



Bacardi

BACARDÍ LIMITED: A COMPANHIA E SUA HISTÓRIA.

- É uma das maiores e mais fortes empresas privadas do mundo, tendo cerca de 200 marcas sob seu comando e diversos rótulos. Dentre elas marcas extremamente fortes no mercado como Martini, o próprio Rum Bacardi que é o mais vendido do mundo, The Dewar's, entre outros.
- Foi fundada em 1862 em Santiago de Cuba por Don Facundo Bacardi, começaram um processo de produção de rum revolucionário com suas próprias misturas, e isto mudou pra sempre a forma como o rum passou a ser feito.



- O símbolo (o logotipo) do Morcego tão famoso da Marca surgiu quando Dona Amália Bacardí encontrou morcegos dentro do local onde seria a destilaria e insistiu que um morcego estivesse em cada garrafa, pois em Cuba morcegos simbolizam boa sorte.
- Em 1960, a Revolução chegou a Cuba e os bens de Bacardí Companhia foram apreendidos e a família se exilou nos Estados Unidos, eles foram sem nada pois tudo haviam perdido. Porém, batalharam muito, com determinação e paixão, e rapidamente voltaram às atividades ampliando os negócios por gerações e crescendo cada vez mais no mercado com a produção de excelentes Rums.

MISSÃO

- **Celebrar momentos** que importam: uma bebida de cada vez;
- “Por **mais de 150 anos**, temos **orgulho** de ser um catalisador para a conexão.
- “**Encorajamos as pessoas a se conectarem** sobre uma bebida cuidadosamente trabalhada e requintada de cada vez – **saboreando cada gole, com responsabilidade.**”

VISÃO

- Ser a **principal casa de bebidas premium do mundo**, amada pela suas marcas icônicas, que **une as pessoas para experiências excepcionais com bebidas**;
- Para a Bacardi, **o consumidor e suas experiências são o centro das atenções** e aspirações para o futuro. Portanto, para isso é necessário **construir marcas icônicas** amadas pelos consumidores, marcas clássicas e duradouras que as pessoas se lembram e **que se superam em suas categorias.**

VALORES

- O **sucesso** da Bacardi, segundo a empresa, é **proveniente do espírito empreendedor**, isto é, por todos agirem como fundadores, por serem **destemidos** com coragem para fazer o que é certo, além de tratar e **apoiar uns aos outros como família.**

OS PRODUTOS BACARDÍ E A PROPOSTA DO PROJETO

- Por mais que a Bacardi Limited tenha sob sua asa mais de 200 marcas, sua mais tradicional é justamente a que leva o nome da companhia: Bacardi, a qual estaremos comentando neste projeto. O principal produto é o **Rum**, podendo ele ser **Carta Oro, Carta Blanca, Carta Nera, entre outros.**, Os comercializados no Brasil são: Carta Oro, Blanca, Mojito e Big apple, fora os importados.
- A proposta é uma Edição Especial de lançamento prevista para o primeiro semestre de 2022 em comemoração aos **160 anos de Bacardi** que serão completos neste mesmo ano!

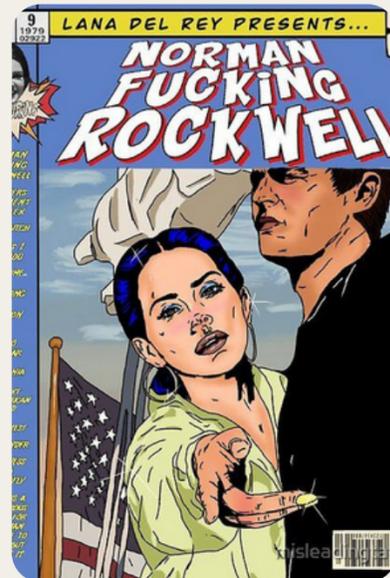
- A proposta seria trazer bebidas icônicas como **Cuba Libre**, **Mojito e Piña Colada** ao mercado brasileiro como drinks prontos para beber. Três drinks super tradicionais feitos com Rum apresentados de forma mais prática: **latinhas** inserindo a marca junto a modernidade e sustentabilidade dos dias de hoje e trazendo a originalidade e tradição do Rum Bacardi Carta Oro e Blanca. Dessa forma a Bacardi poderia competir com outras grandes marcas em outra categoria bebidas deste ramo alcóolico (drinks do tipo "ready to drink"), como Smirnoff Ice e gin tônica, no mercado brasileiro.



