

Spas estão mais perto da profissionalização

Adriana Mattos e Ana Paula Ragazzi

Mais renda e busca por bem-estar pavimentam cenário otimista para o mercado brasileiro

Investidores estrangeiros e empresários locais desenham planos de negócios para uma expansão mais acelerada do mercado de spas. A expectativa é de que o país se torne uma das regiões com maior taxa de crescimento desse negócio no mundo, ao lado de países da Ásia, da França e dos Estados Unidos, avaliam as empresas ouvidas pelo Valor.

A expansão da classe média, que está com mais dinheiro no bolso, e busca por qualidade de vida nas grandes cidades ajudam a explicar o cenário otimista desenhado por empresários do setor. "O interesse dos investidores não ocorre porque a crise internacional levou as empresas a buscar mercados mais rentáveis. Até seria o raciocínio lógico. Mas a alta é decorrência do fato de que há um mercado pronto para ser explorado no país e já se percebeu isso", diz Alexandre Solleiro, presidente executivo do grupo Tivoli, parceira da rede de spas Banyan Tree, uma das maiores do mundo.

São investimentos que podem, inclusive, acelerar o início de uma nova fase para o setor, que já vive um processo de profissionalização na gestão do negócio. Os empresários locais observam que o setor, altamente pulverizado com centenas de pequenos negócios, vai passar por avanços no modelo de administração e por um período de concentração das operações.

"Hoje, o setor de spas no Brasil está totalmente inserido na informalidade. Alguém aluga uma casa, faz uma reforma e lança um negócio batizado de spa", diz Gustavo Albanesi, presidente da Associação Brasileira de Clínicas e Spas (ABC Spas) e sócio do Buddha Spa. "Mas nem tudo que tem sido criado são realmente spas e ainda há operações muito mal administradas. Em um mesmo bairro, há unidades indo muito bem e outras em sérias dificuldades. Esse cenário deve mudar com a seleção natural do setor", diz ele, que trabalhou na área de fusões e aquisições do banco Credit Suisse.

Não existem dados consolidados sobre o segmento no Brasil, informa a ABC Spas, mas a estimativa da associação é que existam em torno de mil unidades no país. Com base na alta demanda e na manutenção do valor dos serviços, estima-se que a taxa de crescimento bata em dois dígitos ao ano, relata a ABC Spas. Empresas consultadas pelo Valor confirmam o índice. A Kalmma Zen Spa uma das maiores do país, expandiu 30% em 2009. O Spa L'Occitane já cresceu essa mesma taxa no acumulado deste ano em relação a 2009.

Para efeito de comparação, segundo a International Spa Association, o negócio nos Estados Unidos teve alta de 39% na receita acumulada de 2003 a 2008, véspera da crise financeira. Encolheu 4,3% em 2009 e deve ter crescimento, entre 5% a 10%, em 2010.

No Brasil, os maiores spas são Kalmma Zen Spa, com sede em Campinas e 15 unidades espalhadas em quatro Estados, seguido do grupo Shishindo Spa Zen, do Paraná, com seis pontos em quatro estados. Fundado há 16 anos pela empresária Aline Madeleine, o Kalmma Zen planeja chegar a 300 unidades até 2015. No caso do Shishindo, a rede pretende abrir quatro unidades até 2012.

Em São Paulo, um dos maiores negócios é o Buddha Spa, do presidente da ABC Spas, com cinco unidades e plano de abrir mais dois pontos até dezembro. A partir do ano que vem, a companhia deve inaugurar 10 unidades por ano. O investimento inicial varia entre R\$ 220 mil e R\$ 380 mil. No Kalmma Zen, um dos que mais investem por unidade, o valor pode chegar a R\$ 2 milhões.

Uma das maiores redes de spas da Europa, a L'Occitane irá abrir uma nova unidade em São Paulo até meados de 2011 e planeja inaugurar o primeiro espaço da empresa no Rio de Janeiro até o primeiro trimestre do próximo ano. As unidades se unirão às duas já existentes, no Recife e na capital paulista, no bairro dos Jardins, zona oeste da cidade. Além disso, a empresa vai ampliar o tamanho do spa na capital pernambucana. "O Brasil é prioridade para a

empresa, ao lado da França, dos Estados Unidos e de Taiwan", disse Audrey Lustig, responsável pela área no Brasil.

A operação com maior margem de retorno, faturamento e taxa de ocupação do Spa L'Occitane é a da rua Bela Cintra, no bairro paulistano dos Jardins. Com serviços oferecidos a partir de R\$ 180, esse segmento era subordinado à área de marketing da companhia até o ano passado. Em 2010, houve uma reorganização das estruturas e a operação de spas tornou-se uma unidade de negócios independente, com autonomia de decisões. "Isso nos dá agilidade, algo crucial com o acirramento da concorrência", afirma ela.

Segundo Albanesi, da Associação Brasileira de Spas, tem crescido a demanda por informações, entre empresas estrangeiras, sobre o tamanho e potencial de expansão do mercado local. Albanesi conta que esteve em um congresso do setor na Turquia neste ano e ele foi frequentemente consultado, por empresários da Ásia e Europa, a respeito das expectativas do setor no Brasil a curto prazo.

"Além desse interesse, ainda temos demandas locais de estabelecimentos de varejo, hospitais, condomínios fechados, residencial e empresarial, e até para festas de casamento", diz Rui Miadaira, no comando do Olímpia Spa, de São Paulo. A rede deve fechar o ano com cinco unidades e crescer a um ritmo de cinco novos pontos a cada 12 meses.

Levantamento realizado pela ABC Spas em 2009, durante a Spa Week, evento que promove atividades mais baratas nas unidades, mostrou que 35% dos usuários nunca tinham ido a um spa, ou visitado o espaço uma vez. Ou seja, a maioria já conhecia o sistema.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 27 set. 2010, Empresas, p. B4.