



No termo do ano de 2011, operávamos 38 unidades com 424 colaboradores no activo, tendo as vendas atingido os 22,6 milhões de euros, um decréscimo de 5% relativamente ao ano anterior.

Durante 2011, a Burger King investiu claramente numa estratégia abrangente de comunicação dos atributos da marca - Produto BBM - e da inovação, através do lançamento de novos produtos, utilizando diversos meios, numa dimensão nunca antes concretizada. Os meios utilizados nesta estratégia foram a TV (canais generalistas TVI e SIC), a rádio, *outdoors*, sem descuidar o LSM - Local Store Marketing.

No sentido de fomentar a relação de confiança com os seus Clientes, continuamos a permitir-lhes, sempre que o desejem, requisitar *on time*, ou com marcação prévia, uma visita às cozinhas de uma qualquer unidade, por forma a conhecerem as políticas de qualidade da marca e o cuidado colocado na confecção das refeições, comprovado pelo facto de a marca ter todas as suas unidades certificadas na mais exigente norma de qualidade, APCER ISO 22000.

Tal como em 2010, a Burger King continuou a inovar com o lançamento de novos produtos no segmento do hambúrguer *gourmet*, onde foi pioneira e se mantém especialista. Pela primeira vez, o famoso *Whopper* adquiriu sabor português, com o *Portuguese Whopper*, produto de sucesso extraordinário, que contribuiu para realçar a divisa da marca, "Have it your way", inalterada, mas viva desde 1954, ano da fundação da cadeia.

É de realçar a criação de uma página web para a marca (www.burgerking.pt) e a entrada nas redes sociais, nomeadamente no Facebook. Durante o ano lançámos algumas ofertas por valor inferior a 5€, que se revelaram um grande sucesso, e a acção nacional "Whopper Grátis".

Dando seguimento à sua política de minorar os impactos sobre o meio ambiente, as sanduíches são embaladas em papel reciclado e o óleo de fritura das lojas é destinado à reciclagem, depois de usado. A par destas duas medidas, a marca realiza ainda a separação de resíduos nas suas unidades.

A Burger King integra o programa institucional do Grupo Ibersol, Viva Bem, que tem como foco a alimentação saudável.