O DESIGN GRÁFICO CONTEMPORÂNEO NO PROJETO

- O estilo escolhido foi:

RETRÔ/HISTORICISMO



O PÚBLICO

- A jovens entre 18-30 anos que tenham aspiração por bebidas clássicas ou curiosidade para experimentá-las;
- Classe A, B e C;
- Pessoas que prefiram a praticidade de um “ready to drink”, afinal é só abrir a latinha ou a garrafinha e consumir o conteúdo ao invés de comprar vários ingredientes para preparar um drink.



BACARDÍ®

S W O T

STRENGTH

- **Portfólio de Marcas Sólidas:** Como já foi citado, a Bacardi possui mais de 200 marcas e rótulos em seu portfólio. Algumas das marcas mais populares são o rum Bacardi, o uísque Dewar, a vodca de GreyGoose, o gim Safira e o vermute queridinho Martini. O rum Bacardi é o mais vendido do mundo. Portanto, com tantas marcas fortes sob seu comando, a Bacardi tem uma base de clientes muito fiel.
- **Forte presença global:** A Bacardi tem operações em mais de 150 mercados no mundo. Os principais mercados da empresa são EUA, Canadá, França, Alemanha, Itália e China. Isso permite que ela tenha fontes de receita generalizadas atendendo a vários segmentos de clientes no mundo, dessa forma tem produtos personalizados em cada país, é possível ver isso no site da Bacardi Limited.
- **Instalações de fabricação fortes:** Possui mais de 27 instalações fabris robustas em 17 países que incluem Escócia, Itália, França, Alemanha etc. As instalações permitem que a empresa mantenha o controle, e responda rapidamente à demanda de produtos.
- **Ótima distribuição:** Uma marca não se torna famosa apenas por ter um bom plano de marketing e boa fabricação. Precisa ser eficiente em sua distribuição, dessa forma, a Bacardi possui distribuidores em 150 países e com um número imenso de funcionários para a distribuição eficaz.

WEAKNESSES

- **Produto restrito e não possui outras vertentes:** Todos os produtos da Bacardi são restritos a produtos alcoólicos. Portanto, está completamente ausente em regiões onde o álcool é proibido causando uma perda de potencial de mercado e perdendo clientes para aqueles que não tem o gosto por este tipo de produto.
- **Falta de escala:** A Bacardi não tem o quociente de escalabilidade para combater grandes empresas que dominam o mercado. É uma empresa grande, porém a Pernod Ricard (que possui em seu portfólio a vodka Absolut, whisky Ballantine's, rum Montilla) e Diageo (a gigante que possui domínio sob a tequila José Cuervo) são mais que o dobro do tamanho de Bacardi, dessa forma é um difícil concorrer em meio a escala de produtos.

OPPORTUNITIES

- **Crescimento no mercado global:** Um mercado de bebidas alcoólicas em crescimento oferece uma oportunidade para a Bacardi aumentar suas vendas e introduzir novos produtos no mercado.
- **Aquisições:** O foco da Bacardi tem sido construir um forte portfólio de produtos inovadores por meio de aquisições estratégicas. Bacardi adquiriu com sucesso as marcas Banks rum, Leblon Holdings e Angel's Share. Essas aquisições permitem que a Bacardi fortaleça sua variedade de ofertas, o que ajuda a impulsionar o topo de linha da empresa.
- **Melhor diferenciação:** Embora a Bacardi seja uma excelente marca, a diferenciação adicional no portfólio de produtos via design, ou via comunicação de marketing pode resultar na marca ter múltiplos produtos de desempenho. Bacardi é mais famoso por seu Rum e Big Apple no Brasil, que são relativamente consumidos em quantidades menores do que cerveja ou uísque. Mas a criação de novos produtos a partir deles seria uma boa oportunidade para concorrer no mercado com marcas inclusive .

