

JORNADA DO CONSUMIDOR

Ambev + Na Rua, em um mergulho profundo
na vida e na rotina de diferentes targets

Fevereiro a Abril de 2020

AMBEV NA RUA

A gente ama a rua. Porque é Na Rua onde tudo acontece, e é Na Rua onde a gente consegue sentir o movimento que impulsiona a vida e o comportamento das pessoas.

É por isso que temos esse nome: somos parceiros da Ambev sempre que vocês precisam sair do escritório para respirar o ar lá de fora.



Dessa vez o desafio foi acompanhar a jornada dos vários tipos de consumidores Ambev, entender suas rotinas diárias e perceber oportunidades para as marcas de cerveja

POR ONDE PASSAMOS

3 regiões do Brasil,
3 níveis de maturidade no
consumo de bebidas alcoólicas:

GOIÁS:

CAPITAL – GOIÂNIA
INTERIOR – INHUMAS

Prevalência do consumo L2, onde a cerveja é protagonista na maioria das situações de consumo de álcool







PERNAMBUCO:

CAPITAL – RECIFE
INTERIOR – VITÓRIA S ANTÃO

Prevalência do consumo L1, onde o consumo de álcool tem a forte influência dos destilados mais populares





SÃO PAULO:

CAPITAL – SÃO PAULO
INTERIOR – MOGI-GUAÇU

Prevalência do consumo L3 na capital, com uma oferta maior de produtos mais sofisticados

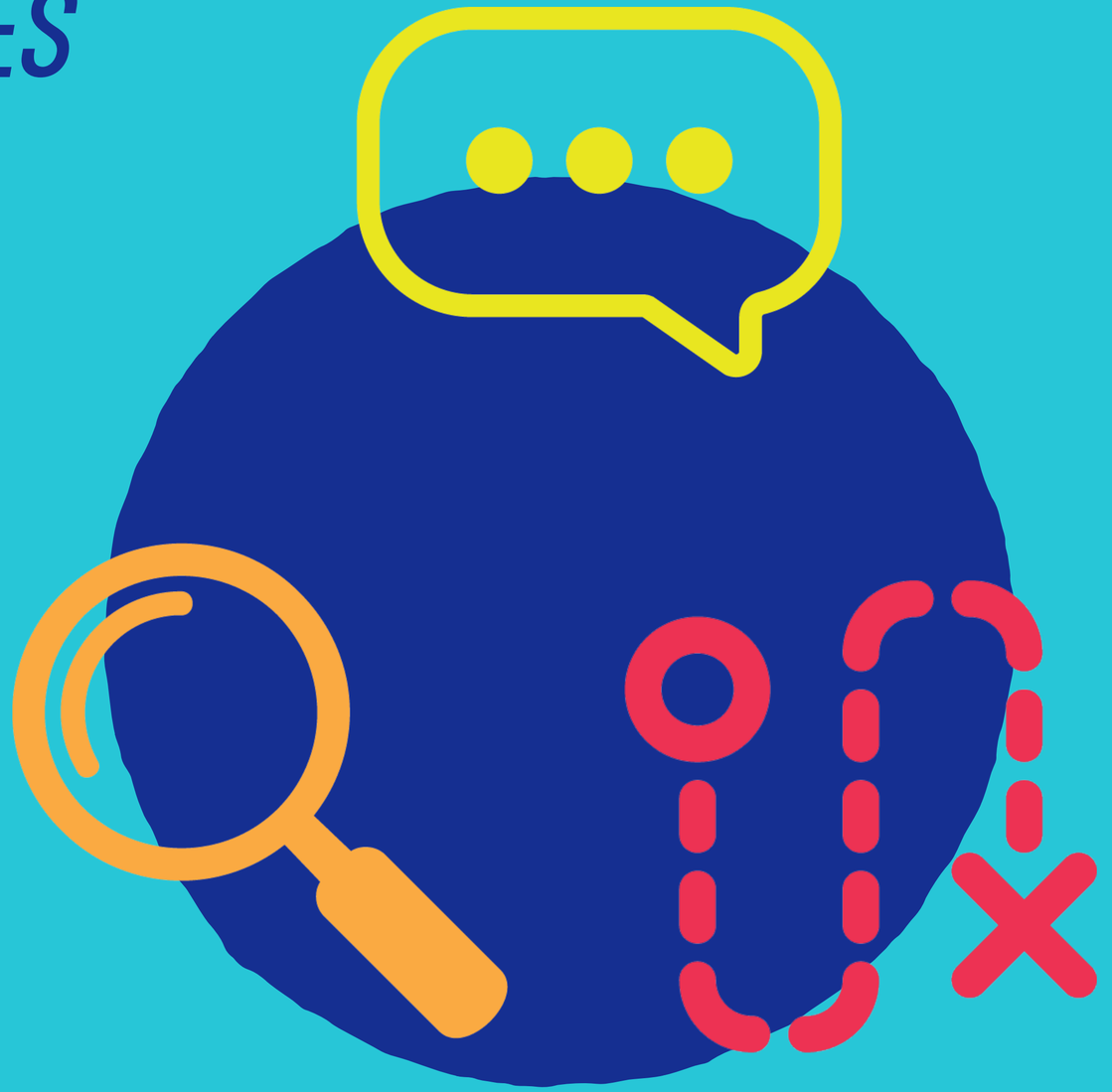
Mogi, como mercado L2, trouxe perspectivas importantes sobre o mercado mainstream



UMA METODOLOGIA COM 3 FASES COMPLEMENTARES

Como construir a jornada do consumidor Ambev, se a companhia tem tantos tipos de público, e suas marcas conversam com pessoas de estilos de vida tão heterogêneos?

Decidimos deixar os próprios aprendizados de campo irem nos apresentando perfis comportamentais, de uma forma aleatória (por termos sido impactados por pessoas de várias realidades, em encontros espontâneos nas varreduras pelas cidades), e ao mesmo tempo profunda (em um processo cuidadoso de análise do dia a dia e da rotina de algumas pessoas escolhidas a dedo).



1 MERGULHO NAS PRAÇAS

Uma varredura por diversos pontos de cada cidade, para abordamos pessoas de realidades muito plurais: das mais variadas classes sociais, com idades entre 18 e 55 anos, e de regiões centrais e periféricas.

Abordamos, ao todo, 350 consumidores em conversas livres e espontâneas não só em pontos de venda (como bares, supermercados, lanchonetes), como também em situações que extrapolam o consumo de álcool (como terminais de transporte público, shoppings, praças, ruas populares).



350

CONSUMIDORES

2 ANÁLISE DOS PADRÕES

Ao longo de tantos encontros, pudemos sentir padrões de comportamento se repetindo, e histórias semelhantes de pessoas que — embora de lugares diferentes — vivem situações, realidades e motivações parecidas e apontaram perfis de consumo importantes de serem investigados no detalhe.



350 CONSUMIDORES

na rua

3 VIVÊNCIAS ETNOGRÁFICAS

Escolhemos 18 consumidores que representam bem todos os achados do campo aberto (6 em cada estado).

Pedimos licença para entrar na vida de cada um deles e acompanhar a rotina de todos — e de suas famílias — ao longo de um mês.

Conseguimos, assim, desenhar a jornada de perfis consumidores relevantes, que têm o potencial de ajudar a Ambev a traçar estratégias para abraçá-los em mais momentos, e também de minimizar alguns pain points importantes.



18
VIVÊNCIAS

VIVÊNCIAS ETNOGRÁFICAS



BRUNA, 21
ESTUDANTE > CLASSE A // RECIFE



CRIS, 45
DIARISTA > CLASSE D // SÃO PAULO



VAL, 21
SERRALHEIRO > CLASSE D // V. S. ANTÃO



LUCA, 20
VENDEDOR DE AUTOPEÇAS > CLASSE C // MOGI-GUAÇU



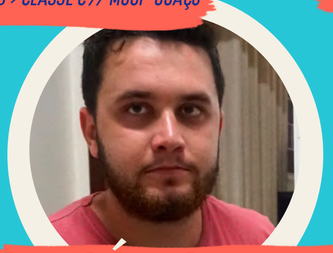
JÚLIA, 54
ESTETICISTA > CLASSE AB // SÃO PAULO



MARCELO, 46
PROFESSOR DE ED. FÍSICA > CLASSE AB // GOIÂNIA



ALLAN, 21
ESTAGIÁRIO DE ADM > CLASSE C // SÃO PAULO



GREGÓRIO, 22
LAVADOR DE CARROS > CLASSE C // INHUMAS



RUBEN, 33
ASSESSOR PARLAMENTAR > CLASSE B // MOGI-GUAÇU



BRANCA, 55
CUIDADORA DE IDOSOS > CLASSE D // V.S.ANTÃO



RENATA, 39
PROFESSORA > CLASSE C // INHUMAS



CIBELLY, 40
RECEPCIONISTA > CLASSE C // RECIFE



FÉLIX, 46
MOTORISTA DE UBER > CLASSE B // RECIFE



THIAGO, 33
GERENTE DE CONCESSIONÁRIA > CLASSE AB // RECIFE



GEORGES, 45
ADVOGADO > CLASSE A // GOIÂNIA



FELIPE, 37
MÉDICO > CLASSE A // SÃO PAULO

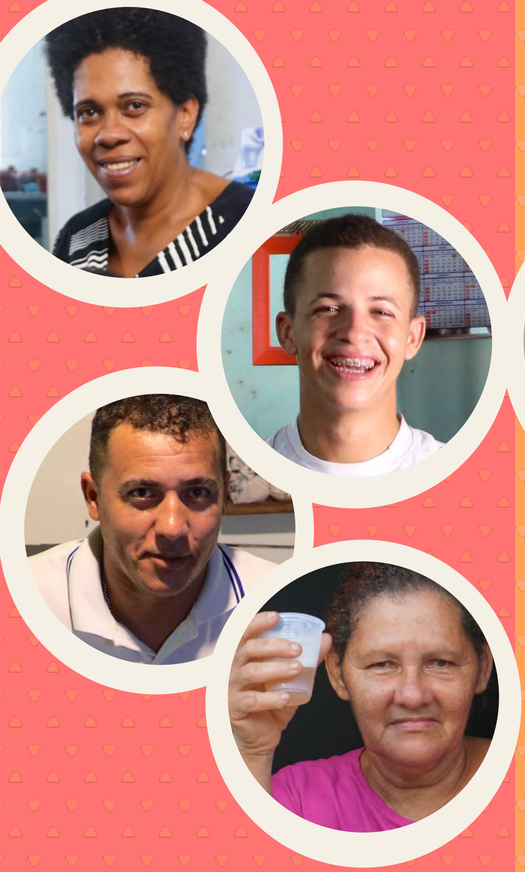


MARIANE, 22
ESTAGIÁRIA DE ARQ > CLASSE B // GOIÂNIA



ADAELSO, 33
AÇOUGUEIRO > CLASSE D // GOIÂNIA

na rua



ÁLCOOL COMO RECOMPENSA, COMO MERECIMENTO PELO ESFORÇO:

SE PERMITEM ALGO SUPÉRFLUO DIANTE DA ESCASSEZ



ÁLCOOL COMO AGREGADOR E AMPLIADOR DA RODA DE AMIGOS:

VALORIZAM O EXCESSO, A FARTURA DO "QUANTO MAIS, MELHOR"



