

A top-down view of beer ingredients on a wooden surface. In the top right, a burlap sack is filled with malted barley grains, with several green hop cones scattered nearby. On the left, a glass of golden beer with a thick white head of foam sits next to a bundle of wheat stalks. The bottom left and right corners feature decorative orange shapes with white polka dots. The text 'CERVEJARIA' is in a small, spaced-out font above the large, bold 'ambev' logo.

CERVEJARIA ambev

*Companhia de Bebidas
das Americas*

AMBEV

► **Origem:** Fundada em 1999 pela união das cervejarias Brahma e Antarctica.

Posição de Mercado: Líder de mercado no Brasil e uma das maiores empresas de bebidas do mundo.

Atuação: Produção e comercialização de cervejas, refrigerantes, chás, águas e outras bebidas não alcoólicas.

Alcance: Operações em diversos países das Américas e integração com o grupo global AB InBev.



CEO da Ambev

COMO FOI O MVP? QUAL TIPO?

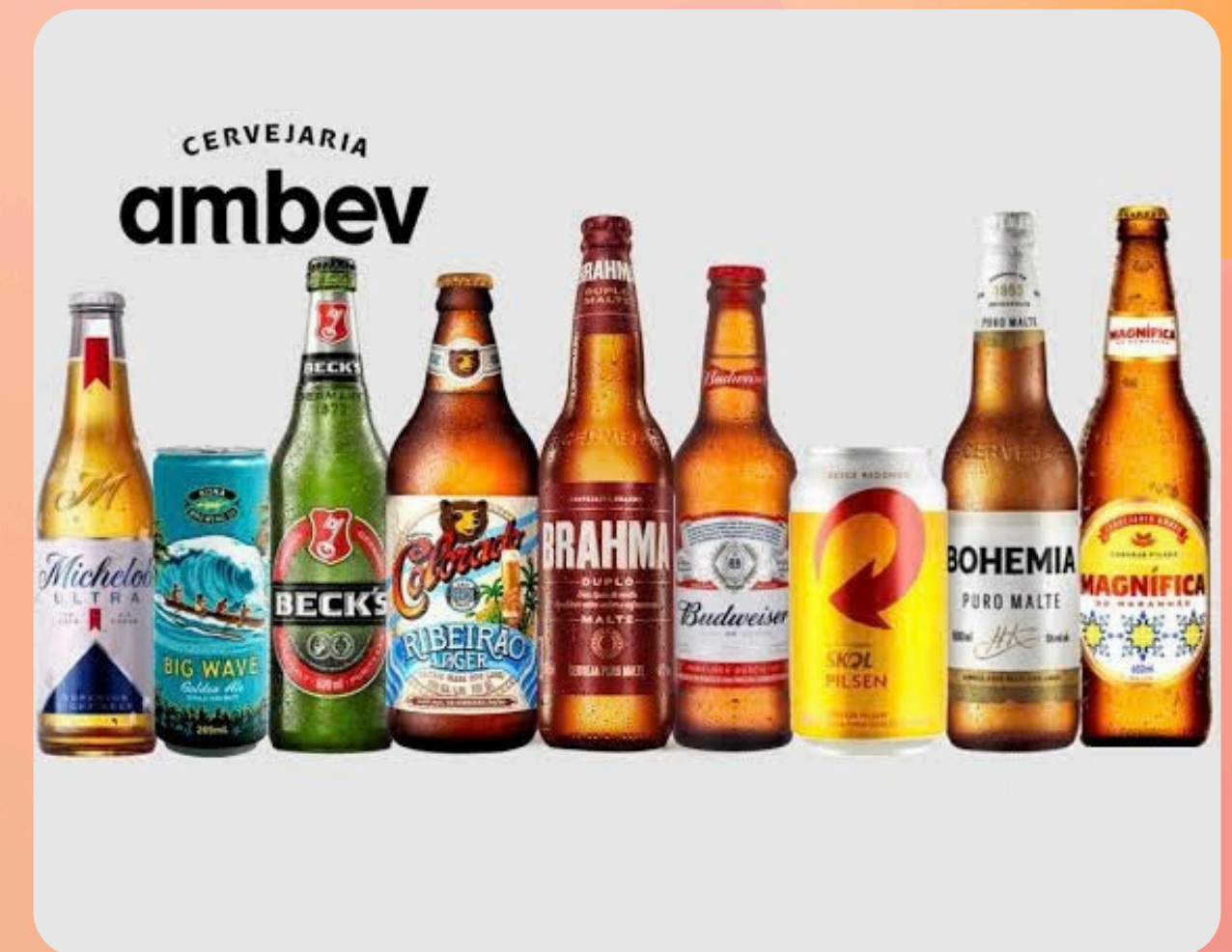
A Ambev não nasceu como uma startup, então não teve um MVP tradicional.