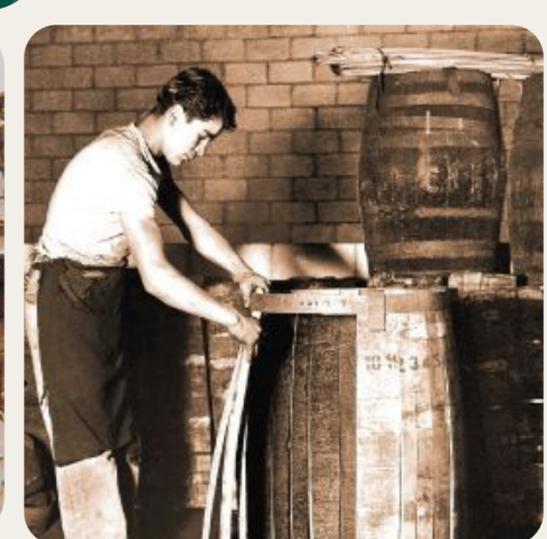
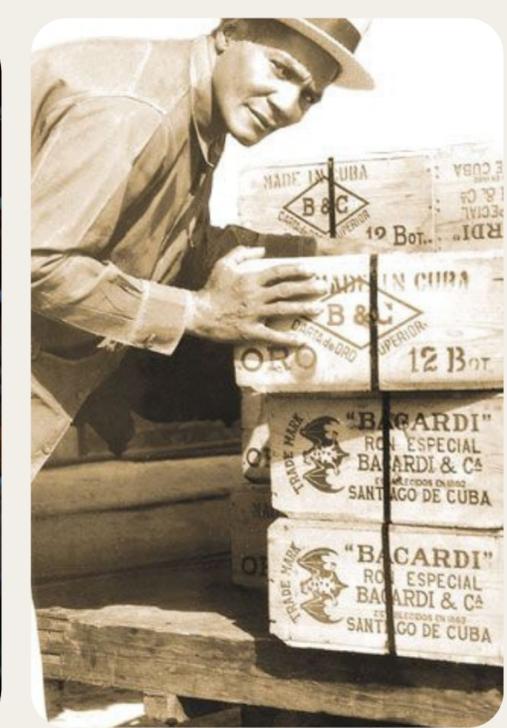
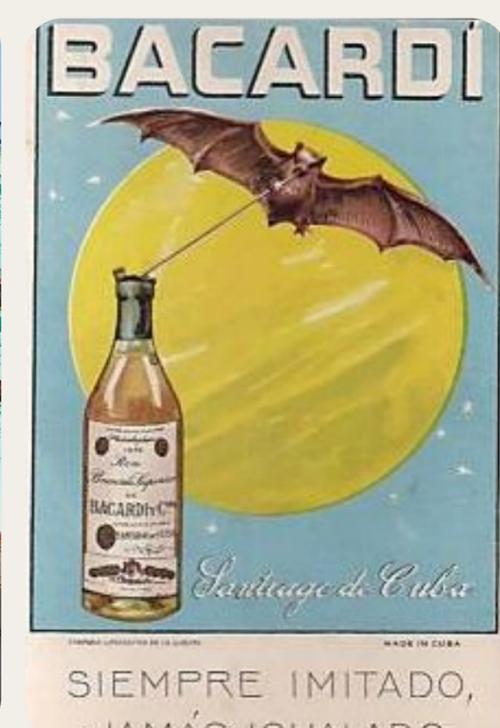
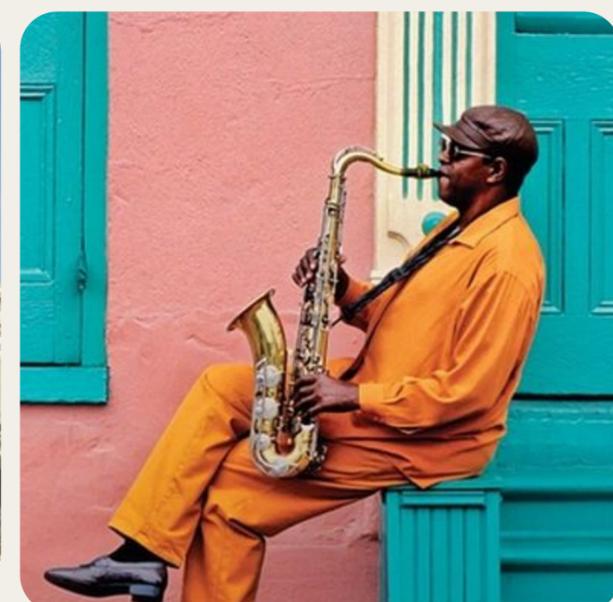
THREATS

- **Regulamentos governamentais:** Regulamentações governamentais rigorosas sobre impostos em taxaço sobre bebidas alcoólicas em determinados países, bem como falta ou uma má publicidade e branding podem afetar as vendas da Bacardi.
- **Competição Acirrada e Intensa:** A indústria de bebidas é extremamente competitiva e os grandes “players” estão tentando comprar marcas menores para expandir a participação de mercado, principalmente de ramos diferentes, assim como aumentar sua presença no mundo. A Bacardi concorre com várias grandes marcas e empresas como Pernod Ricard, Diageo e Remy Cointreau, assim qualquer ação imprevisível das grandes marcas pode afetar suas vendas.



