

Diversão em alta

Mariana Barbosa

Depois de uma década de perdas, parques planejam investimentos em meio à economia aquecida

2010 vai entrar para a história dos parques de diversão brasileiros como o ano da alegria. Depois de uma década de prejuízos, eles deixaram para trás o peso de dívidas milionárias e já planejam investimentos em expansão e novas atrações.

O Hopi Hari, maior parque da América Latina, exibiu no final do ano passado o primeiro lucro líquido desde a sua inauguração, em 1999: R\$ 28,4 milhões. O Ebitda (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) foi de R\$ 18 milhões, o maior da história do parque, com alta de 21% em relação a 2008.

Considerado um dos priores negócios já realizados pelo fundo de private equity GP Investimentos e pelos fundos de pensão Previ, Petros, Funcef e outros, o Hopi Hari carregava até 2009 uma dívida de mais de R\$ 500 milhões. Do total, R\$ 133 milhões eram com o BNDES.

Cansados de perder dinheiro, no ano passado o GP e os fundos venderam o parque para seis sócios da Íntegra Associados, consultoria empresarial liderada por Nelson Bastos.

Eles entraram com a promessa de aportar R\$ 10 milhões, mas sob a condição de conseguir reestruturar a dívida. Conseguiram prazos maiores, juros menores e a redução da dívida total para algo em torno de R\$ 170 milhões.

A expectativa dos novos sócios era entrar no azul ao final de 2010. Com o reaquecimento da economia, conseguiram isso em seis meses. "O Hopi Hari sempre foi um negócio muito saudável, com margens boas. O problema era o endividamento, que agora está equacionado", diz Renato Carvalho Franco, presidente do Conselho de Administração do Hopi Hari e um dos novos sócios.

Inspirado no Magic Kingdom da Disney, o Hopi Hari foi concebido em meados dos anos 1990, quando o Brasil vivia uma perspectiva de crescimento elevado da renda. Os brinquedos foram todos importados dos mesmos fabricantes dos parques da Disney.

Porém, a crise cambial de 1999 e a estagnação dos anos seguintes, somadas a um atraso de um ano no cronograma de inauguração, acabaram com a diversão.

A meta inicial era ter 2,5 milhões de visitantes ao final do sétimo ano. Ao final do décimo, só 1,5 milhão passou pelas catracas do parque, localizado em área de 760 mil m² no km 72 da rodovia dos Bandeirantes.

Apesar de estar aquém do plano original, o Hopi Hari é hoje a maior atração turística de um dia do Brasil. O Cristo Redentor, uma das sete novas maravilhas do mundo, recebeu 1 milhão de visitantes em 2009.

Para este ano, a expectativa do Hopi Hari é chegar a 1,9 milhão de visitantes. A nova meta é atingir 2,5 milhões até 2014.

O aporte de R\$ 10 milhões permitiu ao parque investir em ações promocionais para estimular demanda, como baladas para adolescentes inspiradas em vampiros e espetáculos de som e luz.

No plano de investimento, está prevista a aquisição de nova grande atração -a primeira desde a inauguração. Também estão sendo estudados investimentos em "conteúdo", como contratos de uso de imagem de personagens infantis.

Uma nova unidade de negócios está sendo criada para atrair anunciantes e aproveitar o potencial do parque como veículo de mídia.

"Nós temos quase 2 milhões de pessoas que passam oito horas e meia no parque em contato com as marcas", afirma Armando Pereira Filho, presidente do Hopi Hari.
"É uma grande vitrine."

"Recomprei um negócio que eu nunca vendi"

Mariana Barbosa

Animado com as perspectivas da economia, o Playcenter planeja para o segundo semestre uma nova grande atração, a primeira desde 2004, um investimento de R\$ 4 milhões. E, para as férias de julho, o parque convidou a Turma da Mônica para divertir os pequenos. Para o presidente e fundador do Playcenter, Marcelo Gutglas, 69, é a volta dos velhos tempos. Até se associar ao GP, em 1995, o Playcenter era uma empresa fechada e lucrativa. Com o GP de sócio, Gutglas tirou da gaveta o projeto de um grande parque temático, o Hopi Hari.

Mas o sonho virou pesadelo com a crise cambial, e o empresário perdeu praticamente todo o seu patrimônio. "No início, o GP tinha 50% do Playcenter. Mas a empresa foi crescendo, e eu fui me diluindo e acabei com pouco mais de 10%", diz. Em 2002, Gutglas juntou economias e recomprou o parque de São Paulo e a Playland, empresa de parques de diversão de shoppings. O grupo tinha outros negócios, como boliches e parques no exterior, que foram vendidos ou trocados por dívida, além do Hopi Hari.

"Recomprei um negócio que nunca vendi", diz ele. Apesar disso, Gutglas não tem queixas. "Ninguém tem culpa pela crise cambial. O aprendizado com os empresários do GP foi fantástico."

Depois de quatro anos de reestruturação, o Playcenter começou a apresentar resultados em 2007. No ano passado, sua empresa faturou R\$ 70 milhões, e a expectativa, para 2008 é chegar a R\$ 80 milhões.

Nos EUA, parques também começam a sair do buraco

Mariana Barbosa

Não é só no Brasil que os parques começam a sair do buraco. Em 2008, a crise hipotecária afetou os visitantes nos EUA, comprometendo a situação financeira das operadoras.

Na segunda-feira passada, a Six Flags, uma das maiores operadoras de parque dos EUA, anunciou um acordo com credores e saiu da recuperação judicial. A operadora, que administra 19 parques, entrou no Capítulo 11 (lei americana de recuperação) com uma dívida US\$ 2,7 bilhões, mas conseguiu reduzi-la para US\$ 1 bilhão.

O mercado americano movimentou US\$ 12 bilhões em 2007. Seus mais de 400 parques atraíram 341 milhões de visitantes.

O Brasil possui 16 grandes parques, visitados por 12 milhões de turistas em 2009. O faturamento do setor foi de R\$ 800 milhões. "Temos potencial para atrair mais de 100 milhões ao ano", diz Alain Baldacci, presidente do Wet "n Wild e do Sindepat, entidade que representa os parques nacionais.

O empresário, que está no ramo desde 1978, diz que nunca viu um momento tão favorável ao setor como agora.



Fonte: Folha de S. Paulo, São Paulo, 9 maio 2010, Dinheiro, p. B8-B9.