ÁLCOOL COMO COMBUSTÍVEL PARA SE TRANSITAR EM VÁRIOS GRUPOS :

FAZEM UM INTERCÂMBIO ENTRE DIFERENTES REALIDADES



ÁLCOOL COMO INGREDIENTE PARA INCREMENTAR O SABOR DOS MOMENTOS ESPECIAIS:

PROCURAM FORMAS DE MARCAR AS SITUAÇÕES



ÁLCOOL COMO INSTRUMENTO DE RECONHECIMENTO SOCIAL:

IMPORTÂNCIA DE PERTENCER A CLUBES, CONFRARIAS E GRUPOS DISTINTOS

PERNAMBUCO




ITAIPAVA




CHRONIC
410


TEMOS
CX-4


Bila da Matriz




ITAIPAVA
10


DEVASSA
na rua









GOIÁS





na rua


SÃO PAULO
MIX
Dia
MAXI
(19) 3453-2944
www.vidacap.com.br
na rua

BATALHADORES

ÁLCOOL COMO RECOMPENSA, COMO MERECIMENTO PELO ESFORÇO:











SE PERMITEM ALGO "SUPÉRFLUO" DIANTE DA ESCASSEZ



BRANCA, 55
CUIDADORA DE IDOSOS > CLASSE D // V.S.ANTÃO



VAL, 21
SERRALHEIRO > CLASSE D // V. S. ANTÃO





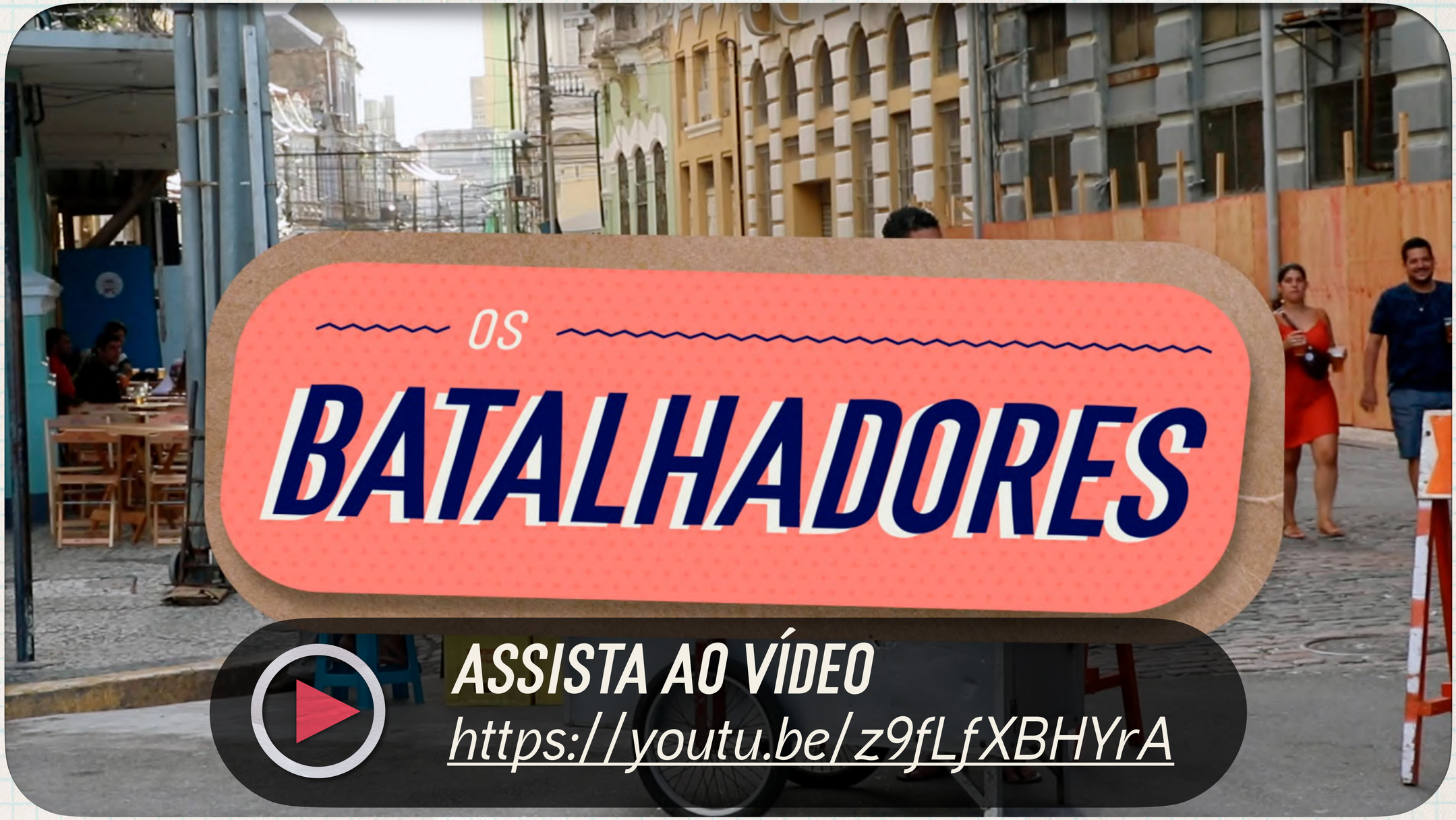
CRIS, 45
DIARISTA > CLASSE D // SÃO PAULO





ADAELSO, 33
AÇOUGUEIRO > CLASSE D // GOIÂNIA

na rua


OS
BATALHADORES
ASSISTA AO VÍDEO
https://youtu.be/z9fLfXBHYrA



CRIS

45 ANOS, DIARISTA // CLASSE D / SÃO PAULO

Cris é diarista e mora no Itaim Paulista, extremo leste da cidade. Tem uma filha de 19 anos, outra de 8 e, o mais novo, de 2. Os três moram com ela e o marido, em um apartamento de dois quartos em um conjunto habitacional.

Ela trabalha de segunda a sábado, em casas de famílias, em quatro endereços diferentes. Por isso, está sempre se deslocando pela cidade, e perde até 4 horas do tempo produtivo do seu dia no transporte público.

Às sextas ela tem o dia vago, sem trabalho. É quando ela aproveita o tempo livre para fazer a faxina na sua própria casa, e também sai pela vizinhança para pagar as contas e fazer as compras: passa sempre em dois mercados do bairro (um menor e outro de grande porte), para comparar os preços e comprar os produtos que estiverem mais baratos em cada um — assim ela consegue potencializar o dinheiro, e fazer sobrar para alguma coisa mais supérflua (fora da lista).

Cris adora beber uma cervejinha no bar com as amigas, mas o dinheiro não anda sobrando para esse tipo de luxo. Depois que teve o último filho, o orçamento apertou muito e ela precisou encontrar diversão na própria casa: compra bebida e chama as amigas para um petisco; liga o som enquanto faz faxina, bebendo pra refrescar; escolhe um filme que agrade aos filhos e ao marido, e frita uma calabresa para acompanhar o álcool no cinema do sofá da sala.

Ou seja, ela aprendeu a reinventar os momentos, para encontrar diversão dentro de casa — já que cada centavo conta no orçamento familiar.

A JORNADA DA CRIS



SEG 1

Cris faz faxina como diarista em quatro casas diferentes, cinco dias por semana. Como os endereços são todos muito longe de onde ela mora, ela precisa estar de pé às 5h, para sair de casa antes das 6h.

Ela pega um ônibus, um trem e mais uma ou duas linhas de metrô até chegar ao destino do dia. Perde até 4 horas por dia em deslocamentos, o que diminui muito o seu tempo produtivo e a deixa esgotada de cansaço na volta pra casa.

Nesse trajeto, ela passa em frente a várias lanchonetes nos terminais de transporte público, e às vezes ela para para lanchar um combo popular: salgado + refresco no copo.

Cerveja não é vendida nos PDVs oficiais do transporte público. Refrigerante encarece o combo.

TER 2

Como faxineira, Cris tem 4 clientes diferentes — e recebe as diárias ao fim do serviço prestado.

Todos os dias ela volta pra casa com 150 reais + a condução. Ela prefere que esse dinheiro seja depositado em sua conta corrente, para ser usado no débito:

tem a sensação de que o dinheiro em espécie escorre pelas mãos, e acaba antes de pagar as contas principais. Com o débito, ela consegue ter mais controle dos seus gastos, e acompanhar a movimentação pelo aplicativo do banco (ou pelo SMS que chega a cada compra).

O almoço também é por conta do cliente, que deixa marmitex ou alguma coisa de fácil preparo — por isso, ela não precisa gastar pelas refeições no trabalho.

QUA 3

Na volta do trabalho, aproveitando que está em uma região central, consegue dar uma passada no hipermercado que fica no caminho entre o seu trabalho e o metrô.

Passa mais para dar uma pesquisada nos preços do que para fazer compras — já que está muito longe de casa e teria que carregar tudo no transporte coletivo lotado.

Mas consegue aproveitar a promoção de algum item pequeno, algo que realmente valha a pena carregar, e não seja muito pesado.

Isso faz com que ela tenha uma noção de preço ao fazer as compras nos supermercados menores, de redes regionais, mais próximos da casa dela.

Geralmente os hipermercados possuem promoções de cerveja a preços tentadores — muito mais baratos do que no mercado próximo a casa dela — mas, pelo peso e distância, essa (cotidiana) compra fica inviável.





QUI 4

Praticamente 2 horas depois de trens e ônibus lotados, percurso muitas vezes feito em pé, ela chega no ponto perto de casa. Às vezes ainda é necessário buscar o caçula na creche.

Precisa pensar no que vai fazer para o jantar, e se precisa comprar algum ingrediente para o preparo. Quando é necessário, ela passa em uma venda (que fica no caminho). Os preços são mais altos e o sortimento de produtos é bem menor que no supermercado do bairro, mas ela evita o desvio porque já está exausta.

Tem dia que ela sente que merece uma cervejinha: pra terminar o dia com alegria, e para se refrescar do caminho cansativo. Na geladeira do mercadinho as bebidas geladas são mais caras, então ela compra com mais moderação: dentre as marcas que gosta mais, escolhe as latinhas que que estiverem mais baratas.

Vendas e mercearias cobram preços diferentes pelas bebidas em temperatura ambiente e pelas bebidas geladas (mais caras pelo uso da geladeira).

SEX 5

Ela tem livre um dia na semana, além do domingo. Ela aproveita esse dia útil para dormir um pouco até mais tarde, antes de acordar para tomar conta do serviço doméstico da sua própria casa.

Faz faxina, lava roupas, cozinha em grande quantidade para congelar porções para os filhos almoçarem nos dias em que ela não está em casa.

No período da tarde, depois que a filha foi para a escola, sai de casa para resolver pendências e fazer compras no supermercado: ela vai a 2, comparar os preços e escolhe os produtos que estejam mais baratos em cada um.

Primeiro vai no pequeno, geralmente com marcas mais populares. Depois vai no grande, de uma rede regional, que é o principal do bairro onde mora. Lá, ela encontra mais promoções de produtos específicos, e também consegue pagar as contas de água, luz e telefone no caixa.

Aproveita promoções de cerveja, mas não compra pra fazer estoque porque volta a pé, carregando as sacolas.

A entrega só é grátis para compras maiores, acima de 100 reais.