BACARDÍ®

**INSPIRAÇÕES PARA
A EMBALAGEM**



PIÑA COLADA, CUBA LIBRE E MOJITO



PIÑA COLADA, CUBA LIBRE E MOJITO



CUBA LIBRE



BACARDÍ.

CUBA LIBRE

RUM, COLA E LIMÃO

7% Vol

330 ml

Informação Nutricional

Porção 330 ml (1 lata)

Val. Energético	163 kcal
Carboidratos	22,3 g
Açúcares	22,3 g
Proteínas	0 g
Gord. Totais	0 g
Gord. Trans	0 g
Gord. Saturadas	0 g
Fibra Alimentar	0 g
Sódio	0 g

INGREDIENTES: Bebida mista de rum Bacardí Carta Oro, Refrigerante de cola, ácido cítrico, e aromatizante natural

LUZ 1







LUZ 2







MOJITO



BACARDÍ.

MOJITO

RUM, LIMÃO E HORTELÃ

7% Vol

330 ml

Informação Nutricional

Porção 330 ml (1 lata)

Val. Energético	163 kcal
Carboidratos	22,3 g
Açúcares	22,3 g
Proteínas	0 g
Gord. Totais	0 g
Gord. Trans	0 g
Gord. Saturadas	0 g
Fibra Alimentar	0 g
Sódio	5mg

INGREDIENTES: Bebida mista de rum Bacardí Carta Blanca, água gasificada açúcar, ácido cítrico, aromatizantes naturais de hortelã e limão.

LUZ 1







LUZ 2



LUZ 2



LUZ 2



PIÑA COLADA



BACARDÍ.

PIÑA COLADA

RUM, ABACAXI E COCO

7% Vol

330 ml

Informação Nutricional

Porção 330 ml (1 lata)

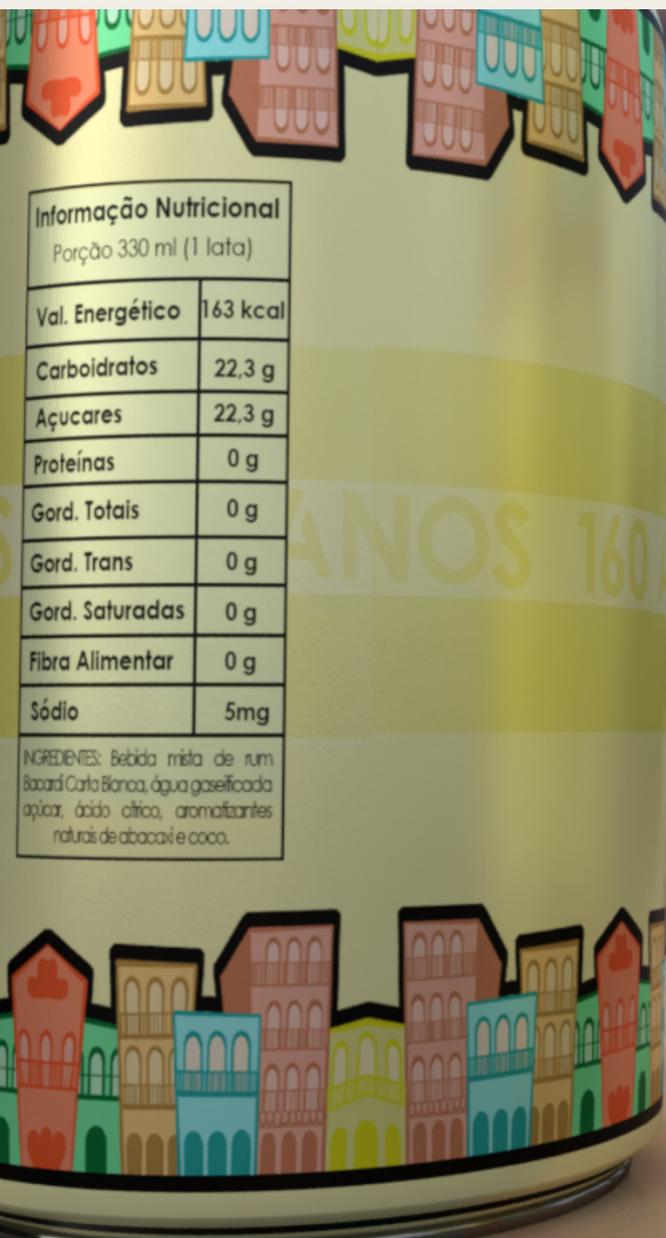
Val. Energético	163 kcal
Carboidratos	22,3 g
Açúcares	22,3 g
Proteínas	0 g
Gord. Totais	0 g
Gord. Trans	0 g
Gord. Saturadas	0 g
Fibra Alimentar	0 g
Sódio	5mg

INGREDIENTES: Bebida mista de rum Bacardí Carta Blanca, água gasificada açúcar, ácido cítrico, aromatizantes naturais de abacaxi e coco.

