

Economia

JOÃO MORAIS E CASTRO EMPRESÁRIO

Multinacional do café no Estado

A Delta Cafés, marca portuguesa que produz café em cápsulas, escolheu o Espírito Santo para abrir 1ª loja do grupo no País

Samantha Dias

A terra do café foi a escolhida por uma torrefadora portuguesa para inserir sua marca e seus produtos no Brasil. Considerando a qualidade dos grãos cultivados em terras capixabas e a fama do Espírito Santo de ser um dos maiores produtores de café do Brasil, a Delta Cafés abriu a primeira loja física da rede no País em Vitória.

A aposta no mercado brasileiro ocorreu com a criação da empresa Delta Foods Brasil, uma das subsidiárias do Grupo Delta, que tem a direção geral de João Morais e Castro. “Abrimos, em 2012, a primeira loja Delta Q no Brasil e passamos a atuar de forma direta no Estado”, disse Castro.

Hoje, além da loja no Shopping Vitória — chamada de flagship e que vende somente café em cápsulas — também há uma empresa do grupo responsável pela distribuição dos demais produtos da rede no Espírito Santo e parcerias com pontos comerciais que vendem os produtos da marca.

A TRIBUNA – Como é a atuação do Grupo Delta no Espírito Santo?

JOÃO MORAIS E CASTRO – O Grupo Delta é uma empresa portuguesa que existe há 54 anos. Nossa atuação no Brasil se iniciou em 2012 com a criação da Delta Foods Brasil.

O Espírito Santo foi o primeiro estado onde o grupo atuou direta-

“O projeto para o Espírito Santo é continuar no caminho de crescimento, ganhar distribuição”

Curiosidades Longe do seu país de origem, busca conhecer sobre o Brasil



Leitura

Para conhecer mais sobre o Brasil, João está utilizando a literatura com livros de História do autor Eduardo Bueno.



Vida no Brasil

Morando longe da família, João aproveita para curtir a noite e as atividades culturais paulistanas.



JOÃO MORAIS E CASTRO disse que o grupo trabalha para expandir a distribuição de produtos da marca no Estado

Trajectoria

Desde 2012, o grupo atua de forma direta no Estado

INÍCIO

Em 2012, o grupo passou a atuar de forma direta com a inauguração de uma loja em Vitória.

HOJE

Rede conta com loja própria, empresa de distribuição e parcerias para a venda de produtos.

FUTURO

Aposta na venda de café em cápsulas e ampliação para Minas Gerais e Paraná.

mente no Brasil. Abrimos uma loja Delta Q no Shopping Vitória, em 2012, em parceria com um sócio local, especializada na venda de café em cápsulas.

Temos também uma empresa do grupo, em Vila Velha, responsável pela distribuição dos nossos produtos para o Espírito Santo, e, além disso, temos parcerias com a rede Deltaexpresso e outras cafeterias em todo o Estado que vendem nossos produtos: o café torrado e moído, em grãos e em cápsulas.

> Onde o grupo atua no Brasil?

Temos participação de mercado relevante em São Paulo (e regiões metropolitanas), Espírito Santo, Distrito Federal e Rio de Janeiro.

> Quais as novidades e lançamentos da marca?

A Delta Q está lançando uma nova cafeteira, a Qool Evolution, uma máquina moderna, com design diferenciado e a possibilidade de extrair três tipos de bebidas: cafés curtos, longos ou chás.

Além disso, lançamos, em novembro, a primeira campanha publicitária do Brasil em Vitória, com o tema “A amizade pede esse sabor”. Investimos R\$ 500 mil em



O melhor sabor de Portugal

O empresário sente muita falta dos peixes que são feitos no seu país. “Mas a torta e moqueca capixabas também são muito boas”.

DIVULGAÇÃO

QUEM É

João Morais e Castro

- > **IDADE:** 53 anos
- > **CIDADE NATAL:** Lisboa (Portugal)
- > **MORA:** atualmente, em São Paulo
- > **FILHOS:** tem uma filha, Constança, que mora em Londres
- > **FORMAÇÃO:** fez faculdade de Economia e pós-graduação em Marketing
- > **HÁ CERCA DE** um ano e meio, assumiu a direção geral da Delta Foods Brasil, uma das subsidiárias do grupo português Delta Cafés

meçaram a apreciar a cápsula, pelo seu dinamismo.

Os hábitos estão se modificando, e isso é bom e saudável, pois as pessoas estão com uma preocupação do ponto de vista qualitativo, querem algo mais sofisticado e experiências diferentes, que só o café coado não é capaz de proporcionar.

> Como a marca está trabalhando para popularizar as máquinas de café e desmistificar que elas são caras?

Estamos trabalhando neste segmento de forma bastante agressiva. Lançamos uma promoção em que o consumidor pode comprar 170 cápsulas e ganhar a máquina, provando que a compra não é inacessível e que está ao alcance de todos. Queremos massificar e dinamizar a área de cápsulas, apostando no segmento jovem.

> A marca utiliza os grãos produzidos no Espírito Santo?

O café é um dos principais negócios do Estado, é reconhecido por isso, e compramos café verde no Brasil, incluindo do Espírito Santo, há muito tempo e também em muitos outros lugares. Estamos presentes em mais de 35 países, operando diretamente em Portugal, Espanha, França, Luxemburgo, Angola, Brasil e China.

Mas com esse mesmo café brasileiro proporcionamos uma experiência sensorial diferente ao consumidor, pois este grão é exportado para Portugal, onde é tratado e torrado, e depois volta a ser consumido aqui.

> Há a possibilidade de ampliar o leque de sabores ou de produtos oferecidos?

Vamos lançar agora no mercado os cafés da Colômbia e da Jamaica e estamos sempre em busca para trazer novas origens.

Estamos, também, com projetos de em breve distribuir e comercializar produtos como vinhos, azeitonas e azeitonas.

> Quais são os projetos de expansão da marca no Estado e no Brasil?

O projeto para o Espírito Santo é continuar no caminho de crescimento, ganhar distribuição e dar continuidade ao trabalho que já está sendo feito. Não temos a intenção de atuar em outros shoppings ou outros municípios do Estado.

Em nível de Brasil, em 2016, vamos iniciar as atividades da Delta Q nos estados de Minas Gerais e no Paraná.

“Os hábitos estão se modificando, e isso é bom, pois as pessoas estão com uma preocupação do ponto de vista qualitativo”

dois meses de campanha.

> Por que o Estado é visto como promissor para a marca?

Por que é uma região onde a empresa tem ampla presença em todos os canais de venda e possui um grande número de consumidores. Antes de ampliar a campanha a nível nacional, achamos importante avaliar o comportamento e o impacto da campanha no público capixaba, que servirá de referência para tomarmos decisões futuras.

> O café em cápsulas é uma tendência? Por quê?

Não tenho dúvidas de que é uma tendência muito forte! Apresenta dinamismo, traz as vantagens de conveniência, facilidade de preparo de diferentes tipos de cafés, além de experiência sensorial.

> O café coado está perdendo o seu lugar na preferência do brasileiro?

O café coado ainda é o que os consumidores brasileiros mais utilizam, mas o consumo do café está mudando. O expresso é recente no Brasil, de 15 anos para cá que se tornou mais difundido. Mais recentemente ainda, as pessoas co-