Para relacionar a empresa ao conceito de MVP, podemos considerar como uma validação de modelo de negócio a união entre Brahma e Antarctica.

Tipo de MVP:

MVP de negócio/estrutura

A ideia era unir empresas que já possuíam marcas, consumidores, fábricas e distribuição, criando uma operação maior e mais eficiente.



ESTRATÉGIAS DE MARKETING

A Ambev utiliza diversas estratégias para divulgar suas marcas:

Publicidade: comerciais na televisão, internet e redes sociais.

Marketing digital: campanhas no Instagram, YouTube, TikTok e outras plataformas.

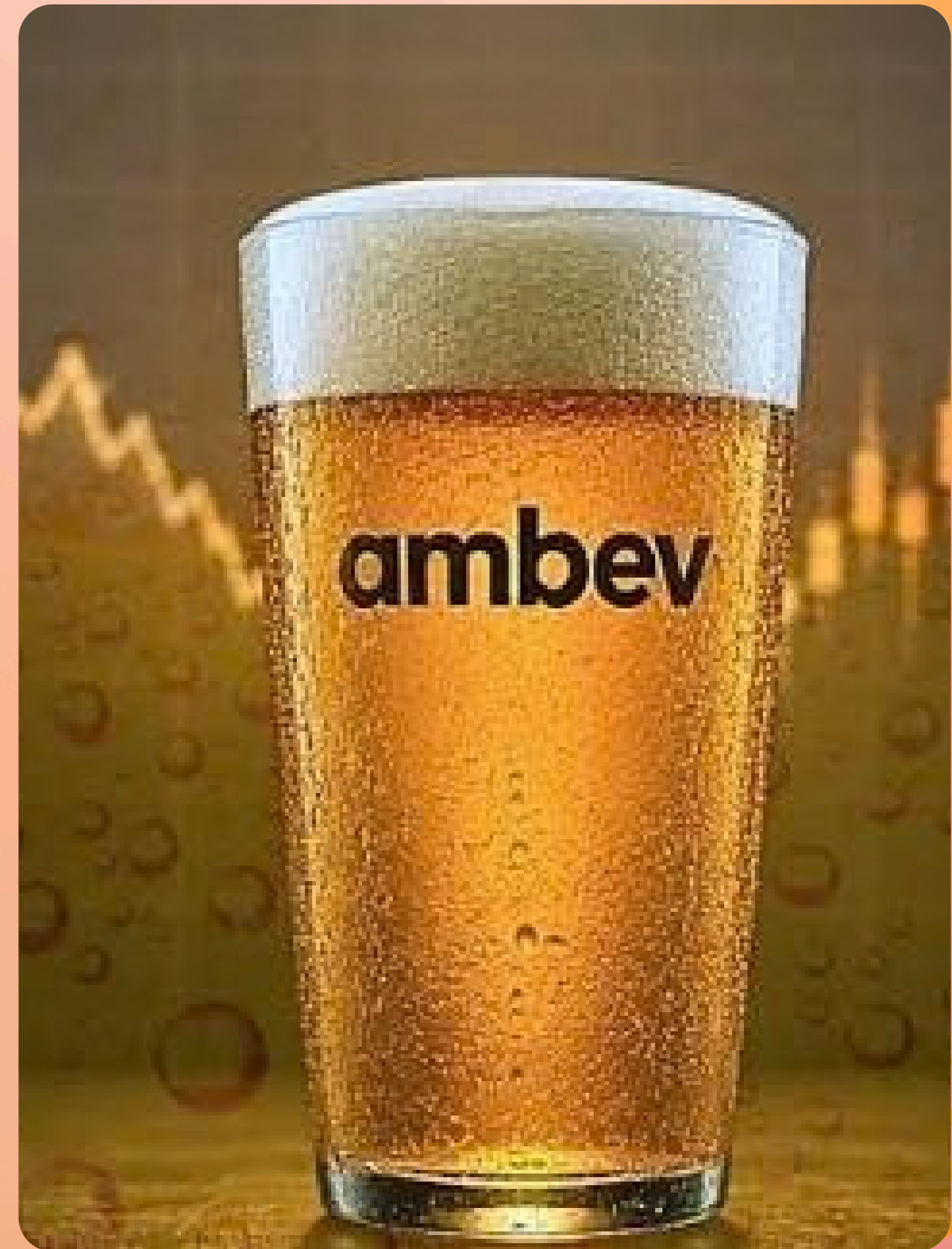
Patrocínios: associação das marcas a eventos esportivos, musicais e culturais.