QUI 11

Uma vez por mês (e olhe lá), a Cris consegue marcar um encontro com as amigas. Elas gostam de frequentar um bar específico, onde se sentem mais confortáveis de estarem sozinhas, só em mulheres.

Não é em qualquer lugar que elas se sentem bem, e reclamam que uma mesa totalmente feminina sofre com o assédio, com os olhares, ou com comentários maldosos da vizinhança.

Nesse bar específico, eles servem espetinhos — que vira um pano de fundo para mascarar (ou amenizar) o fato delas estarem, juntas, bebendo cerveja. O espetinho também é estímulo para elas tomarem uma cerveja "melhor", experimenta uma garrafa Puro Malte, que alguém disse que combina bem com o sabor da carne. O ponto é: nesse momento, não é a cerveja para refrescar, mas a cerveja para saborear.

Assédio e preconceito na maioria dos bares, que estão mal preparados para receber um grupo de mulheres (banheiro ruim é um exemplo de falta de preparo).



QUA 10

TER 9

SEG 8

A semana começa, e tudo se repete: horas no percurso, trabalho pesado, tarefas domésticas que demandam uma jornada dupla.

Tanta atribulação exige um pacto familiar, em que todos ajudam a equilibrar os pratos:

o marido, por exemplo, leva o filho na creche porque sai mais tarde para o trabalho;

a filha mais velha prepara o almoço, e ajuda a irmã (do meio) com as tarefas da escola;

Cris sente falta de estar com todos eles, e percebe que tem muito pouco tempo de qualidade com a família. Por isso, sempre que pode, tenta chegar cedo em casa para buscar o caçula na creche, receber a van que vem da escola e para dar um beijo na filha que passa a noite na universidade (um orgulho sem fim para a Cris, que nunca conseguiu estudar).



Acostumados com a dinâmica de bônus (por cartela de selo ou pelo aplicativo), os adultos da família acabam consumindo refrigerante no fast-food (que não serve cerveja).



O passeio no shopping é um programa pra ser curtido em família, e cada um fica livre para olhar as coisas que tenham interesse.

Mesmo que não comprem nada, ela e a filha mais velha passam nas lojas de departamento para verem as peças e se inspirarem nas combinações das manequins.

O destino certo é o McDonald's, onde aproveitam os cupons para comprar um lanche familiar. Os filhos mais novos ganham o brinquedo, que faz a emoção do domingo perdurar ao longo dos outros dias.

DOM 7

O fardo de cerveja precisava ter uma alça para ser mais fácil transportá-lo no caminho pra casa.





Sábado também é dia de trabalho, mas a volta é mais animada porque a Cris sabe que vai poder descansar no outro dia.

Apesar da distância, o percurso é menos cansativo porque o transporte público está mais vazio. Então ela consegue se sentar, e chega mais disposta em casa. Tanto que tem energia para desviar o caminho e passar no supermercado para comprar um fardo de cerveja gelada.

Com a chegada do filho caçula, o orçamento apertou demais, e a família teve que aprender a se divertir em casa — filmes na TV, encontros com os vizinhos, música em volume alto. O programa de sábado à noite é mesmo na sala, na cozinha e na escadaria do predinho da CDHU.

SÁB 6



SUPERMERCADO

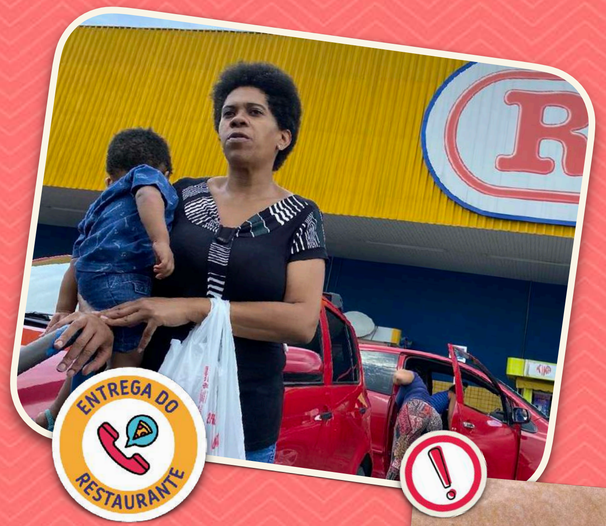
MERCADINHO
MERCEARIA

A JORNADA DA CRIS

A Cris acompanha as ofertas do mercado através dos panfletos distribuídos na rua. Mas, recentemente, também se cadastrou em uma lista de WhatsApp. O mercadinho menor teve a ideia de fazer esse contato por mensagens, e logo foi copiado pelo supermercado da rede local.

Ela se cadastrou porque gosta de acompanhar a briga de preços, e aproveita sempre que percebe alguma promoção imperdível. Mas chegou a silenciar esses contatos porque essas ofertas não possuem filtro, e chegam sempre promoções de produtos que não interessam a ela.

Seria mais proveitoso um sistema inteligente, para ajudá-la a receber apenas as promoções que se adequem ao seu interesse ou perfil de consumo.



ENTREGA DO RESTAURANTE

Muito raramente — e somente em tempos de diárias completas na semana — ela e a família se dão um hambúrguer ou uma pizza de presente.

Claro que sai mais barato fazer tudo em casa do que comprar pronto. Mas tem dia que a vontade comer é grande, e a vontade de preparar é zero. Jantar algo diferente do habitual, e sem ter que cozinhar, é um momento de celebração pra todo mundo.

A filha, mais antenada com a tecnologia, até tem o Uber Eats instalado no telefone, atraída pelos cupons de desconto oferecidos. Mas, na maioria da vezes, sai mais barato pedir em algum estabelecimento vizinho (por telefone ou WhatsApp), que não cobra pela entrega própria.

A comida chega mais rápido e o marido e a filha mais velha ajudam a rachar a conta.

Encomendar bebidas deixa o pedido muito mais caro. Se não tem bebida em casa pra acompanhar o jantar especial, alguém vai buscar no mercado que estiver aberto, enquanto o pedido não chega.



Muito de vez em quando acontece um encontro inesperado: a diária da Cris coincide com a localização de alguma amiga (que também esteja trabalhando na região).

Se o horário bate, e elas conseguem tempo para se encontrar depois do trabalho, as duas geralmente marcam um happy hour em alguma lanchonete ou padaria mais próximas.

Tem que ser jogo rápido, tempo para pedir uma porção de batata frita e dividir uma garrafa de cerveja litrão — medida exata de um encontro que não pode se alongar muito por conta do marido e dos filhos, que esperam em casa.

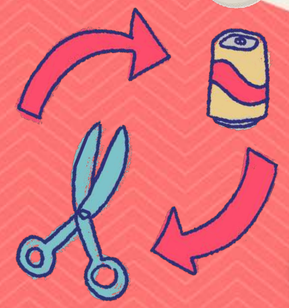


A vontade é de pedir uma cerveja puro malte para esse momento, mas é difícil encontrar alguma no formato litrão.

SEX 12 · SÁB 13 · DOM 14 · SEG 15 · TER 16 · QUA 17 · QUI 18 · SEX 19 · SÁB 20 · DOM 21 · SEG 22 · TER 23 · QUA 24 · QUI 25 · SEX 26 · SÁB 27 · DOM 28 · SEG 29 · TER 30









Escambos e troca de favores são uma arma para driblar a crise e a falta de dinheiro.

Para não gastar com salão de beleza, a Cris fez um trato com sua amiga cabeleireira:

quando ela encerra o expediente no salão (que fica na garagem da sua casa), a Cris chega com um fardinho de cerveja gelada. E também com uma cachaça que o primo traz de Minas. Depois da última cliente, elas abrem as latinhas e começam a tricotar as últimas notícias — enquanto a Cris ganha um tratamento especial com direito a corte e escova.

Juntar uma necessidade com um momento de relaxamento e diversão é ótimo pra Cris, que tem pouco tempo para cuidar de si, e nunca se coloca como prioridade.

É preciso consumir muita cerveja para atingir o grau alcoólico da diversão. A cachaça ajuda a antecipar esse efeito.





A cada dois ou três meses, no máximo, os familiares da Cris se juntam para um churrasco — sempre na casa de um mesmo primo, que é maior.

Esse encontro é programado via grupo de WhatsApp, que foi criado com o título "Churrasco dos Primos". Esse é um momento muito importante, porque é uma das raras ocasiões em que a família se reúne, todos levam os filhos para brincarem juntos, confraternizam.

Para dividir as despesas, cada um leva um prato e um pouco de bebida. A Cris faz sua maionese caseira, e precisa de carona porque não tem carro: um casal de primos passa na casa dela, e juntos eles vão ao hipermercado — em busca de cerveja barata, já na geladeira.

Ela prefere sempre comprar latinhas tradicionais (porque acha que a pequena não rende tanto, acaba rápido; e o latão esquenta logo, gerando desperdício).



A cerveja da geladeira do hipermercado nunca está gelada a ponto de ser consumida. Quando chega no churrasco, é preciso deixar por um tempo no isopor com gelo, pra ficar no ponto que ela e os primos gostam.



VAL

21, ARMADOR DE FERRO || CLASSE D | VITÓRIA DE SANTO ANTÃO

Val trabalha fazendo armações de ferro para construções, uma função informal, sem vínculos empregatícios. Para cumprir sua jornada e receber o equivalente a um salário mínimo, ele precisa armar 100 kg de ferro por dia, tarefa cumprida geralmente entre 8h e 16h.

Não existe uma preocupação sobre o futuro. O dinheiro desse serviço ajuda a pagar as contas de casa e garante uma pequena diversão no final de semana, e é como se esse modelo de vida fosse o suficiente para as poucas expectativas que ele tem, sem muita ambição quanto ao futuro.

O pai do Val é aposentado, os dois moram juntos e sozinhos, mas recebem a ajuda operacional das duas irmãs, que preparam a comida da dupla e aparecem diariamente para verificar se está tudo bem.

A casa fica em frente a um bar, que tem o Val como cliente. Outros botecos próximos também fazem parte do roteiro do rapaz, quando ele precisa mudar de ares e relaxar. Só sai do bairro quando topa ir com a turma para a praça da igreja matriz, onde está localizada a parte badalada da cidade, com ambulantes, bares e boates.

A JORNADA DO VAL

SEG 1

Val acorda às 7h, toma um café da manhã com o pai e às 8h inicia a jornada pesada, em uma função que exige muito do corpo. Por isso, a primeira refeição do dia precisa ser reforçada.

Ele trabalha em uma empresa de armação de ferro para construções, onde ele tem um contrato informal e precisa cumprir metas diárias em troca de um salário mínimo por mês.

