

Perfil

FABRICA DE CHOCOLATE

Para onde se olha, lá está uma loja Cacau Show, E ainda é pouco para o dono da marca. Alexandre da Costa, que trabalha para crescer até "estar em todo lugar"

JULIANA LINHARES

O rei do chocolate no Brasil é um doce de pessoa. Uma vez por mês, Alexandre Tadeu da Costa leva o violão para sua fábrica, moderníssima, cheia de vidros e verde, e se diverte tocando rock nacional com os funcionários. O refeitório da empresa, onde almoça e janta "com todo mundo junto", é decorado com fotos enormes dos filhos dos empregados, para que eles se sintam "em casa". Costa conhece cada funcionário pelo nome e a reunião mensal com violão não é açúcar puro, não — "É para todo mundo falar na minha cara o que está achando, o que está errado e o que não está dando certo." Aos 37 anos, casado, três filhos. Faculdade de administração abandonada no 2º ano, Costa é dono da Cacau Show, fábrica de chocolate que abriu há vinte anos (isso mesmo: começou no ramo com apenas 17) e que hoje conta com 508 franquias espalhadas por 21 dos 27 estados — a maior rede de pontos-de-venda de chocolates finos do país. A título de comparação, a segunda maior, a quase centenária Kopenhagen, tem 239 estabelecimentos, entre franquias e lojas próprias.

Por trás da casquinha de doçura e das práticas trabalhistas modernas, Costa é o típico empreendedor que quer engolir os competidores a seco, sem nem uma gotinha de licor. Auloconfiante ao extremo, tem certeza de que seu negócio é o melhor do mundo. Aliás, que seu chocolate também. Numa ronda pela fábrica, proclamou o justo orgulho que sente pela própria obra, dizendo, três vezes, "I am so proud". Em inglês mesmo. "A con-

corrência diz que eu sou agressivo, mas minha analista diz o contrário, que sou muito bonzinho e preciso mudar", entrega. Filho de pai tecelão e mãe que vendia lingerie e bijuteria de porta em porta, começou a trabalhar adolescente. Cuidava das faturas, das notas fiscais e do estoque do minúsculo negócio da mãe. Mal entrou na faculdade, diversificou: foi vender, também de porta em porta, chocolate de um fornecedor conhecido. Com boa conversa e muito talento para venda, hoje infinitamente ampliado, conta que uma semana antes da Páscoa fechou um pedido grande demais. Bateu de loja em loja pedindo socorro e, numa delas, deu a sorte de ser ouvido por Creusa Trentin, dona-de-casa que sabia fazer ovos de Páscoa. Pediu 500 dólares a um tio, compraram o material, fecharam-se por dois dias e duas noites na cozinha de Creusa e entregaram o pedido. Assim nasceu a Cacau Show. Creusa pegou sua parte no lucro e voltou a ser dona-de-casa. Costa foi em frente, criando a empresa voltada para um produto bom, em termos de mercado nacional, e a preços acessíveis. Outro passo importante foi dado em 1994, quando Costa conheceu e contratou seu mestre chocolateiro, Nicanor Adão Meira, 60 anos, ex-pugilista que já sabia tudo sobre a metamorfose do cacau. Com Adão no comando do negócio. Costa foi para a Alemanha e a Bélgica fazer cursos de culinária e doceria. Produto aprimorado, vendas para grandes magazines, e Costa, aos 26 anos, comemorou seu primeiro milhão de dólares.

"A Cacau Show atende um nicho não servido pela Kopenhagen, que são as classes B e C", diz Filoinena Garcia,





sócia-diretora do Grupo Cherto, especialista em franquias. "A classe C, em especial, compra nas ruas, e é por isso que a maior parte das lojas da Cacau Show não está em shopping centers." A faixa de preços também favorece um público mais amplo. "Grosso modo, os preços da Cacau Show são metade ou um terço dos da Kopenhagen", compara Getulio Ursulino Netto, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados (Abicab). "Mas a qualidade é igual, porque temos os mesmos fornecedores", garante Costa. Um bombom

DELÍCIA DE NEGÓCIO

Costa abraça seu chocolateiro. Meira (de óculos): em vinte anos, a maior rede de franquias de chocolate do país

avulso na Cacau Show sai por 70 centavos; o produto mais caro, uma caixa de bombons de cereja com licor, custa 39,90 reais. Da fábrica de 17000 metros quadrados em Itapevi, na Grande São Paulo, com 430 funcionários e faturamento anual de 100

milhões de reais, saem 7000 toneladas de chocolate por ano, produzidas a partir de uma mistura de cacaus brasileiro e indonésio (a Cacau Show é a quinta maior compradora de cacau do país). Quem quiser abrir uma franquia precisará pagar uma taxa de 10000 reais - além de todos os custos de instalação, que passam de 80000 reais - e entrar numa fila enorme. Hoje, são quase 600 pessoas esperando para a reunião inicial, e isso depois de responder a um questionário com nada menos que 180 perguntas.

A história de sucesso de Costa e de sua empresa é contada no livro *O Cacau É Show*, que vai ser vendido na rede de lojas. Com a ambição característica dos realizadores, Costa pensa o tempo todo naquilo - crescer, crescer, e crescer. Até 2010, projeta ter 1000 lojas e triplicar o lucro. "Quero ser O Boticário, as Havaianas, estar em todo lugar", sonha. Para isso, trabalha onze horas por dia. E se entope de - o que mais poderia ser?

- chocolate. São no mínimo três doses por dia, e isso "nos dias em que estou bem controlado". A contrapartida: "Como detesto ginástica, vivo em spas". Para relaxar, também gosta de tocar guitarra e bateria. Ah, e de massagens. Com cremes à base de chocolate. •