

Martin-Brower abocanha fatia maior do McDonald's

Com a incorporação da área de logística da Keystone, que pertencia à brasileira Marfrig, rede de fast food passará a representar 90% do faturamento de US\$ 19 bi da americana

Françoise Terzian
fterzian@brasileconomico.com.br

A americana **Martin-Brower**, distribuidora de alimentos e bebidas para restaurantes e lanchonetes que faturou US\$ 13 bilhões no ano passado e tem no Brasil sua segunda maior operação no mundo, é um negócio que cresceu colado no avanço do McDonald's, seu maior cliente. Apesar de seu gigantismo em um mercado que ganha dinheiro a partir da escala, era mandatório que a **Martin-Brower** adquirisse um concorrente de peso para seguir em rota de ascensão. No ano passado, contudo, o frigorífico brasileiro Marfrig frustrou os planos da companhia americana ao adquirir a sua maior rival, a Keystone Foods, a criadora do nuggets. Ela atua tanto em logística quanto no processamento de carne e frango.

No domingo à noite, os planos da **Martin-Brower** retornaram à rota traçada originalmente. O Marfrig anunciou a venda de sua divisão de logística da Keystone para a **Martin-Brower** por US\$ 400 milhões. A produção de proteínas continua com o frigorífico. O acordo que estava sendo costurado há cerca de 10 meses vai mexer com toda distribuição de alimentos para o canal de food ser-

“**No médio a longo prazo, o Brasil poderá se beneficiar das melhores práticas advindas da nova companhia que nasce com a aquisição da Keystone**”

Tupa Gomes
Presidente da Martin-Brower

vice no mundo, engordar a receita da **Martin-Brower** e inseri-la no mercado europeu, árabe e asiático.

Pós-incorporação da Keystone, a nova **Martin-Brower** é um negócio que já nasce com um faturamento combinado de US\$ 19 bilhões e uma atuação geográfica bem maior. Até então, ela só operava nos Estados Unidos, Canadá, Brasil, Irlanda e América Central. Agora, com a Keystone, ele trabalhará na Europa, no Oriente Médio e na Ásia-Pacífico. “Na Europa, a gente só estava na Irlanda. Agora, o Reino Unido é todo nosso”, diz Tupa Gomes Filho, presidente da Martin-Brower na América Latina.

Ainda não está claro como esta aquisição feita pela matriz im-

partará na operação brasileira da **Martin-Brower**. O que se sabe, no momento, é que o Brasil deixará a vice-liderança na nova estrutura para ocupar um quarto lugar atrás dos Estados Unidos, do Reino Unido e da França.

“Isso não significa que o país perderá sua importância diante da matriz. Pelo contrário, o investimento de R\$ 100 milhões feito neste ano em centros de distribuição e na compra de caminhões mostra o peso do país para a companhia no mundo”, afirma Tupa Gomes Filho, presidente da Martin-Brower para a América Latina.

Embora afirme que esta aquisição não vá impactar diretamente no Brasil, o executivo acredita que, no futuro, a sinergia entre as duas companhias poderá resultar na implantação de melhores práticas e novos processos no Brasil. As vendas da empresa no país devem fechar em R\$ 1,4 bilhão, ante o R\$ 1 bilhão atingido em 2010.

Peso-pesado

O McDonald's agora terá um participação ainda maior na receita da nova **Martin-Brower**, com cerca de 90% de seu faturamento. No Brasil, essa dependência é menor - cerca de 60%.

Servindo o McDonald's desde 1956, a **Martin-Brower** é a maior distribuidora da cadeia de lanchonetes nos Estados Unidos. No Brasil, ela desembarcou na década de 1980 para atender com exclusividade o McDonald's, porém, com o crescimento e potencial do segmento de food service brasileiro, ampliou sua participação e hoje atende até mesmo o Bob's.

Hambúrguer Marfrig

Hoje, todo hambúrguer consumido pelo McDonald's é adquirido do Marfrig e da Sadia. A Martin-Brower cota, compra e entrega os insumos para as lanchonetes de seus clientes. Com a decisão do Marfrig de trazer a Keystone para a América Latina, a tendência é que o McDonald's também compre proteína do novo fornecedor. ■

CERVEJA E PETISCO



Reyes é a 20ª maior empresa dos EUA

A Reyes Holdings é 20ª maior empresa privada dos Estados Unidos. Ela cresceu apostando em negócios de distribuição, como a Martin-Brower e a Reinhart FoodService, das quais é proprietária. Anualmente ela entrega 500 milhões de caixas de cerveja e alimentos no mundo.

MOLHO NOS NEGÓCIOS

US\$ 400 mi

é quanto a americana Martin-Brower vai pagar à brasileira Marfrig pela divisão de logística da americana Keystone Foods.

MOLHO NOS NEGÓCIOS 2

US\$ 1,26 bi

foi quanto a brasileira Marfrig pagou pela Keystone Foods em junho de 2010, um negócio que envolveu não só a logística, mas também a produção de proteínas.

SINERGIA

US\$ 19 bi

é o faturamento combinado da Martin-Brower no mundo, após a aquisição da divisão de logística da Keystone. Sozinha, a receita da MB foi de US\$ 13 bilhões.

MCDONALD'S

90%

da receita da Martin-Brower virão da cadeia de lanchonetes com a incorporação da Keystone. Hoje, o Brasil tem 60% das vendas advindas do McDonald's.

Para analistas, venda foi positiva



Tupa Gomes Filho, presidente da Martin-Brower na América Latina: atuação agora é global

Endividamento incomodava o mercado e reestruturação é vista como notícia positiva

Felipe Peroni
fperoni@brasileconomico.com.br

A decisão do Marfrig de vender ativos de logística de sua subsidiária Keystone Foods foi vista como um movimento inevitável por analistas do setor. O en-

dividimento da companhia já incomodava o mercado, e a reestruturação é vista como uma boa notícia. “Eles estão agora organizando a casa, e ficando apenas com o que interessa das últimas aquisições”, avalia Cauê Pinheiro, da SLW Corretora.

A Marfrig vendeu ativos de logística para a distribuidora americana **Martin-Brower**, por US\$ 400 milhões, e parte da

Keystone Foods que realiza a distribuição para redes de fast food, com atuação nos EUA, Europa, Oriente Médio, Oceania e Ásia. A Keystone Foods, adquirida em 2010 pela Marfrig, é produtora de alimentos processados e tem como principal cliente o McDonald's.

A operação McDonald's será concluída até o último trimestre do ano. A empresa declarou que a

venda desses ativos de logística permitirá elevar o foco em seu negócio principal de proteínas.

“Já se sabia que a empresa estava alavancada, e a solução encontrada foi desmobilizar uma parte”, diz Eduardo Dias, analista de investimentos da Omar Carmo corretora.

Os índices de endividamento da companhia vinham em crescimento. O endividamento lí-

quido havia atingido R\$ 6,39 bilhões no segundo trimestre, um crescimento de 3,9% em relação ao trimestre anterior. A empresa enfrenta o desafio de reconquistar os investidores após uma forte queda das ações em agosto. Com a ação fechou ontem em R\$ 7,70, a empresa tem valor de mercado de R\$ 2,67 bilhões. Seu patrimônio líquido é de R\$ 6,16 bilhões. ■