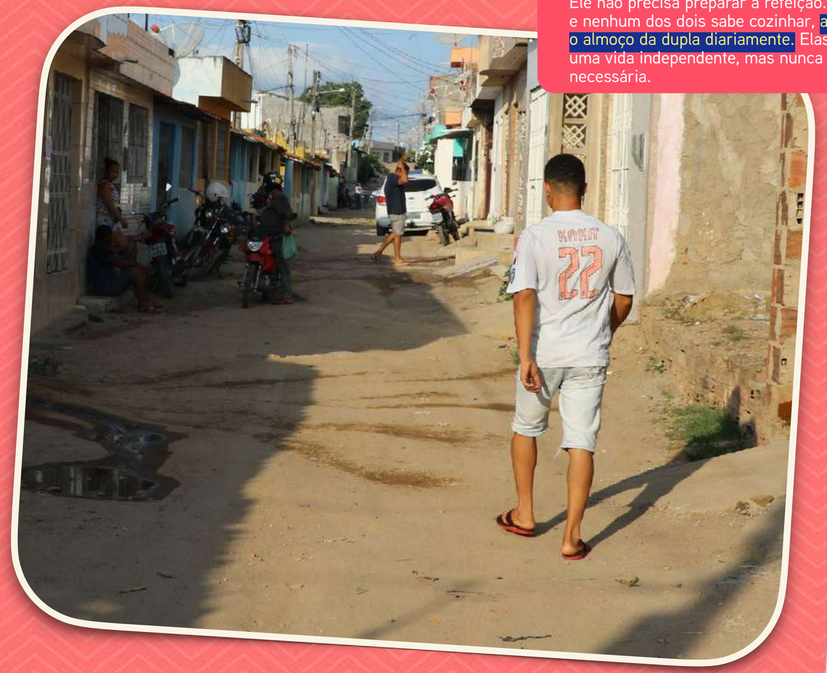


TER 2



Diferente dos últimos empregos que teve, que exigiam longas horas de deslocamento, agora o Val trabalha na rua onde mora. Essa comodidade (que ele valoriza muito) permite ter uma hora de almoço.

Ele não precisa preparar a refeição. Como vive apenas com o pai, e nenhum dos dois sabe cozinhar, as irmãs se dividem para levar o almoço da dupla diariamente. Elas são casadas, mães e vivem uma vida independente, mas nunca deixaram de dar a assistência necessária.



QUA 3



A tarde no trabalho é mais curta. Pra cumprir a meta do dia, ele precisa trabalhar mais 3 horas. Às 16h já está liberado.

Na volta, entre a empresa e a casa, tem um bar. Sempre que passa, dá uma espiada para ver se tem algum amigo por lá, disposto a trocar uma ideia e dividir uma cerveja antes de seguir o caminho.





QUI 4



À noite, o Val tem poucas opções para se entreter e passar o tempo. Em casa ele não tem TV a cabo e nem internet wi-fi — depende da rede do celular que funciona com recargas pré-pagas.

Há uns meses, ele conseguiu a senha da internet de uma vizinha e baixou o MegaFilmesHD, um aplicativo que pirateia filmes e séries. Com outra vizinha, descolou o acesso ao Netflix, mas não é sempre que dá pra assistir porque a conta só fornece acesso à uma tela.

A JORNADA DO VAL

SEX 5

Em alguns dias no mês, o Val ajuda a embalar as estruturas e carregar os caminhões que fazem as entregas da empresa. É mais um peso para suportar, mas esse serviço gera uma renda extra que faz a diferença no orçamento (é uma grana que ele precisa pra garantir os poucos momentos de lazer ao longo do mês).

Portanto, ele só se libera dos afazeres já à noite. São os dias mais cansativos — em casa só restam forças pra jantar e dormir.



Aceitação do álcool: consumo de bebidas alcoólicas não é bem visto pelo pai do Val.

SEX 12

QUI 11

QUA 10

TER 9

SEG 8

DOM 7

SÁB 6

MERCADINHO MERCEARIA

Todos os sábados o Val acompanha o pai no mercado do bairro, onde as compras da casa são feitas.

Ele sabe que o comércio, por ser pequeno, trabalha com preços mais altos, acima dos atacados. Mas o pai é idoso, tem dificuldade para andar, e eles teriam um gasto grande com transporte.

A lista de compras não tem espaço para a cerveja. Como o pai vive afirmando que "álcool não dá futuro", o Val evita comprar na frente dele. De qualquer forma, o mercadinho tem poucas opções de marcas e embalagens e uma parte das bebidas é vendida quente por falta de espaços nas geladeiras.

O pagamento é feito em dinheiro. Nem o Val e nem o pai possuem cartão de crédito.

Atacados ficam distantes, dificulta para quem não tem carro.

A cerveja geralmente é vendida quente nos mercadinhos. Poucas geladeiras à disposição.





O futebol que passa na TV às quartas-feiras é um bom pretexto para o Val se reunir com os amigos. Para evitar confusão com o pai, que não gosta que o filho beba, principalmente durante a semana, ele se arruma depois do trabalho e sai pra encontrar a turma.

No caminho, já passa no mercado para comprar a sua bebida da noite. Dá uma olhada nas poucas geladeiras do lugar, pensa no preço e escolhe a embalagem que estiver mais gelada — geralmente as latinhas de cerveja. Se tiver um dinheirinho a mais no bolso e com mais disposição para curtir o rolê, topa comprar uma garrafinha de vinho doce, mais barato, ou uma catuaba: elas podem ser consumidas quentes e o valor dividido pelo grupo.





Val nasceu no bairro onde mora até hoje e, por isso, conhece todos os moradores e os comércios da região.

Quando decide ir pra um bar com os amigos, ele entende qual é a vibe da turma pra depois decidir o destino.

O bar em frente à sua casa é bom para beber litrão gelado: a Nossa, a cerveja preferida dele, sai trincando do freezer. O bar da rua de cima é mais animado, com mesa de sinuca e música na caixa de som, bom para um grupo maior. E o bar da Danda é onde pode comer um tira-gosto e beber alcatrão junto com a cerveja.





A JORNADA DO VAL

Quando se anima a sair do bairro, o Val divide um mototáxi com outro amigo e parte para a praça da igreja matriz, no centro de Vitória (negocia com um motociclista que tope levar dois passageiros na garupa). O lugar, tranquilo durante a semana, vira point dos jovens no sábado à noite.

Próximo ao coreto, vários grupos se reúnem com caixas de som tocando passinho. A maioria leva caixas térmicas com bebidas compradas em distribuidoras: a cerveja tem espaço, mas o kit de vodka com suco ou refrigerante aparece mais.

Como vai de moto, o Val não pode levar, mas se resolve com os ambulantes que vendem três latões por 10 reais e garrafas de vodkas saborizadas.





SÁB 13

Em frente ao mercadinho onde o Val faz compras, existe uma quitanda que o pai também gosta de frequentar. Lá eles conseguem comprar no fiado, o que pode salvar no momento em que a grana aperta.

O lugar abre todos os dias e vende frutas, verduras, ovos e carnes, justamente os itens que não são vendidos no mercadinho.

FEIRA

DOM 14



SEG 15 · TER 16 · QUA 17 · QUI 18 · SEX 19 · SÁB 20 · DOM 21 · SEG 22 · TER 23 · QUA 24 · QUI 25 · SEX 26 · SÁB 27 · DOM 28 · SEG 29 · TER 30

BAR / BOTECO

LITRÃO

O Val recebe o salário dividido em duas vezes, uma no dia 15 e outra no dia 30 de todo mês.

Quando o dinheiro cai na conta, o Val retira 300 reais para dar ao pai como contribuição para a casa, e mais 200 reais para a mãe, como ajuda para comprar os remédios que precisa.

FEIRA

MERCADINHO / MERCEARIA

AMBULANTE

DESTILADO

LATÃO 473ml/550ml

LATÃO 473ml/550ml

LATINHA 269ml

DISTRIBUIDORA



Perto da casa do Val tem um pequeno comércio, uma distribuidora improvisada, que também está no seu radar, apesar de frequentar em raras excessões. O foco do lugar é vender bebidas em temperatura ambiente para os clientes levarem pra casa, mas tem duas mesas para aqueles que preferem consumir no local.

São poucas as opções de embalagens geladas — lata, latinha ou long neck — e elas são mais caras. Por isso o Val não exagera: é o canal que funciona no dia em que ele quer tomar uma ou duas cervejas sozinho, antes de ir pra casa descansar.

Cerveja gelada é mais cara, que só compensa em pouca quantidade.

Não é um espaço propício para uma turma de amigos beber no local: na geladeira, só tem embalagens individuais (lata, latinha e long neck).

Na região da praça matriz, bares e boates disputam a atenção dos jovens que saem em busca de diversão. Uma vez por mês, quando dá, o Val se arrisca a entrar em uma dessas baladas, geralmente a que tem acesso gratuito ou ingresso mais acessível, quase um valor simbólico.

Para compensar esse gasto, ele faz um esquenta antes de entrar, comprando cerveja com os ambulantes. Dentro da festa, uma dose de vodka dá o grau e a cerveja long neck ajuda a manter o nível alcóolico.

É preciso ficar atento aos gastos: já aconteceu de voltar a pé para casa, um trajeto de 4 km, por ter usado o dinheiro do mototáxi para comprar bebida.

Bebidas muito caras — mais pra ter na mão do que pra encher a cara. Beber em excesso fica pra se fazer na porta (ambulante) ou no esquenta.

DESTILADO

LATÃO 473ml/550ml

BALADA

AMBULANTE

LONG NECK 355ml



ADAELSO

33 ANOS, AÇOUGUEIRO // CLASSE D | GOIÂNIA

Adaelso é um cara que batalha muito para conseguir levar a vida. Atualmente ele é açougueiro em um mercado no bairro onde mora, na periferia de Goiânia, mas passou vários meses desempregado antes de conseguir o emprego. Aprendeu a se virar fazendo bicos, de acordo com as oportunidades que apareciam, e isso se mantém: ele faz extras como ambulante, faz entregas para mercados e até pequenos reparos nas casas onde a esposa é diarista.

Se para realizar esses trabalhos ele precisa se deslocar pela cidade, o restante da vida é muito restrita à família e ao bairro. Ele vive com a Joyce e os três enteados (filhos dela de um primeiro casamento) em um terreno grande que acomoda outras três casas de parentes. Esse espaço é a área de lazer das crianças e é onde eles se reúnem para almoços especiais e churrascos mais informais.

É também na vizinhança que estão os bares que ele frequenta quando precisa sair um pouco da bolha para respirar. Tomar uma cerveja é bom, mas a cachacinha precisa acompanhar: é ela que desestressa, relaxa, "limpa o organismo" e ameniza as dores dos dias puxados.

A JORNADA DO ADAELSO



SEG 1

O Adaelso acorda às 8h em uma casa silenciosa. A essa hora a Joyce, sua esposa, já arrumou as crianças, fez café e saiu para levá-los pra escola e ir trabalhar na sequência.

Sua rotina mudou recentemente, quando conseguiu emprego no açougue de um mercado do bairro. Às 9h, ele bate o ponto no comércio que fica a algumas quadras de casa. Até então, sempre trabalhou no centro da cidade e perdia muito tempo com deslocamentos — o que ainda é a realidade da esposa.



TER 2

As primeiras horas de trabalho são as mais tranquilas. O Adaelso recebe as entregas dos frigoríficos, faz os cortes, abastece as vitrines e expositores. Os clientes começam a chegar um pouco depois com os pedidos.

O primeiro turno termina às 13h, quando vai para casa almoçar. O sistema de revezamento entre os funcionários garante que o setor não fique descoberto até o horário de fechamento, às 21h.

QUA 3

Quando o Adaelso chega em casa, a refeição já está pronta. A enteada de 17 anos é quem prepara a comida. É um combinado entre mãe e filha: elas se ajudam nas tarefas domésticas, pra que a Joyce possa dedicar mais tempos às faxinas — e aumentar a renda da família.

É um esforço coletivo que faz a roda girar em casa. Os filhos ajudam do jeito que podem, mesmo em casa, pra facilitar a vida do casal. A família perdeu recentemente um auxílio do governo que ajudava a pagar as contas. Foi preciso buscar novas alternativas.



