

## HISTÓRIA DE SUCESSO

# GRUPO TRISTÃO: 80 ANOS DE TRADIÇÃO NO CAFÉ

## Grande empresa familiar projeta novos investimentos e produtos

LUÍSA TORRE  
ltorre@redgazeta.com.br

Quando se fala em café no Espírito Santo, é impossível não pensar no Grupo Tristão, que chega aos 80 anos como uma das mais importantes empresas capixabas do segmento. A longa trajetória conta uma história familiar de sucesso e empreendedorismo. Se hoje as empresas são responsáveis por mais de 400 empregos diretos e um volume de vendas anual de R\$ 500 milhões, Jônice Tristão e seu pai, José Ribeiro Tristão, já falecido, não poderiam imaginar que alcançariam as enormes cifras quando a Casa Misael, uma loja que vendia de arroz a bomba de gasolina, abriu as portas em 1935, em Afonso Cláudio.

A visão de futuro é outra marca. Em julho, será inaugurada uma nova fábrica no complexo do grupo, em Viana. A construção de uma linha de café em cápsulas, um negócio recém-adquirido e bastante promissor, também está nos planos.

O espírito empreende-

dor que permeia a família fez com que José visse no café, ainda em 1935, uma moeda de troca de mercadorias, e que Jônice enxergasse a oportunidade de exportar a produção, já nos anos 1960. Tudo com metas realistas, diz Jônice Tristão. “Eu nunca sonhei em ser grande. Sempre sonhei por passos. Queria abrir a exportação e, no primeiro ano, fomos o 12º colocado em Vitória. Coloquei uma meta: no ano seguinte, quero chegar entre os cinco”, lembra.

A ousadia também faz parte do DNA da empresa. Enquanto o Estado sofria com a erradicação do café, devido às supersafras e aos baixos preços, em 1971 a Tristão apostou no café conilon, até então pouco valorizado, e decidiu investir num produto novo, o café solúvel. Assim nasceu a Real Café, umas das empresas mais importantes do grupo.

Agora, Sérgio Tristão, a terceira geração da família, projeta os novos negócios do grupo. “Até hoje, a fábrica que foi feita em



Jônice Tristão e o filho Sérgio administram o grupo da família, que é símbolo de café no Estado

1971 assume a industrialização do café solúvel e do torrado moído na mesma área física. E, com demanda interna e externa, o espaço ficou apertado. Vamos ter um prédio só para solúvel e um prédio só para torrado e moído. Vamos inaugurar essa planta, to-

da moderna, no dia 1º de julho. Isso me animou também a entrar no negócio de cápsula de café com a Wine, porque a gente está com tecnologia de ponta para encaixar a linha de encapsular, que é um investimento adicional”.

Para 2015, a previsão

de crescimento é de 4% para o mercado interno e estabilização nas exportações. O que está no horizonte, diz Sérgio, é uma parceria com a Wine para a comercialização de cápsulas de café, um investimento na empresa Mocoffee, da Suíça. “No Bra-

sil, o objetivo é começar a vender no terceiro trimestre. A Wine, que vai ser a representante de vendas, está em processo de regularização da máquina, conseguindo autorizações para fazer o lançamento no e-commerce deles”, conta.

### LINHA DO TEMPO

#### Secos e molhados

##### ▼ 1935

O grupo Tristão nasceu como uma loja, a Casa Misael, em Afonso Cláudio, que vendia de tudo, era um “secos e molhados”. Com altos e baixos das entressafras, José Ribeiro Tristão começou a vender, anotar e receber em sacas de café, transformando-o em moeda de troca.

#### Reforço

##### ▼ 1955

Em 1955, Jônice Tristão voltaria do Rio de Janeiro, onde viveu 12 anos, para ajudar o pai na loja. A Casa Misael já tinha filiais em Santa Teresa, Itaguaçu e Laranja da Terra.

#### Exportações

##### ▼ 1960

Em abril de 1960, Tristão



ingressa no desafio da exportação, fazendo pelo Porto de Vitória, para Le Havre, na França, sua primeira remessa de 250 sacas de café. Na época, Jônice Tristão assumia o comando da empresa.

#### Líder

##### ▼ 1965

Com mercado nos Estados Unidos, França, Grécia, Líbano e Argentina, a

Tristão se torna a maior exportadora de café pelo Porto de Vitória em 1965. Em 1978, a empresa assume a liderança nacional, posição que ocupa até 1988.

