

# Martin-Brower cresce com fast-food

**Fábio Pupo**  
De São Paulo

A curto prazo, a compra da Keystone Foods (empresa de logística da Marfrig) não trará mudanças para as operações da Martin-Brower no Brasil. O principal cliente da companhia do grupo brasileiro era o McDonald's, cuja operação logística no país já é feita com exclusividade pela Martin-Brower. Com o tempo, no entanto, a expectativa dos executivos brasileiros é que a operação traga benefícios e agregue conhecimento ao negócio.

“Com a compra, a Martin-Brower quase dobra de tamanho. Isso vai trazer conhecimento do negócio de distribuição em nível

mundial”, diz o presidente para a América Latina, Tupa Gomes.

Manter o foco em restaurantes, que compõem com exclusividade o portfólio da companhia no país, é uma estratégia para a empresa. “Focar nesse tipo de operação nos dá uma grande competitividade. Outras companhias de logística têm uma diversificação muito grande de cargas e isso pode atrapalhar”, diz ele.

Na carteira brasileira, além do McDonald's, estão o Bob's e as recém-conquistadas operações em todo o Brasil do Subway, que renderão uma receita bruta aproximada de R\$ 200 milhões (a Martin-Brower já prestava serviços ao restaurante, mas somente no Sul). “O mercado de fast-food vem crescen-

do muito e com certeza cresceremos junto com esse segmento e com o setor de restaurantes como um todo”, acredita. Segundo Gomes, o país garante R\$ 1,4 bilhão de faturamento à companhia, sendo que 60% (cerca de R\$ 900 milhões) vem dos serviços prestados à rede do McDonald's.

Segundo Gomes, a empresa elevou o número de funcionários no país de aproximadamente 600 para 800 em 2011 e investiu cerca de R\$ 100 milhões em frota e novas unidades. Para os próximos anos, estão previstos aumento do número de veículos próprios (responsáveis por 70% das operações) e abertura de novos centros de distribuição.

A empresa já está expandindo

unidades com a abertura do quarto centro no país, que ficará próximo à Rodovia dos Imigrantes. Outros três ainda devem ser abertos pela empresa nos próximos anos a fim de aumentar as operações logísticas em escala regional. De acordo com Gomes, um deles deve ficar no Rio de Janeiro, outro na região Centro-Oeste e um terceiro na região Sul — provavelmente em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. Os novos centros podem garantir um investimento de até R\$ 140 milhões, já que cada um exige entre R\$ 20 milhões e R\$ 40 milhões. “Nossos centros são diferentes dos armazéns de carga geral, pois devem atender o recebimento de produtos resfriados,

congelados e produtos secos”, diz ele, que diz que os investimentos são devido à conquista do Subway e do crescimento de empresas de alimentação já atendidas pela Martin.

Fundada há mais de 50 anos nos Estados Unidos, a Martin-Brower desde 1998 pertence ao grupo Reyes Holdings. Em território americano, é forte na logística de bebidas, além de alimentos. A compra da Keystone envolve as operações nos Estados Unidos, Inglaterra, França, Austrália, Nova Zelândia, Coreia do Sul, Malásia, entre outros. Segundo a Martin-Brower, a empresa espera que o término das negociações com a Marfrig aconteça “até o fim deste ano”.