QUI 4

São 3 horas livres até voltar para o trabalho. Ele poderia descansar, ver TV, passar o tempo no celular, mas na maioria das vezes ele tenta usar o tempo para descolar bicos.

Vale de tudo: faz entregas, reparos mais simples, trabalha como ambulante no sinal.

Se, com o trabalho fixo, ele consegue pagar as contas e comprar o essencial para casa, é com esse dinheiro extra que ele se proporciona pequenas alegrias. É desse trocado a mais que pode sair a cervejinha do dia a dia, a carne pro churrasco, a ida ao bar, a geladeira abastecida com alimentos que fogem dos itens básicos.



A JORNADA DO ADAELSO

SEX 5

Por volta das 21h, começa o processo de limpeza do açougue. As carnes são guardadas, facas e espetos são lavados, junto com os freezers, paredes e piso. Quando a equipe termina, o gerente já está com as grades abaixadas.

Quando tem algum dinheiro no bolso, o Adaelso passa no depósito ao lado do mercado para comprar uma caixinha de cerveja gelada. Uma latinha já vai sendo tomada no caminho — e, as outras, em casa, na companhia da esposa.

Essa é uma compra que ele não costuma fazer no trabalho, porque acha que pega mal anotar bebida alcoólica na conta. E para pagar na hora, precisaria sair de seu posto antes do fechamento do caixa: "é melhorar não misturar as coisas".



Às vezes o preço da cerveja gelada do depósito é maior do que a do mercado onde trabalha. Mas Adaelso evita ficar comprando cerveja no próprio trabalho todos os dias.

SÁB 6



À noite, a família inteira está em casa. Quase sempre a Joyce já providenciou uma comida para as crianças, que se distraem com vídeos e joguinhos no celular da mãe.

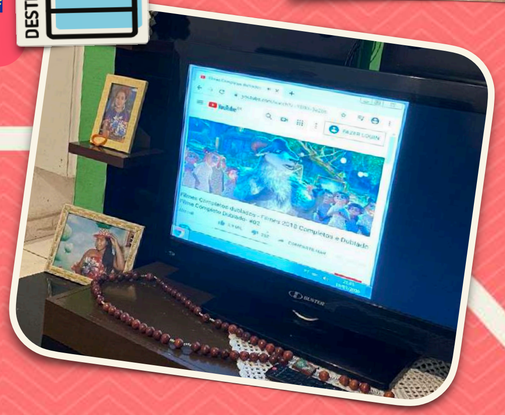
Se é dia de futebol, todos já sabem que a única televisão da casa vai ficar ocupada. Se não, eles decidem assistir um filme juntos, conectando o notebook na TV e procurando filmes completos no YouTube — eles não têm conta em plataformas de *streaming*.

Entre uma cerveja e outra, o Adaelso toma uma dose de cachaça "para limpar" o organismo e relaxar depois de um dia pesado. A garrafa do destilado fica no armário.



Cachaça entra como complemento da cerveja mas, também, disputa espaço com ela na hora de fechar a compra.

DOM 7





O dia de folga do Adaelso nem sempre é no domingo. Mas, quando acontece de ser, ele gosta de organizar um almoço no quintal, reunindo toda a família que mora no lote.

São 4 casas no mesmo terreno, todas de parentes da Joyce. No dia a dia, cada um vive sua vida particular, mas no final de semana gostam de se unir para transformar a refeição em um momento mais especial.

Cada um contribui com o que pode, incluindo as bebidas. A Joyce vai até a mercearia com os cascos da "barrigudinha" (a litrinho de 300 ml), para comprar mais cerveja. Apesar de não gostar de guardar as garrafas em casa, ela defende que a economia vale a pena.

Cerveja com casco retornável sai mais barato, mas dá trabalho pra levar e trazer.

As garrafas fazem sujeira, juntam insetos, é inconveniente.

SEG 8

TER 9

Quando sai para o açougue, o Adaelso deixa marcado na garrafa da cachaça onde está o nível do líquido. É a forma que encontrou de garantir que ninguém vai mexer — ao menos sem pedir pra ele.

Mesmo sendo uma bebida barata, é a dose que ele bebe todas as noites quando volta do trabalho. Se a cerveja pode ser comprada na hora, a cachaça é um investimento mais duradouro, que não se toma de uma vez.

QUA 10



O Adaelso recebe o pagamento do açougue no dia 10 de cada mês. Esse é o dinheiro que garante o pagamento das contas fixas da família: água, luz, gás...

A Joyce é diarista e recebe picado, assim como os extras que chegam dos bicos que o marido faz ao longo do mês. Por isso, existe uma preocupação da esposa em garantir que ele quite os boletos em dia.

A relação dos dois é sempre permeada por esse contraste. Enquanto ele é mais tranquilo e muitas vezes acaba gastando além do limite, ela é a pessoa pé no chão da casa, quem enfrenta a realidade, que sabe que precisa avaliar as melhores oportunidades, moderar o consumo e dosar os gastos.

QUI 11



SEX 12

Depois do pagamento do Adaelso, ele e a esposa vão ao supermercado perto de casa comprar "o grosso": poucos produtos como arroz, feijão e materiais de limpeza estão nessa lista. São itens considerados o essencial para o mês, o restante das compras é feito picado, nos mercadinhos do bairro de acordo com o dinheiro que entra das diárias da Joyce.

A lista não pode ser muito extensa porque os produtos precisam caber em uma caixa que o casal acopla na moto.

Se o preço compensar muito — o que geralmente não acontece, um fardo de cerveja entra na compra. Mas quem decide é a Joyce: se o Adaelso não pensa muito na economia quando compra as latinhas do dia a dia, é ela que coloca o freio e vai direto nos anúncios de promoção para decidir o que levar.

SUPERMERCADO

LATA 350ml

Se a compra for grande, a cerveja fica de fora: a moto mão tem muito espaço e os alimentos têm prioridade.





MERCADINHO
MERCEARIA

LATA 350ml

Boa parte do consumo de cerveja da casa vem das latinhas que o Adaelso compra na saída do trabalho e das caixinhas que a Joyce encontra em promoção no mercado.

Por isso, eles decidiram juntar as embalagens em um tambor no quintal e vendê-las para um reciclador de alumínio, sempre que reúnem um número razoável de embalagens.

Não é muito dinheiro — geralmente de 15 a 30 reais — mas é o suficiente para pagar alguma conta pequena ou garantir mais cerveja pra semana. "É assim: vai com latinhas, volta com caixinha".



SÁB 13 · DOM 14 · SEG 15 · TER 16 · QUA 17 · QUI 18 · SEX 19 · SÁB 20 · DOM 21 · SEG 22 · TER 23 · QUA 24 · QUI 25 · SEX 26 · SÁB 27 · DOM 28 · SEG 29 · TER 30

Por conta da escala de funcionários, a folga do Adaelso não é fixa, e muitas vezes cai em dias da semana.

Isso não impede que ele aproveite do jeito que dá. Espera a Joyce chegar do trabalho, liga uma música, compra cerveja e faz uma comida gostosa. Se tiver uma grana a mais, acende a churrasqueira no quintal: "às vezes uma quarta é até melhor, porque a gente pega as promoções de carne, que nunca tem no final de semana".

LATINHA 269ml

DISTRIBUIDORA

MERCADINHO
MERCEARIA





MERCADINHO
MERCEARIA

Trabalhar em comércio tem suas vantagens. O Adaelso sempre fica de olho nas promoções do dia no mercado. Quando é um produto que interessa, ele pede para um funcionário separar e anotar na conta dele — o desconto vem no fim do mês.

Ele precisa prestar atenção para não exagerar e acabar ficando sem pagamento. Mas, de uma forma geral, esse privilégio serve para possibilitar pequenos luxos durante a semana.

Na quinta-feira, a pizza da padaria costuma ser vendida a 10 reais. Ele pede para separar duas e garante o jantar da família.

BAR
BOTECO

LITRÃO

De vez em quando, o Adelso topa ir em um bar, como um respiro dentro de uma realidade muito restrita. Pra quem tem uma vida social muito condicionada ao bairro e a casa onde mora, essa saída com os amigos mais próximos ajuda a relaxar para seguir.

A turma não escolhe o local com muito critério. Pelo contrário: quanto mais simples o bar, mais barata a garrafa. O litrão tem preferência sempre, porque é mais bebida pra dividir pelo menor preço.

Não pega bem frequentar certos espaços. O consumo de bebida alcoólica ainda enfrenta problemas de aceitação social, principalmente em regiões onde existe uma cultura moralista.

A JORNADA DO
ADAELSO
na rua



BRANCA

55 ANOS, CUIDADORA DE IDOSOS || CLASSE C | VITÓRIA DE SANTO ANTÃO

Branca mora com o marido em Vitória de Santo Antão, município a 50 km do Recife, mas que apesar da proximidade com a capital, apresenta características de interior, da vida sem muito atropelo, com dias que passam mais devagar. Ela tem dois filhos, que já moram sozinhos, mas em casas ao lado da dela — o que impede que esse cordão umbilical seja completamente cortado.

Ela é cuidadora de idosos no asilo da cidade, atuando no esquema de seis dias de trabalho para dois dias de folga. Por isso, o descanso nem sempre é no sábado e domingo. Branca é a pessoa que acha que a bebida alcoólica não combina com os dias de trabalho, porque quando decide tomar cerveja, nunca é só uma. O excesso é a forma de se libertar dos problemas e das angústias de uma vida economicamente restrita.

Os momentos de lazer acontecem muito em casa, na casa das amigas ou em um dos três bares do bairro (um fica ao lado da casa dela): na caixa de som toca o "brega", a cerveja barata garante a fartura e a cachaça aparece pra dar um grau na diversão.

A JORNADA DA BRANCA

Branca acorda às 5h30 da manhã, porque precisa sair de casa muito cedo para chegar a tempo no trabalho. O asilo onde é cuidadora fica no centro da cidade e ela faz o trajeto a pé.

São quase 40 minutos de caminhada, esforço que faz para economizar o dinheiro do transporte (e também porque ela já teria que andar uns 20 minutos para chegar ao ponto onde passa o ônibus).

Nos dias de chuva, a alternativa é colocar uma capa e chamar um mototáxi, que cobra 7 reais até o destino. A cidade não tem o serviço do Uber e o táxi é inviável por conta do preço.

Branca coloca um sapato confortável, enche uma garrafinha de água e sai a tempo de bater o ponto às 7h.

SEG 1



TER 2

O almoço acontece no refeitório do trabalho. A Branca come a mesma comida servida aos idosos e reclama que o sabor nem sempre é dos melhores. Mas, dessa forma, ela não precisa preparar a marmita todos os dias, o que ajuda ainda mais na economia da casa.

Pra enganar o estômago e deixar a refeição mais gostosa, geralmente ela se junta aos colegas para rachar a compra de um refrigerante na padaria da esquina, que vende a bebida gelada. As moedas são suficientes pra ajudar na vaquinha da turma e comprar o Refri, que custa R$ 3,50.

A Branca não é muito tecnológica, o celular é bem simples e usa apenas para o básico. Em casa, ela usa a internet do filho que mora ao lado, mas a conexão à distância não tem boa qualidade. Por isso, no tempo que sobra do horário livre, ela consegue se conectar a rede wi-fi do trabalho e usa o WhatsApp para responder mensagens e entrar nos grupos dos amigos.