#### Expansão

##### ▼ 1968

A Tristão abre sua primeira filial no Rio de Janeiro. Dalí, a empresa abriu unidades em Santos,

Paraná, São Paulo e sul de Minas, com objetivo de comprar café direto do produtor.

#### Erradicação

##### ▼ 1971

Entre 1962 e 1967, em função da queda do preço do café, metade dos cafezais capixabas foram destruídos. Em 1971, a Tristão, com incentivo fiscal do Governo do Estado, constrói a Real Café Solúvel do Brasil, e aposta no incentivo ao café conilon – no período, se produzia 100 mil sacas dessa variedade no Estado.

#### Diversificação

##### ▼ 1974-1978

Em 1974, a Tristão cria a Cafuso, marca local de café torrado e moído. Na mesma época, começam

as diversificações, com investimento até no negócio do abacaxi e de melhoramento de suínos. Entre 1978 e 79, o grupo abre escritórios para negócios do café em

DIVULGAÇÃO



José e Jônice na primeira exportação do grupo

Londres e Nova York. Em 1985, o grupo chega ao ramo da hotelaria e abre a Pousada Pedra Azul.

#### Partilha

##### ▼ 1988

Em 1988, Jônice Tristão entrega o controle das empresas a seus filhos. Ronaldo e Ricardo foram cuidar dos negócios em Londres e Nova York e Sérgio assumiu o controle das exportações brasileiras.

#### De volta ao topo

##### ▼ 2002

A Tristão – Companhia de Comércio Exterior, sob o comando de Sérgio Tristão, volta ao posto de maior exportadora brasileira de café. Hoje, a empresa exporta um volume anual de 1 milhão de sacas.

## NOVOS HORIZONTES

# Futuro está no mercado chinês

**Grupo aposta no café solúvel para conquistar espaço na Ásia e aumentar a exportação**

▄ **LUÍSA TORRE**  
ltorre@redgazeta.com.br

Enxergar mercados promissores e novos negócios é uma das marcas da família na gestão do Grupo Tristão. Em 1971, Jônice Tristão via no café solúvel um negócio em potencial e pouco explorado, já

que uma concorrente francesa apostava no modelo. Em 2014, a Real Café vendeu 7 mil toneladas de café solúvel para exportação e 1,2 mil para o mercado interno.

Agora, a empresa mira nos mercados asiáticos. A China, explica Jônice Tristão, é um dos mercados mais promissores. “O café solúvel é o grande filho, principalmente para mercados novos. Agora,



Fábrica da Real Café, em Viana, terá prédios distintos para o café solúvel e para o produto torrado e moído

a China vai começar a beber café via solúvel. Ela vai começar arranhando o expresso, mas a grande alavanca do consumo do café será o solúvel, porque ele é muito prático. Quando abrimos a Real Café, eu vi que iria haver muito consumo no Brasil e no exterior, e que o solúvel era um produto potencial pela praticidade dele”, destaca Jônice.

A indústria do café so-

lúvel acompanha a aposta da empresa no conilon, já que a variedade é bem aplicada para o café solúvel – além de dar corpo nos blends (mistura) de arábica.

“Vi na Europa a quantidade de robusta (irmão do conilon) aplicado especialmente para o café solúvel e enxerguei um potencial enorme. O sujeito que está começando a beber café não tem o paladar tão

apurado. O conilon tem a vantagem de dar mais corpo ao café. Se você começar a beber café conilon e habituar, vai achar um café bom. Ele tem mais cafeína do que o arábica, mas o paladar e o aroma do arábica são imbatíveis”, explica Jônice.

Outro gigante da Ásia, a Indonésia, já é o maior mercado na região para esse tipo de café exportado do Espírito Santo, explica Sérgio

Tristão. “A Real Café tem dois grandes clientes, os Estados Unidos, que é o principal cliente, e a Indonésia, que é um grande consumidor de café solúvel. Depois, vem a Europa”, detalha.

Nos Estados Unidos, a principal parceira é a Smucker, que comercializa o café dos Tristão sob a marca Folgers. Já na Indonésia, a empresa PTSantos, com a marca Kapal Api, é a principal compradora.

## MINIENTREVISTA



“O CAFÉ DO ES AVANÇOU MUITO EM QUALIDADE”

**Jônice Tristão**  
Empresário

▄ Responsável por transformar definitivamente o café no centro dos negócios do grupo, Jônice Tristão chega aos 85 anos com muita alegria e fé nas novas gerações da família para tocar a empresa que solidificou ao longo de 55 anos de atuação. “Eu vejo na empresa que todos os filhos têm muita capacidade de trabalho e eles já têm uma base grande e um nome de 80 anos. É uma raiz grande que eles têm que saber irrigar para formar novos frutos”.