Humor e criatividade: campanhas que buscam chamar a atenção do público.

Identidade de marca: cada produto possui uma identidade e comunicação próprias.

Promoções: ações em supermercados, bares, restaurantes e outros pontos de venda.

Exemplo: campanhas da Brahma relacionadas ao futebol e ao Carnaval.



PROJEÇÃO FINANCEIRA

Ambev (Resultados Consolidados 2025):

- **Receita Líquida:** R\$ 88,2 bilhões
- **EBITDA Normalizado:** R\$ 29,5 bilhões
- **Lucro Líquido:** R\$ 16,0 bilhões
- **Investimentos Realizados:** R\$ 4,6 bilhões



ENTRADA NO MERCADO

A Ambev entrou no mercado por meio da união de empresas que já possuíam forte presença no Brasil.

Brahma e Antarctica já eram marcas conhecidas pelos consumidores.

A união permitiu aumentar a escala de produção e distribuição.

A empresa passou a utilizar uma grande rede de distribuição para levar seus produtos aos pontos de venda.

Depois, a Ambev continuou crescendo por meio de aquisições, parcerias e expansão internacional.

Ideia principal:

A empresa não precisou começar do zero: aproveitou marcas e estruturas que já existiam.

PÚBLICO- ALVO

O público varia de acordo com cada marca e produto.
Adultos consumidores de cerveja e outras bebidas alcoólicas.
Consumidores de bebidas não alcoólicas.
Pessoas que frequentam bares, restaurantes, festas e eventos.
Consumidores que procuram produtos populares ou opções premium.

Clientes também incluem:

Supermercados

Bares

Restaurantes

Distribuidores

Lojas e outros pontos de venda



BARREIRAS DE ENTRADA

Alto investimento

É necessário investir em fábricas, equipamentos, tecnologia e logística.

Distribuição

Empresas grandes possuem redes de distribuição muito amplas.

Marcas fortes

Marcas já conhecidas possuem consumidores fiéis.

Marketing

Novas empresas precisam investir para conseguir reconhecimento.

O setor possui regras relacionadas à produção, venda, tributação e publicidade.

Grandes empresas conseguem produzir e distribuir em volumes muito maiores

QUAL O TAMANHO DO MERCADO?

O mercado de bebidas é muito grande e diversificado, envolvendo cervejas, refrigerantes e outras bebidas.

A Ambev informou que, no final de 2025, possuía capacidade produtiva de aproximadamente 233 milhões de hectolitros, considerando cervejas e bebidas não alcoólicas.

Além disso, a empresa informou presença em mais de 1 milhão de pontos de venda no Brasil em 2023.

Isso mostra que existe um mercado consumidor muito amplo e uma grande estrutura de distribuição.

CONCLUSÃO

A Ambev conseguiu construir uma operação de grande escala utilizando:

Marcas fortes;

Marketing;

Grande rede de distribuição;

Investimentos;

Diversificação de produtos;

Expansão para outros mercados.

Conclusão:

A trajetória da Ambev mostra como uma empresa pode crescer combinando marcas conhecidas, eficiência operacional, marketing e capacidade de distribuição

**OBRIGADO
PELA
ATENÇÃO**