PADARIA

QUA 3





É no trabalho que a Branca toma café da manhã, junto aos outros funcionários do lugar. Oficialmente, ela não tem direito a essa refeição, mas como não existe um controle no local, acaba passando despercebido.

Branca trabalhou muitos anos como diarista em casas de famílias mais ricas da cidade, mas há 5 anos trocou as faxinas esporádicas pelo emprego fixo que lhe proporciona um dinheiro certo no fim do mês, além de se sentir mais próxima da enfermagem, a profissão dos seus sonhos (ela nunca teve oportunidade de fazer um curso técnico para ter essa carreira).

Durante todo o dia, ela precisa ficar atenta às necessidades dos idosos — como higiene, alimentação, horário dos remédios. É ela também quem faz o serviço de limpeza nos quartos.



QUI 4

A maior parte das tarefas diárias já foram cumpridas pela manhã e a Branca tem vários momentos livres à tarde, período que passa mais devagar, justamente pela ausência de atividades.

Às 18h, ela se libera e inicia o percurso de volta. São mais 40 minutos até chegar em casa e dessa vez os passos são mais lentos, sem horário a cumprir. O marido chega primeiro e adianta o jantar dos dois.

Raramente a Branca consome bebidas alcoólicas em casa quando vai trabalhar no dia seguinte. Ela assume que não conseguiria tomar apenas uma cerveja, e existe um desconforto na ideia de misturar a bebida do lazer com os dias comerciais.

SEX 5

Branca recebe o salário todo quinto dia útil do mês. Quando esse dia coincide com os dois dias de folga na sequência, é ainda melhor.

Toda sexta, na volta do trabalho ela já passa no supermercado que fica a 10 minutos de casa, para fazer a "feira" da semana. Compra o necessário para o casal e alguns itens extras que deixa a disposição dos filhos. Nunca faz uma compra mensal, porque também conta com o salário do marido, que recebe por semana, e porque o peso da mercadoria a obrigaria a pagar por um táxi.

De pouquinho, ela consegue ajuda dos ajudantes que o supermercado coloca à disposição: sem custos extras, os rapazes podem acompanhar as senhoras até em casa, carregando as sacolas mais pesadas.

Tendo ajuda, ela pode escolher um fardinho de cerveja, geralmente de latão, para tomar no final de semana. Mas nunca em grande quantidade, porque não faz estoque em casa. Nos dias que precisa carregar tudo sozinha, ela opta por alguma garrafinha de destilado barato (vodka, Corote...) em embalagens de plástico para não correr o risco de quebrar.





SÁB 6

A Branca começa o sábado na cozinha preparando uma comida que sirva como tira-gosto ao longo do dia. O marido dela não bebe e não a impede de beber, mas assumidamente não gosta do consumo exagerado da esposa nos dias de folga. Se está em casa, ele fica o dia inteiro no quarto assistindo televisão.

As latinhas foram colocadas na geladeira na noite anterior e estão no ponto de serem consumidas. Enquanto arruma a casa e lava roupas, a Branca liga o som que tem na sala, coloca um CD ou pen drive que compra dos ambulantes no centro, e abre a primeira cerveja.

Às vezes recebe uma ou duas amigas em casa, mas de qualquer forma, até o fim do dia a caixinha terá sido consumida.

Aceitação do álcool: consumo de bebidas alcoólicas não é bem visto pelo marido da Branca.



DOM 7

A Branca frequenta os três bares do bairro, mas um deles fica ao lado de casa e por isso acaba sendo o mais recorrente. O lugar é um boteco com estrutura muito mambembe: balcão de madeira, prateleiras expondo cachaças e duas mesas com cadeiras. Ela não costuma combinar com ninguém a ida ao local, o habitual é ir chegando um, depois outro e o grupo vai se formando.

O bar vende cerveja litrão e litrinho, dois formatos que a Branca consome, mas em momentos diferentes. Nessa ocasião a preferência é pelo litrão, da marca mais em conta - geralmente a Itaipava, para garantir a fartura.

A cerveja divide espaço com a cachaça. A lata da Pitú sai por 4 reais e a Branca gosta de intercalar as duas bebidas.





SEG 8

A manhã de trabalho é geralmente mais corrida, mas no período da tarde, os funcionários se ajudam, cobrindo as saídas dos colegas que precisam resolver pendências pessoais

O pagamento das contas da Branca ainda é feito no banco ou na lotérica - ela rejeita os aplicativos e acesso virtual. O som e a geladeira nova de casa foram comprados no carnê de uma loja e também é pago direto no caixa do local.

Isso porque ela não tem cartão de crédito. Há muitos anos se endividou e quando conseguiu regularizar o débito, decidiu que viveria sem as tentações que o cartão oferece. Quando não há outra saída, ela recorre ao vizinho, amigo de longa data, que empresta o pessoal: "no cartão dos outros a gente tem que honrar o compromisso, no nosso é muito fácil perder o controle".

TER 9

QUA 10



QUI 11



Na semana após o pagamento, é comum os colegas de trabalho se juntarem para fazer um lanche da tarde mais farto, com pão, bolo, sucos.

A alimentação oferecida no serviço é gratuita, mas a extravagância abre espaço para um momento mais saboroso e de confraternização.

SEX 12

A JORNADA DA BRANCA na rua

A JORNADA DA BRANCA



SÁB 13 · DOM 14 · SEG 15 · TER 16 · QUA 17 · QUI 18 · SEX 19 · SÁB 20 · DOM 21 · SEG 22 · TER 23 · QUA 24 · QUI 25 · SEX 26 · SÁB 27 · DOM 28 · SEG 29 · TER 30

BAR BOTECO

O dia de folga cair em dias menos convencionais não impede que a Branca se divirta. Pelo contrário: o bar está vazio, a cerveja mais gelada e ela tem a liberdade de escolher a música que toca no som ambiente.

Mesmo sozinha, ela prefere beber a cerveja litrão porque considera o custo-benefício melhor do que a litrinho (as únicas opções do bar). São 5, 6 garrafas, pelo menos, intercaladas com as doses de cachaça e de alcatrão, um conhaque misturado com limão e mel.

O exagero da Branca quando o assunto é bebida, é justificado como sendo a forma que ela tem de extravasar e abstrair os problemas: "é o momento em que eu esqueço de tudo que não paro de lembrar nos dias normais"

Poucas opções de embalagens nos bares pequenos.



AMBULANTE

FEIRA

Além do supermercado, a Branca tem mais dois canais de compras que ajudam a abastecer a geladeira e a despensa de casa:

A uma quadra de distância, a barraca de frutas e verduras abre todos os dias da semana. A vizinhança tem a opção de anotar no caderninho e pagar somente no final do mês. Aos domingos, também tem venda de galeto assado. Além disso, é comum passarem carros na frente de casa vendendo ovos, galão de água, queijos e até pão.

Esse mercado mais informal ganha espaço oferecendo vantagens de pagamento e negociando os preços de acordo com cada comprador.





As folgas do final do mês já precisam ter outra configuração. O dinheiro ficou pouco, é preciso economizar para o mercado, mas a Branca vai dando jeitinhos de garantir a cervejinha do final de semana:

Ela faz um revezamento pelos três bares do bairro, comprando fiado. O consumo em cada um deles não pode ser grande porque o dono fica bravo com o abuso, e por isso ela teve a sacada de trocar de bar sempre que o valor chega num limite razoável. Para minimizar a dívida, a Branca prefere tomar mais destilados, e beber a cerveja "pra lavar", quase como a bebida da saideira.

O pagamento é feito assim que o salário cai na conta, porque ela não pode ficar mal com os proprietários. Pagando em dia, a caderneta fica sempre à disposição.

Quando o dinheiro é pouco, a cerveja perde espaço para as cachaças e outros destilados.



BAR BOTECO

O bar funciona como quebra-galho para comprar cerveja retornável, devolvendo o casco em seguida (sem precisar guardar em casa), mas não é tão barato quanto comprar latinha no supermercado.



Pelo menos uma vez por mês, a Branca gosta de visitar uma amiga, que era sua vizinha, mas mudou de bairro há alguns anos. As duas se divertem de um jeito simples: música no aparelho de som, banho de mangueira pra amenizar o calor e cerveja gelada.

A Branca sempre leva a caixinha que comprou no supermercado, mas nem sempre é suficiente. Quando o encontro se estica, ela acabam recorrendo a um esquema diferente: compram garrafas de litrinho no bar próximo, pelo preço oferecido aos clientes que levam o casco.

O dono do bar libera porque conhece as duas, mas pede que elas devolvam as garrafas no mesmo dia, assim que a bebida for consumida.

BAR BOTECO



A JORNADA

DESPERTAR

O dia começa cedo, antes mesmo do sol nascer. Isso porque, além de morar muito longe do trabalho, essas pessoas ainda precisam organizar coisas importantes antes de sair de casa: junto com o café da manhã, muitas vezes preparam também o almoço dos filhos (quem é pai ou mãe), deixam a roupa secando no varal, tratam dos animais de estimação e separam alguma conta que deva ser paga urgentemente.

Tudo isso cronometrado, porque é importante estar no ponto de ônibus na hora certa: qualquer atraso significa ter que esperar o próximo passar (o que pode demorar muito).

DESLOCAMENTO

É um percurso demorado entre extremos da cidade: a periferia e o centro, onde a maioria trabalha. Um caminho que nunca é direto, porque é preciso fazer uma ou mais conexões entre linhas ou tipos de transporte. E isso faz essas pessoas perderem entre 3 e 4 horas do seu tempo produtivo, todos os dias.

No transporte público lotado, o celular é o único passatempo possível, e o WhatsApp é a rede social mais usada porque é uma interface fácil, leve, e está inclusa na maioria dos planos pré-pagos — não gera cobrança de dados.

Nos terminais, quiosques vendem combos de salgado e refresco a preços bastante populares, e muitas vezes esse *pit stop* é importante para quem saiu de casa muito cedo, sem tempo de fazer uma refeição apropriada.

TRABALHO POR DIÁRIA

A chegada no trabalho não representa o início do dia: ele já começou bem antes, e ainda é preciso ter pique para enfrentar uma carga horária exaustiva e, quase sempre, muito braçal, que exige muito esforço físico.

Na falta de oportunidades do mercado formal, encontram meios de trabalhar de forma autônoma, desprotegidos pela legislação trabalhista, e sem nenhuma garantia além da própria disposição e saúde — que não podem falhar nunca.

Aqui temos uma grande parcela de pessoas que trabalham por diárias (faxineiros, cuidadores de idosos, profissionais da construção), outros que são ambulantes e fazem seus horários por conta própria. Em comum, a situação de não poderem contar com um valor fixo mensal, porque a renda depende exclusivamente da sua produtividade.

Alguns recebem ajuda do governo (como o Bolsa Família), que vira o único dinheiro certo do mês.

SEGUNDO TURNO

A volta pra casa não tem horário exato para acontecer, porque vez ou outra aparece alguma oportunidade de trabalho, e ela precisa ser agarrada — mesmo que seja necessário fazer um turno extra, ou aproveitar o movimento bom para continuar as vendas na rua.

Os bicos não precisam ser exatamente dentro do ramo de atuação de cada um: o açougueiro pega serviços de limpeza pesada pós-obra; a diarista aceita virar babá ou cozinheira. Tudo o que aparece é dinheiro a mais para ajudar a fechar as contas do mês ou, quem sabe, permitir alguma extravagância por impulso.