**O café conilon sempre teve um valor de mercado mais baixo que o arábica. Como foi apostar nesse produto?**

Uma vez, Dário Martirelli e Eduardo Glazar (empresários do mercado de café) viraram pra mim e falaram: ‘você acha que a gente deve produzir conilon, mas se o mercado não comprar?’. Eu dizia: ‘eu garanto a compra’. Aí veio o ditado: ‘planta conilon que o Jônice Tristão garante’ (risos).

**Quais são as vantagens dessa variedade?**

O conilon é um produto que tem as vantagens dele, uma delas é dar mais corpo no café. A maioria dos blends levam de dez a 20% de conilon para o arábica criar mais corpo, mais tinta. A empresa começou a trabalhar com o conilon, mas antes disso teve que incentivar a produção do produto.

**O senhor é bastante empreendedor. Esse espírito sempre**

**esteve na família?**

Sempre. Tem que empreender, como agora. O Sérgio está novo e é um empreendedor. Recentemente, ele assinou o contrato onde passou a ser sócio da Wine no lançamento de café expresso em cápsula. Esse será um projeto para Brasil e para o exterior. Agora em julho, vamos inaugurar uma nova fábrica como parte das comemorações dos 80 anos de empresa.

**De quando o senhor começou até hoje, como vê a evolução do café do Espírito Santo?**

O café do Espírito Santo avançou muito em qualidade e o Estado, hoje, disputa com os melhores cafés do Brasil. Hoje, nosso café é desfrutado em várias localidades. Outro dia, fui a São Paulo, em uma loja de café gourmet, e estava lá o café de Castelo, de um produtor pequeno, um café premiado aqui e que estava lá sendo servido e cobrado a R\$ 10 por uma xícara de café.

## MINIENTREVISTA



“VAMOS CONTINUAR INVESTINDO NO ESTADO”

**Sérgio Tristão**  
Empresário

▄ Especialista em “transformar produtos agrícolas em bebidas prazerosas”, Sérgio Tristão fala sobre o bom momento do mercado, projeta um futuro promissor para o grupo e vê nas parcerias uma chance de crescimento.

**Como vê o futuro da empresa?**

Tem o café em cápsula, a nova fábrica e pode ser que a gente procure novas parcerias para crescer. O percentual de empresas no mundo que chega à quarta geração é pequeno, então temos o que comemorar. O futuro é di-

fícil, mas tem que continuar trabalhando. Vamos continuar investindo na indústria, em sustentabilidade e no Estado.

**Hoje, quais são os números do grupo?**

Em números, a Tristão, em 2014, exportou aproximadamente 1 milhão de sacas de café e vendeu no mercado interno aproximadamente 200 mil sacas do produto. A Real Café vendeu 7 mil toneladas para exportação e 1,2 mil para o mercado interno. A Real Café é dona da Cafuso, e nós vendemos, no ano passado, 240 toneladas por mês, no Espírito Santo.

**Com quais produtos a empresa trabalha?**

Hoje, somos 99% café e 1% mate. Vendemos o café verde, in natura, o café torrado e moído e o solúvel. No mercado brasileiro, vendemos muito pouco com a marca Real Café – trabalhamos três marcas fortes de café e chá mate: a Melitta e a Pilão, que fazemos o café solúvel; e o Mate Leão solúvel, da Coca-Cola.

**Como é o mercado**

**para a empresa?**

O mercado de café, como toda commodity, é muito competitivo. Mas, como estamos no Brasil, tem como ser mais cuidadoso, pois o Brasil representa 60% da produção do café no mundo. E é o 2º consumidor, só perde para os Estados Unidos. Então, com uma boa logística e prestação de serviço, você tem uma sustentabilidade boa, porque o mercado interno é forte.

**O dólar em alta é bom para o grupo?**

O ano de 2014 foi muito bom para a cafeicultura brasileira, tirando a escassez de chuva em determinadas regiões – infelizmente, o sul do Espírito Santo foi muito afetado. Mas você teve longos períodos de preços bons internacionais, e o Brasil bateu o recorde de exportação em 2014, numa condição de preço bom.

Quando o mercado internacional começou a retrair, você teve uma compensação no câmbio, então, a alta do dólar neutralizou a queda do mercado internacional.