. Na nossa última conversa, ele dava sinais de que estava disposto a dobrar a aposta. Achava que até o final da década, com a estabilização e a retomada do crescimento, o país estará consumindo dez milhões de TVs. Matias Machline, fazedor de empresas, farejador do futuro, fará falta nesta nova etapa de crescimento da economia brasileira, que mesmo quem não tem seu talento pode vislumbrar."

O cronista Salomão Schartzman publicou na Revista Manchete de 20.8.94 este belíssimo trabalho.

"MATIAS MACHLINE - O empresário símbolo do Brasil grande - O empresário Matias Machline, presidente do grupo Sharp, morreu na noite da última sexta-feira, dia 12, num acidente de helicóptero nos Estados Unidos. Ele se encontrava no país para participar de reuniões na multinacional AT&T, com a qual o grupo mantém sociedade. Na sexta-feira, Matias e sua esposa, Marina Araújo, partiram de Nova Iorque, de helicóptero, para passar

reilha no	11	de proc.
n.º	475	de 1995
<i>[assinatura]</i>		

o fim de semana em Atlantic City, distante 180 quilômetros. O aparelho caiu numa região de florestas em Manchester, na metade do trajeto, e explodiu. Morreram o casal e o piloto. Segundo a polícia de Manchester, a noite estava clara, sem chuvas ou vento. Machline nasceu em Bagé, no Rio Grande do Sul, em 9 de julho de 1933. Filho de imigrantes russos, estudou em Porto Alegre, onde começou a trabalhar num banco. Logo manifestou o seu afiado tino comercial, quando deixou de ser bancário para trabalhar como representante de vendas no setor de máquinas de escritório. No primeiro mês, ganhou 20 vezes o salário que recebia no banco. Em 1961, com apenas 25 anos, ele foi transferido para São Paulo como diretor da empresa. Em dezembro do mesmo ano, já havia montado o seu próprio negócio, a CIMPRO - Companhia Importadora de Máquinas para Processamentos de Dados, que abocanhou a participação de 80% do mercado. No final da década de 60, entrou no ramo de eletroeletrônicos através da parceria comercial com a Sharp Corporation do Japão. Em 1969, saltou da representação da marca japonesa no Brasil para a sua produção: fundou a Sharp do Brasil S/A, fábrica de

Folha nº	12	de pros.
n.º	475	do 1995
<i>CA</i>		

calculadoras eletrônicas na Zona Franca de Manaus. Em dois anos, a empresa que possuía participação minoritária da Sharp japonesa tornou-se a mais moderna fábrica de TV em cores do Brasil. Sempre pioneiro, Machline foi o primeiro a fabricar videocassetes e videocâmeras no país. Em 1978, percebendo o potencial de crescimento da informática, o empresário criou a SID que, na década seguinte, conquistou a liderança do setor de automação bancária. Também passou a atuar em telecomunicações com a criação da SID Telecon em 1986. No ano passado, valorizando a importância das parcerias estrangeiras para obter tecnologia de ponta, Machline associou-se à AT&T, maior empresa de telecomunicações do mundo. A Sharp Equipamentos Eletrônicos tem hoje cerca de 8.500 funcionários e faturamento anual de US\$ 680 milhões. No momento o grupo, que é um dos principais fabricantes de eletroeletrônicos do país, promove uma profunda reestruturação para vencer uma dívida de 290 milhões de dólares e "permitir crescimento mais ordenado e eficiente", segundo sua assessoria de imprensa. Os resultados já se revelam. Neste primeiro semestre, o grupo faturou R\$427,4 milhões,

Folha n.º	13	de proc
n.º	2725	de 1995
<i>Ad</i>		

que representa crescimento de ~~36,6%~~ em relação ao faturamento do primeiro semestre do ano passado, contabilizando lucro líquido de R\$3,1 milhões, Matias Machline deixa quatro filhos do primeiro casamento, com Carmem Teresa: José Maurício (vice-presidente do Conselho de Administração da Sharp e apresentador do programa Por Acaso... da TV Manchete) Sérgio, Carlos Alberto e Paulo, e a filha Sofia, do segundo casamento, além da neta Giovana."

Homenagens foram realizadas pela FIESP entidades de classe, jornalistas, todos enaltecendo quem, sem dúvida, foi nome de muito respeito no mundo empresarial de São Paulo, que adquiriu um crédito de vir a ser lembrado pela cidade a quem tanto deu de si.

Humilde, lha^{no}, amado pelos seus funcionários a quem distinguia com seu sorriso triunfante e fraterno, querido pelos amigos, indistintamente, respeitado pelos concorrentes inclusive os das multinacionais, esperam todos, agora, que venha a receber da metrópole paulistana, que cobre seus restos mortais no Cemitério do Morumbi, a

14
n.º 11-15-12
Qd

honraria de ser epônimo da artéria de trânsito que atravessa o quarteirão onde fica sua fábrica de São Paulo.

Esta Capital por certo engrandecer-se-a por mais um ato de reconhecimento e justiça.