VOLTA PRA CASA

O percurso do ônibus é o mesmo, mas o retorno é mais confortável porque algumas vezes eles só voltam pra casa depois do horário de pico (isso acontece sempre que fazem um bico no segundo turno).

Se já é tarde, conseguem se sentar, e quase sempre falta energia até para ficar matando tempo no celular. O cochilo no banco duro é inevitável depois de tantas horas em pé, zanzando de um lado para o outro.

Quem é dona de casa aproveita uma parte desse tempo livre para pensar no jantar: liga em casa, pede pra alguém ir ajeitando alguma coisa e já fica sabendo se precisa comprar algum alimento para o preparo.

É duro resistir às barraquinhas de comida que se aglomeram nas paradas do transporte público, principalmente do lado de fora dos terminais. Elas servem espetinhos, caldos, cachorro quente e milho cozido. Apesar dos preços serem populares, o dinheiro está reservado para as compras pra casa.



PAIN POINT

Refrigerantes ficam fora dos combos populares porque praticamente duplicam o valor do lanche com refresco (feito no local e servido em copo de plástico).



PAIN POINT

Essas barracas vendem cerveja em lata. Para que todas elas fiquem mais ou menos no mesmo preço, as marcas regionais são vendidas em tamanho regular, e as marcas mainstream são vendidas em formato latinha. Mesmo assim, pesam no bolso.

MERCEARIA

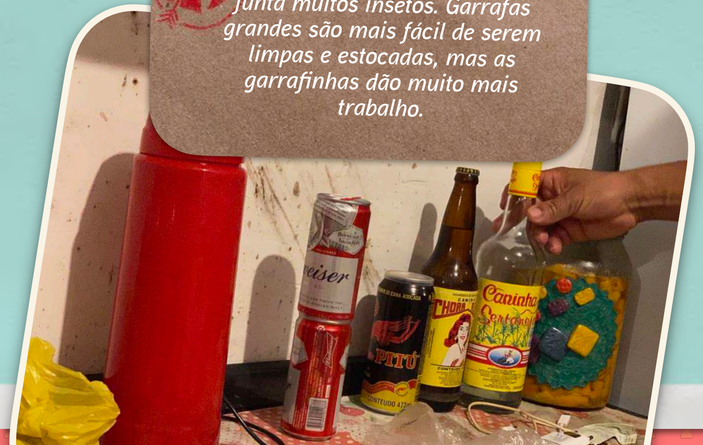
Perto do ponto de ônibus, já no caminho a pé para a casa, sempre existe alguma vendinha com produtos para o dia a dia. Os preços não são bons como no supermercado, mas o cansaço é tanto que acabam valendo a pena para evitar uma caminhada a mais.

Essa compra no mercadinho depende muito da produtividade do dia: se a diária foi boa, o jantar pode ter algum ingrediente mais caprichado - e quem sabe, uma bebida gelada para acompanhar.

Existe uma relação de proximidade e, por isso, além da venda no fiado é possível também comprar a cerveja retornável sem estar com o casco em mãos (eles assumem o compromisso de levar de volta, depois).

PAIN POINT

Guardar casco de cerveja em casa é algo inconveniente porque junta muitos insetos. Garrafas grandes são mais fácil de serem limpas e estocadas, mas as garrafinhas dão muito mais trabalho.



JANTAR EM CASA

Se engana quem pensa que a chegada em casa, depois de um longo dia na rua, é momento somente de descanso. Agora é hora das funções domésticas:

preparar a refeição (que seja suficiente para o jantar da família toda, e também suficiente para a marmita do dia seguinte). Mesmo quem não cozinha tem as tarefas da casa, os pequenos consertos, as demandas dos filhos.

O jantar é o único momento do dia em que todos da casa se encontram para conversar, ainda que não seja em volta de uma mesa. Nos dias normais, a comida é acompanhada por uma jarra de suco em pó (que é barato de fazer e serve com fartura). Mas quando o bico faz pingar um dinheirinho inesperado, tem a cervejinha para os adultos e refrigerante para as crianças.

PAIN POINT

Como a cerveja do dia a dia não é em grande quantidade (em função do preço), é comum eles tomarem uma dose de cachaça para turbinar o efeito do álcool.

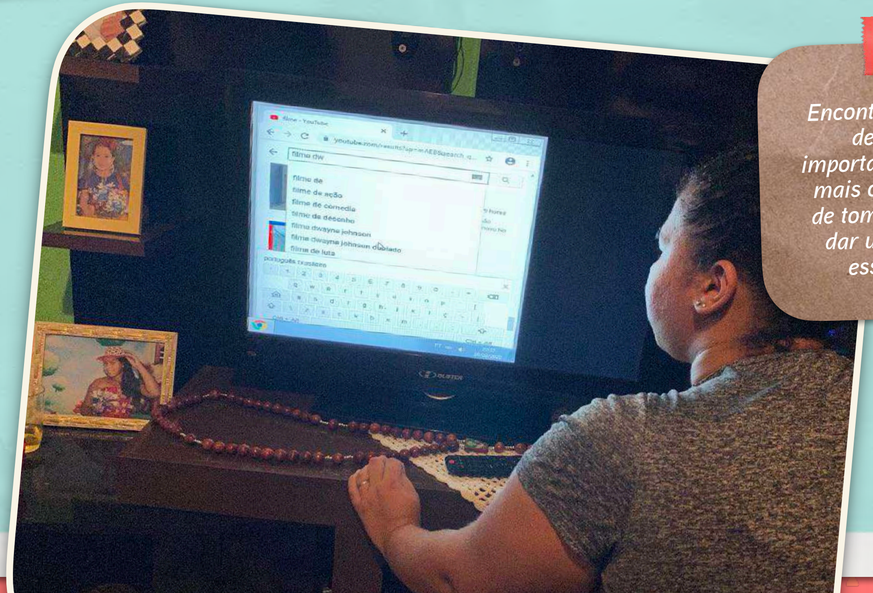


YOUTUBE NA TV

A TV não é smart, mas com uma certa gambiarra ela é ligada ao computador para servir como tela do YouTube. Na falta de programação interessante nos canais abertos, em várias casas pudemos perceber esse sistema de *streaming* improvisado, que faz às vezes do Netflix (sem nenhum custo de assinatura).

Eles assistem, principalmente, a videoclipes e apresentações musicais, que ficam rodando alto na TV enquanto se ocupam de outras coisas: é a trilha sonora da faxina, e até quando rola festa em casa.

No fim de noite, o programa é buscar por "filmes completos", e juntar todo mundo no sofá para assistir a um filme inteiro — em um menu muito limitado.



PAIN POINT

Encontrar novas formas de lazer, dentro de casa, tem sido importante porque o dinheiro ficou mais curto ultimamente. Em vez de tomar cerveja no bar, ela vem dar um pouco mais de sabor a esses momentos caseiros.

HORA DE DORMIR

O dia termina tarde para quem tem o costume de acordar muito cedo (nos dias em que tem trabalho). São pessoas que dormem pouco, uma média de 5 horas por noite.

O álcool, em uma medida moderada, ajuda a descansar, a dormir profundamente. Ajuda também a dar uma aliviada no stress e nas preocupações.

Entrevistamos pessoas que acreditam que uma dose, todos os dias, ajuda a limpar o organismo e a curar algumas dores físicas.

PAIN POINT

O álcool que "limpa e purifica" não é o álcool da cerveja. É o álcool do destilado, mais forte, tomado em dose única.



FALTA DE PERSPECTIVAS

Começa tudo outra vez no dia seguinte, a não ser quando falta trabalho. Em meio à crise financeira, faltam clientes para completar as diárias da semana toda, e por isso tem sido (cada dia mais) comum ficar em casa, sem ter compromissos profissionais.

É geral a percepção de que a vida, que sempre foi muito difícil, ficou ainda mais nos últimos anos. Perder diárias é ter que abrir mão do poder de compra já tão restrito.

Nesses dias, eles não saem para longe de casa, evitando gastos com passagem de transporte público. Aproveitam para colocar em dia os afazeres domésticos, levam e buscam os filhos na escola (algo que é impossível em dias atribulados).

Resiliência parece ser um valor importante para conseguir viver um dia após o outro.



BENEFÍCIO DO GOVERNO

O mês financeiro das pessoas desse perfil é muito marcado pelo dia de pagamento de algum benefício do governo — seja ele a Bolsa Família, ou até mesmo a aposentadoria de algum parente mais velho.

Em uma situação que o dinheiro do trabalho próprio pinga pouco a pouco, sem constância, é comum notarmos a dependência de uma fonte mais segura.

É esse dinheiro, somado ao resultado do trabalho informal, que garante o abastecimento dos produtos essenciais na despensa da casa. Também é o dinheiro usado para o pagamento das contas mais importantes (como o aluguel), mesmo que as outras fiquem para depois.



SUPERMERCADO

Há sempre um supermercado no bairro, geralmente de bandeira regional, que faz entrega nos arredores da localidade para compras acima de um determinado valor.

Essa compra maior, pra encher a despensa com os produtos de primeira necessidade, é pensada para durar o mês inteiro: arroz, feijão, açúcar, farinha de trigo, sabão em pó, produtos de limpeza. Tudo aquilo que não é perecível e pode ficar armazenado.

Bolachas, carnes, guloseimas e bebidas ficam em segundo plano — e nunca são comprados para o mês inteiro, porque são produtos que acabam rápido se estiverem estocados em grande quantidade (não durando os 30 dias previstos). Acham que isso é melhor ir comprando devagar.



PAIN POINT

Geralmente a cerveja fica de fora dessa compra essencial, que é focada apenas nos produtos de primeira necessidade.

CONTAS A PAGAR, CONTAS QUE PODEM ESPERAR

Aproveitam a ida ao supermercado para fazerem o pagamento dos boletos simples (água, luz, recarga de celular) direto no caixa.

Um conta ou outra precisa ser paga na lotérica ou no próprio banco.

Geralmente, precisam priorizar as contas que serão pagas, por ordem de importância e risco de corte. A conta de água, por exemplo, pode ficar um mês atrasada porque a tolerância é maior.

A internet de casa, plano básico que pudemos notar na residência dos entrevistados, é o tipo de custo que, embora seja percebido como mais supérfluo que água e luz, precisa ser pago sem atraso porque o serviço é suspenso com muita rapidez.

A maioria dessas pessoas estão sempre com dívidas pendentes, muitas vezes com CPF negativado.



A CASA

O espaço para guardar os mantimentos não é muito grande, mas cada cantinho é aproveitado como despensa: as compras que não cabem nos armários vão parar em cima da geladeira, no armário do quarto e até empilhadas debaixo da mesa.

Tá certo que é cada dia mais difícil comprar tantos produtos de uma única vez, mas o maior ponto aqui é o tamanho das casas. Moradias com 1 ou 2 quartos, onde moram mais de 5 pessoas. Quase sempre a sala é também o espaço de dormir de alguém da família.

Os lotes são divididos de modo a fazerem caber outras 2 ou 3 casas, e a aglomeração de pessoas dificulta muito ter espaços livres pra mais armários pra estocar mantimentos.



BAR

Mais do que um simples lugar de bebida, o bar representa um ambiente externo, longe dos problemas de casa, e que traz um pouco de liberdade.