LUZ 1



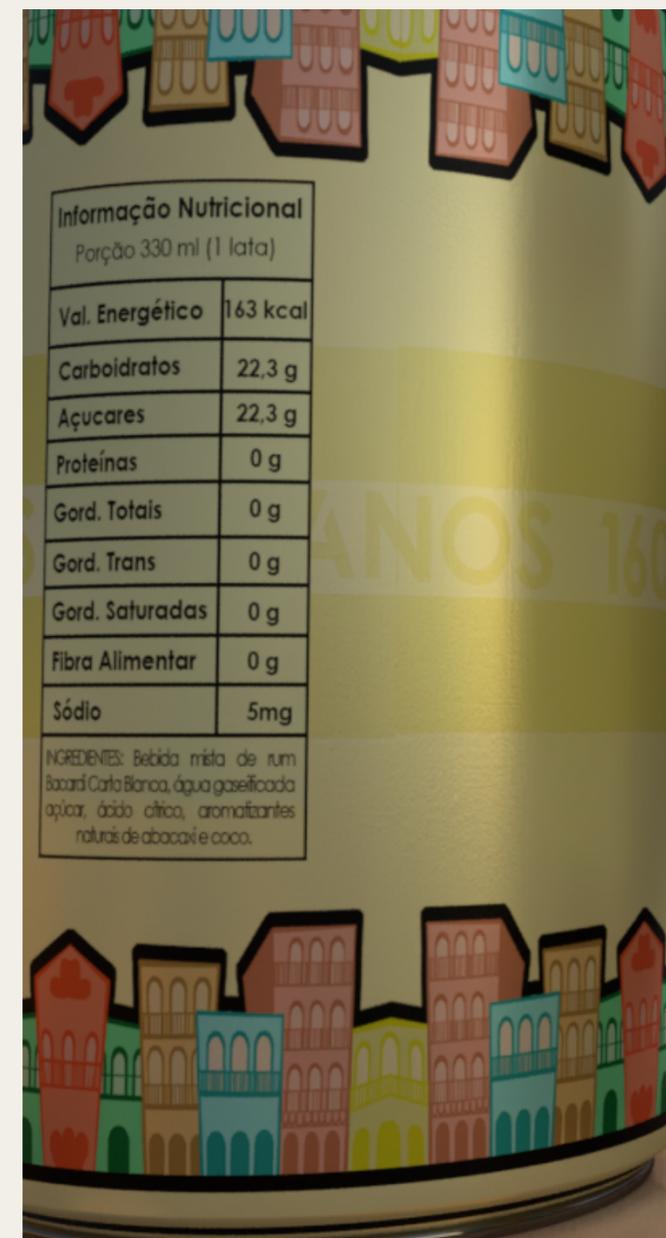




LUZ 2







REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- <https://www.bacardilimited.com/our-company/about-us/>
- <https://www.bacardi.com/lm/es/historia/>
- <https://www.bacardilimited.com/our-brands/portfolio/>
- Tabelas nutricionais: https://www.bacardilimited.com/nutrition/bacardi?brand_locale=fr-BE (houveram mudanças)
- <https://www.pernod-ricard.com/en>
- <https://www.pernod-ricard.com/en/our-brands/our-portfolio/m>
- <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2018/10/16/pernod-ricard-reforca-portfolio-de-gim.ghtml>
- <https://exame.com/negocios/por-dentro-da-pernod-ricard-dona-da-absolut-e-balantines/>
- <https://exame.com/negocios/diageo-lideranca-folgada-no-mercado-de-destilados/>
- <https://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/prnewswire/2012/10/15/em-seu-150o-ano-a-bacardi-comemora-o-sucesso-resiliencia-e-crescimento-desde-o-ilegal-confisco-dos-ativos-cubanos-ha-52-anos.htm>



BACARDÍ[®]

MUITO OBRIGADA!