

Burger King Brasil



“A Vinci sempre esteve muito próxima na construção desta expansão, através da estruturação de processos e governança importantíssimos para entregarmos o crescimento esperado, e de suporte em decisões de alocação de capital.”

Rafael Espírito Santo - COO da BKBrasil

Fundada em 2011 em JV com a Burger King Corp., para se tornar a master franqueada da marca no Brasil, com direitos exclusivos de desenvolver, operar e sub-franquear lojas da marca no Brasil, Burger King tinha pouco mais de 100 lojas no país. Apesar da presença tímida e subpenetração, a marca era conhecida e valorizada pelo consumidor brasileiro. A Vinci detectou a oportunidade de expandir de forma acelerada, principalmente com a abertura de lojas próprias. Através de capital financeiro, estruturação de processos/governança e modelo de gestão, além de liderança em processos de captação de recursos e decisões de alocação de capital, a Vinci sustentou um plano de expansão agressivo que superou a marca de 800 lojas no país, em 2019 - crescimento bastante superior ao do mercado.

NECESSIDADES DA EMPRESA

- Marca subpenetrada vs. principais competidores no Brasil, porém conhecida pelo consumidor brasileiro;
- Modelo de negócios provado global e nacionalmente;
- Aspectos demográficos como aumento de participação da mulher no mercado de trabalho e do número de domicílios unipessoais impulsionando alimentação fora do lar;
- Alimentação fora do lar ainda subpenetrada no Brasil vs. economias mais desenvolvidas (como % do gasto total com alimentação);
- Oportunidade de acelerar crescimento através de lojas próprias com bons unit economics;

CRIAÇÃO DE VALOR ATRAVÉS DE PE&VC

- Contratação e estruturação do management team do zero
- Implantação do modelo de gestão, alinhando objetivos de longo prazo, plano de remuneração pautado em metas e meritocracia, processos de alocação de capital e controle de custos, etc.
- patrocínio de iniciativas que permitiram maior alcance dos produtos da companhia no público-alvo (cuponagem, revisão da plataforma de sobremesas, plataforma kids, entre outros)
- estruturação de um robusto processo de desenvolvimento de lojas, englobando desde a seleção de sites até comitês de investimento para aprovação final de todas as aberturas
- liderança no processo de captação de mais de R\$ 2 bilhões em dívida/equity para financiar crescimento orgânico e aquisição de franqueados - liderança no processo de aquisição de lojas de franqueados.

RESULTADOS

A BK Brasil foi um projeto greenfield que nasceu sem receitas, com menos de 30 funcionários, e se tornou um dos principais nomes no setor de alimentação fora do lar no Brasil. Foram adicionadas mais de 600 novas lojas no sistema, permitindo que a empresa atingisse a marca relevante de R\$ 2.3bi em Receita Líquida (45% a.a. de crescimento desde 2012) e R\$ 288mm em EBITDA no ano de 2018 (66% a.a. de crescimento desde 2012). Ao final 2018, a BK Brasil contava com mais de 16 mil colaboradores, entre corporativo e lojas, tendo a capacidade de gerar um volume impressionante de empregos em momento adverso da nossa economia.

R\$ 2.3bi

Receita líquida em 2018

66%

Crescimento ao ano desde 2012



MATRIZ
São Paulo

GESTOR
Vinci Partners

INFO
www.burgerking.com.br
www.vincipartners.com

INVESTIMENTO
14.07.2011

VALOR INVESTIDO [R\$ MM]
319

FORMA DE AQUISIÇÃO
100% Primária

PARTICIPAÇÃO
(INICIAL/MÁXIMA/ATUAL)
75% / 75% / 8%

DESINVESTIMENTO
18.12.2017

FORMA DE DESINVESTIMENTO
IPO
(participação remanescente de ~8%)

RETORNO
TIR realizada 23,8%
MOIC realizado 3,8

Burger King Brasil

**BRL 2.3
Billion**
Net Revenues
for 2018

66%
Annual growth
since 2012

“Vinci was always very close during the construction of this expansion, through the structuring processes and governance that are vital for us to deliver the expected growth, while also providing support for capital allocation decisions.”

Rafael Espírito Santo - COO, BKBrasil

Set up in 2011 as a joint venture with Burger King Corp., with the intention of becoming the Master Franchisee for this brand in Brazil, with exclusive rights to develop, operate and approve franchised BK stores in Brazil, Burger King had just over 100 outlets in Brazil. Despite its timid presence and limited penetration, the brand was familiar to Brazilian consumers, who appreciated its value. Here, Vinci detected an opportunity for rapid expansion, mainly through opening its own stores, underpinned by financial capital, structuring processes/governance and a management model. In addition to steering fund-raising processes and guiding capital allocation decisions, Vinci established an aggressive expansion plan with more than 800 stores in Brazil by 2019, far outstripping market growth rates.

COMPANY NEEDS

- Poor penetration for this brand, compared to its main competitors in Brazil, although familiar to Brazilian consumers
- Business model proven at the global and domestic levels
- Demographic aspects spurring out-of-home meals, including more women in the workplace and more people living alone
- Eating out still underdeveloped in Brazil, compared to more developed economies (as a percentage of total outlays on food)
- Opportunity for rapid growth through its own stores with good unit economics

VALUE CREATION THROUGH PE&VC

- Hiring and structuring a management team from scratch
- Implementing the management model, aligning long-term goals, compensation plan based on goals and merits, capital allocation processes, cost controls etc
- Sponsoring initiatives endowing company products with greater reach for target publics: coupons, dessert platform upgrade, kids' platform and others
- Structuring a sturdy store development process, ranging from site selection through to investment committees with final approval of all openings
- Heading up the process of raising more than BRL 2 billion in debt/equity, underwriting organic growth and franchise acquisitions; heading up the franchised store acquisition process

OUTCOMES

A greenfield project that began with no revenues and less than thirty employees, BK Brasil has become one of the leading names in the out-of-home meals sector in Brazil. Its 600 new stores added to the system allow the company to post an impressive BRL 2.3 billion in net revenues (45% p.a. growth since 2012) and BRL 288 million in EBITDA for 2018 (66% p.a. growth since 2012). By year-in 2018, BK Brasil had more than 16,000 employees (corporate + stores), confirming its ability to generate an impressive number of jobs at a difficult time for the Brazilian economy.



HEAD OFFICES
São Paulo

ADMINISTRATOR
Vinci Partners

INFO
www.burgerking.com.br
www.vincipartners.com

INVESTMENT
14.07.2011

AMOUNT INVESTED
BRL 319 million

MANNER OF ACQUISITION
100% Primary

STAKE
INITIAL / MAXIMUM / CURRENT
75% / 75% / 8%

DIVESTMENT
December 18, 2017

MANNER OF DIVESTMENT
IPO
(Remaining stake ~8%)

PAYBACK
IRR: 23.8%
MOIC: 3.8