

Expansão Internacional da Cacau Show

Ao criar uma empresa, primeiramente o empreendedor se preocupa em alcançar o ponto de equilíbrio entre receitas e despesas, com objetivo de manter o negócio em plena atividade e rentável. Acima desse ponto, cada real de receita que supera as despesas é lucro.

Depois o foco passa a ser a busca do retorno sobre o investimento empregado na criação da empresa. Nessa etapa, muitos empreendedores imaginam que podem respirar aliviados e que é o momento de celebrar um empreendimento bem-sucedido.

Porém, em razão de mudanças frequentes que ocorrem no mercado e no mundo, não devem ficar acomodados. Nesse sentido, a recomendação para qualquer empresário é buscar o crescimento contínuo.

Em um mercado cada vez mais dinâmico, é preciso estar sempre atento às oportunidades que ele oferece, a fim de poder definir estratégias para se manter, se desenvolver, crescer e até sobreviver. A estratégia de internacionalização de empresas é utilizada pelas organizações que querem atuar em outros países.

Isso pode ocorrer de diferentes formas, como exportar um produto para um país vizinho ou abrir uma unidade no exterior. Submeter-se a um novo país significa adequar-se a uma nova cultura, a um novo conjunto de leis e conquistar um público bem diferente do qual a empresa tem lidado até o presente momento.

Neste ano, a Cacau Show, maior rede de chocolaterias do Brasil, se prepara para um novo plano de expansão, com investimentos de R\$ 110 milhões. Um avanço significativo, pois, em pleno ano de pandemia, precisou pisar no freio em seu

projeto de expansão.

Assim, em 2020, a marca iniciou a operação de 122 novas lojas – 17 a menos que no ano anterior. Em 2021, no entanto, a chocolateria retomou fôlego e chegou à marca de 2.828 unidades.

De acordo com o presidente e fundador da Cacau Show, Alexandre Costa, a companhia encerrou 2021 com faturamento de R\$ 2,9 bilhões, com desempenho de 45% superior ao de 2020, o que representa uma alta de aproximadamente 20% em relação a 2019, período anterior à pandemia de covid-19. Para 2022, o dinheiro deve ser utilizado em abertura de lojas, aquisições e estratégia de internacionalização do negócio, com instalação de seu escritório fora do Brasil.

Segundo Costa, em médio e longo prazo, estima-se que a empresa irá “ter umas 5 mil lojas em todo o Brasil”, número que pode até dobrar com a expansão internacional. Está prevista também a chegada da rede à B3, a Bolsa paulista. Ele ressalta que os números da Cacau Show já são auditados pela empresa Ernst & Young (EY).

Ao analisar o crescimento e a expansão internacional, pode-se verificar que o primeiro é resultado do sistema de franquias bem montado, que conseguiu transformar a marca em uma atração para investidores que pretendem abrir seu próprio negócio. A empresa desenvolveu um conceito de negócio para o varejo brasileiro que consegue ser multiplicado facilmente.

Nascida posteriormente, em 1988, ela é bem maior do que a Copenhagen, uma de suas principais rivais. Num contexto em que o marketing utiliza os recursos digitais, nos últimos tempos, a Cacau Show apostou em um novo canal de distribuição: as vendas de porta a porta.

Hoje, a companhia tem cerca de 100 mil revendedoras cadastradas. O segmento representou 12% do faturamento em 2021, superando o e-commerce, que colaborou com 10%. Com a

aquisição de um espaço de 47 mil metros quadrados, inaugurou sua terceira fábrica em Linhares (ES).

A iniciativa contribuirá para o projeto de expansão fora do País, pois a proximidade ao porto de Vitória pode facilitar as exportações. A estratégia de internacionalização permitirá que a Cacau Show diversifique riscos e atenda a novos mercados, bem como tenha ganhos variáveis e até se torne mais atrativa para o mercado potencial estrangeiro, já que o ganho de câmbio pode ser favorável para os compradores.

Com a presença em novos mercados, a chance de estagnação por conta de cenários adversos diminui sensivelmente, visto que é possível gerar uma autossuficiência muito maior para sua organização no momento em que você deixa de depender exclusivamente de um único público ou de uma determinada região geográfica.