

## Empresas | Serviços

Varejo Companhia americana também já leva mercadorias para Ráscal, Applebe's e Grileto

# Martin-Brower reduz peso do McDonald's nos seus negócios

Claudia Facchini  
De São Paulo

Sempre que se fala no nome Martin-Brower, a associação com o McDonald's é inevitável. A empresa faz o abastecimento de mercadorias para os restaurantes da maior cadeia de fast-food nos EUA desde 1956. Quando o McDonald's estabeleceu-se no Brasil, há 28 anos, a Martin-Brower também desembarcou no país e, até bem pouco tempo atrás, a cadeia de fast-food era seu melhor e único cliente no mercado brasileiro.

Hoje, porém, a Martin-Brower, que faturou cerca de US\$ 5 bilhões em 2008, já presta serviços no país para restaurantes como o Ráscal e o Applebee's, além da Gelateria Parmalat. O mais recente cliente conquistado é o Grileto, que possui 30 restaurantes em São Paulo.

O McDonald's ainda responde por cerca de 80% do faturamento da Martin-Brower no Brasil, mas a companhia americana pretende reduzir essa participação para menos de 50% nos próximos anos. Uma das cartas na manga da camisa para que isso aconteça chama-se Reinhart Food Service.

Essa empresa, terceira maior operadora logística no setor de alimentação nos EUA, foi comprada

em 2005 pelo mesmo controlador da Martin-Brower, o grupo americano Reyes Holdings.

O objetivo agora é trazer para o Brasil a experiência da Reinhart, que possui entre os seus clientes até mesmo grandes concorrentes do McDonald's, como o Burger King e a Subway. A companhia abastece 2,6 mil restaurantes do Burger nos EUA e já efetua algumas importações para a cadeia de fast-food no Brasil.

De difícil pronúncia para os brasileiros, o nome Reinhart não será "importado" para o Brasil. A Martin-Brower continuará à frente das operações — até mesmo ela, tem planos de simplificar sua marca para as iniciais MB, afirma o presidente no Brasil da empresa de logística no Brasil, Tupanangyr Gomes Filho. "Vamos combinar no Brasil o conhecimento de mercado da Martin-Brower com a experiência de multiclientes da Reinhart", afirma Gomes Filho. E essa fusão pode servir de inspiração para o grupo Reyes em outros países.

Em uma recente visita ao Brasil, o presidente da Reinhart, Boyd F. Jordan III, afirmou que enxerga grandes oportunidades no mercado brasileiro. No EUA, acrescenta, a Reinhart ostenta taxas de crescimento de 20% nas vendas, mas gra-



Boyd F. Jordan III, CEO mundial da Reinhart/Martin-Brower, quer explorar hotéis e hospitais no mercado brasileiro

ças às aquisições. A empresa realizou 12 aquisições nos EUA nos últimos cinco anos para entrar em novos mercados e territórios.

Além do setor de alimentação, Jordan III avalia que há espaço também para crescer no Brasil em outros segmentos, como hotéis e hospitais. Com a Copa do Mundo e a Olimpíada, o mercado brasileiro

vai se tornar ainda mais promissor. Nos EUA, a indústria de logística para o setor de alimentação movimentou US\$ 200 bilhões por ano — o segmento de restaurantes responde por mais da metade.

No mercado americano, diz Gomes Filho, nenhum restaurante tem um centro de distribuição próprio por questões de custos,

ao contrário do Brasil. O mercado brasileiro de logística também ainda é muito fragmentado e pouco profissionalizado. "Não há grandes empresas que poderiam ser compradas no país", afirma Gomes. As maiores concorrentes da Martin-Brower no país são a Fast&Food e a FBD, que presta serviços para o Bob's.

## Arcos Dorados mantém contrato com "supermercado"

De São Paulo

Quando a Arcos Dorados, empresa controlada pelo empresário Woods Staton, comprou as operações do McDonald's na América Latina, em 2007, criou-se o receio de que ele poderia encerrar o contrato com a Martin-Brower no Brasil. Isso porque Woods Staton — e agora a Arcos Dorados — também é dono da Axis Logística, empresa responsável pelo abastecimento dos restaurantes do McDonald's na Argentina, no Chile, no México e na Venezuela.

Companhias como a Martin-Brower são um espécie de supermercado para os restaurantes — elas vendem as mercadorias e garantem a entrega de forma regular. No Brasil, a Martin-Brower é a fornecedora exclusiva dos restaurantes do McDonald's há 28 anos. Nos Estados Unidos, a empresa abastece 44% dos restaurantes da rede.

Mas não só a parceria com Martin-Brower foi mantida no Brasil, como não há sinais de que Staton tenha planos de fazer alterações no campo brasileiro.

A troca pela Axis poderia não ser bem recebida pelos franqueados no Brasil, que deram sinais de que estão satisfeitos com os serviços prestados pela Martin-Brower ao eleger a empresa como o melhor fornecedor neste ano. (CF)