Por isso, mesmo a cerveja do bar sendo mais cara do que aquela que se compra no supermercado, o estabelecimento se torna um território para conversar sobre assuntos extra-família, para encontro de pessoas de fora do círculo íntimo da casa. Grosso modo, é quase como se fosse um quarto particular para essas pessoas que têm tanta dificuldade em conseguir individualidade em seus próprios lares (devido ao espaço físico ser tão compartilhado).

Por isso o bar se torna tão importante, e vira escape em vários horários livres do dia — e não apenas na parte da noite.

Além da cerveja, bebidas de dose (como o alcatrão) também fazem parte desses momentos do target.



PAIN POINT

A cerveja em garrafa litrão garante o melhor custo benefício no balcão do bar, mas esquenta muito rápido para ser consumida individualmente. Mesmo assim, em função do preço, é a pedida mais constante.

ALMOÇO COMUNITÁRIO

A correria da semana segue até o sábado, que também é um dia produtivo para quem trabalha por diária, ou como ambulante na rua: sobra o domingo para um programa em família.

Pra quem perde tanto tempo todos os dias em transporte público, esse é um momento de ficar nos arredores de casa, de evitar gastos com deslocamento.

É quando o almoço vira um evento comunitário, ao ar livre, entre vizinhos de lote — que sendo parentes ou não — fazem parte de uma família estendida.

Uma casa faz o frango assado, outra prepara a maionese, e a cerveja fica por conta de uma vaquinha entre os adultos que bebem mais. Alguém vai de moto até o distribuidor mais próximo, e traz o tanto certo que cabe na caixa de isopor ou no freezer. Se a bebedeira se alonga mais, eles fazem uma nova vaquinha e voltam com mais cerveja gelada.

PAIN POINT

O distribuidor representa conveniência da proximidade e da cerveja gelada — mas não a garantia do menor preço porque cobram valores diferentes entre o produto em temperatura natural, e o produto refrigerado.



CHURRASCO

Fim de semana bom mesmo é aquele em que rola um churrasco - nem que a churrasqueira seja uma lata de tinta aberta, com uma grelha improvisada por cima. A falta de espaço próprio também não é impedimento: vale usar a área de serviço, o estacionamento do conjunto habitacional, ou até a calçada se for o caso.

Não se faz churrasco sem dinheiro, porque fartura é um valor importante — especialmente para a cerveja. É por isso que não é sempre que essa situação acontece, e é por isso que ela é tão celebrada. É preciso um motivo maior (um aniversário, uma conquista profissional).

É quando parentes mais distantes se encontram, e cada um contribui com um prato e com um fardo de cerveja que trazem de casa. O anfitrião, contudo, sempre garante um engradado de garrafas, que ele compra junto com os outros ingredientes, no supermercado (onde a compra pode dividida em 2 ou mais vezes no cartão).

PAIN POINT

O distribuidor é o canal mais barato para a compra de cerveja em temperatura ambiente. Mas geralmente o pagamento precisa ser à vista.

LATINHA VIRA $

Quando o dinheiro aperta, o tonel de latinhas vazias pode ser uma solução para um dinheiro inesperado e vindo em muito boa hora.

Nas periferias existem sempre alguns comerciantes que compram alumínio e pagam pelo kilo do metal, e por isso as latinhas são sempre recolhidas ao fim dos churrascos e almoços em família - e algumas vezes causam até briga.

Conversamos com várias pessoas que, inclusive, recolhem latinhas que encontram pelas ruas, como uma forma de incrementar a renda. O Adaelso, um dos entrevistados, tira de 30 a 50 reais por mês, o que é bastante se considerarmos que a família vive com um salário mínimo de base.





LANCHE + BRINQUEDO

Quando sobra um dinheirinho, o passeio no shopping é um programa que anima o fim de semana dos adultos e das crianças. É um jeito de sair de casa sem ir muito longe, e uma forma de se divertir sem gastar muito:

todos os caminhos levam à praça de alimentação, repleta de opções econômicas depois que as grandes redes de fast food inventaram os cupons de desconto. Com 50 reais é possível comprar um lanche para 3 pessoas e ainda ganhar o brinquedinho - que prolonga a experiência do fim de semana por vários dias.





PAIN POINT

A dinâmica de cupom de desconto das redes de fast-food distancia esse target do consumo de cerveja na praça de alimentação - não há ofertas parecidas contemplando bebidas alcoólicas.

A VIDA ACONTECE
NO PRÓPRIO BAIRRO

a Cris se desloca até o centro para trabalhar, mas o restante da rotina geralmente se encaixa no ambiente que a vizinhança pode proporcionar.





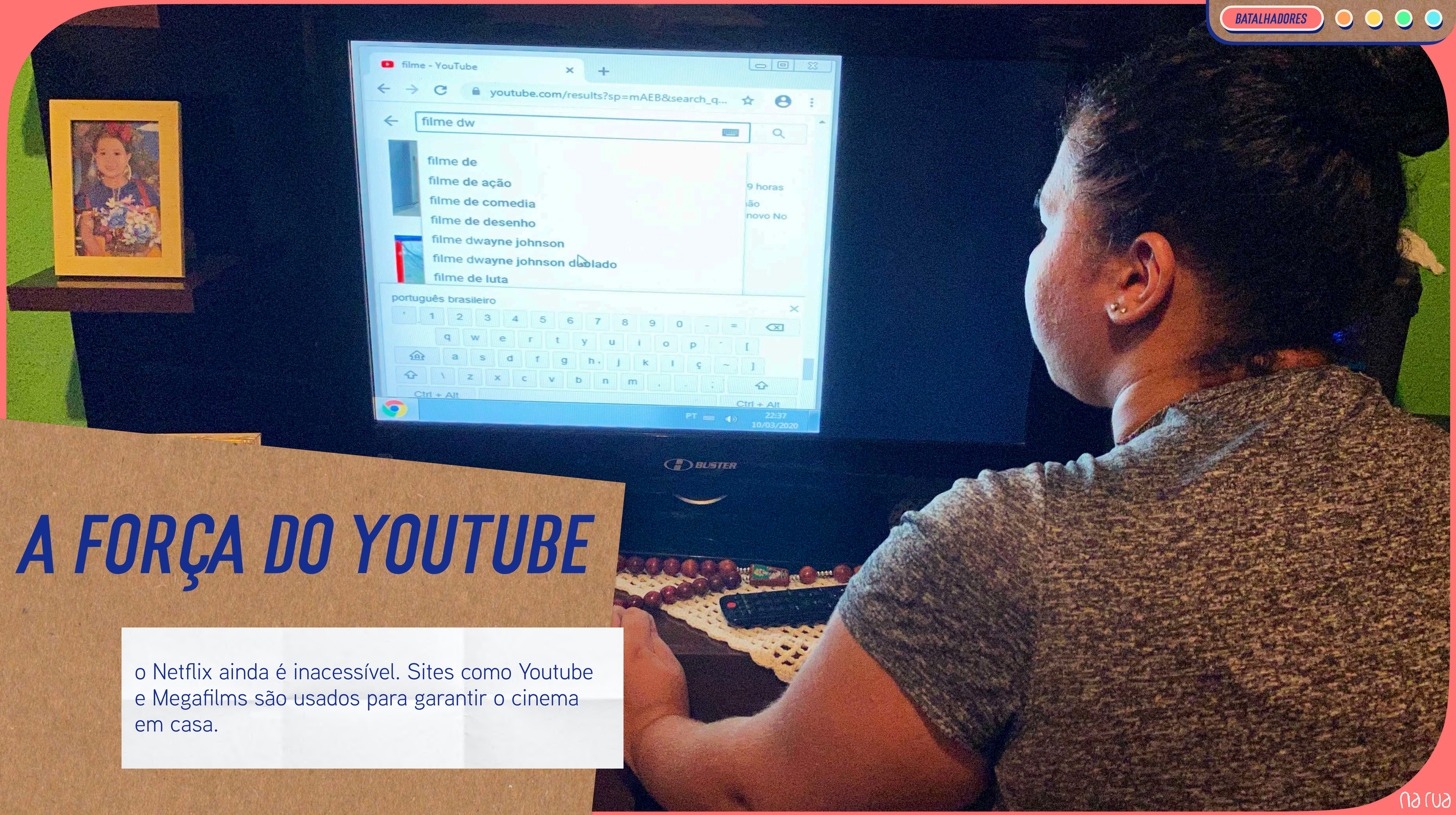
A DIVISÃO FAMILIAR
AJUDA NA ORGANIZAÇÃO DA ROTINA

cada membro da família tem seu papel para contribuir o funcionamento da casa



a Thaissa, enteada do Adaelso, é quem prepara o almoço da casa: assim a Joyce não precisa cozinhar à noite quando volta do serviço.

o Adaelso fica de olho nas promoções do mercado onde trabalha: a pizza, que estava promoção, garante o jantar da família. O único momento do dia em que todos se encontram.



A FORÇA DO YOUTUBE

o Netflix ainda é inacessível. Sites como Youtube e Megafilms são usados para garantir o cinema em casa.



a noite é o único momento do dia em que a família se reúne: a cerveja é o escapismo para uma rotina bastante pesada.

RELAÇÃO COM O ÁLCOOL



PURIFICA O CORPO
(CACHAÇA)



AMENIZA A DOR FÍSICA
(DESTILADOS FUNCIONAIS)



REFRESCA O CORPO E REVIGORA O ÂNIMO (CERVEJA)



ESCAPISMO DA ROTINA
(CERVEJA)



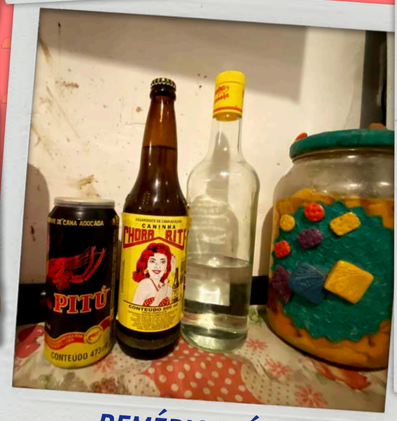
RECOMPENSA DEPOIS DE UM DIA DE ESFORÇO
(CERVEJA)



FUNCIONA COMO UM CARIMBO DE ACEITAÇÃO SOCIAL (ÁLCOOL NO GERAL)



ESTÍMULO PARA SITUAÇÕES QUE EXIGEM ATITUDE (DESTILADOS EM GERAL)



REMÉDIO DIÁRIO
(GARRAFADAS, LICORES, INFUSÕES)



POTENCIALIZA OS MOMENTOS E AS RELAÇÕES (CERVEJA)





BAR
BOTECO

MARCAS POPULARES DE DESTILADOS

- DÃO UM UP NO GRAU ALCOÓLICO DA CERVEJA
- PERCEPÇÃO DE BENEFÍCIO FUNCIONAL



MERCADINHO
MERCEARIA

MARCAS POPULARES DE CERVEJA

- GARANTEM A BEBIDA NO DIA A DIA, EM SITUAÇÕES MAIS COTIDIANAS, EM CASA



DISTRIBUIDORA

MARCAS MAINSTREAM DE CERVEJA

- PREFERÊNCIA POR EMBALAGENS ECONÔMICAS (PREÇO X LITRO)
- EMBALAGENS DE MENOR DESEMBOLSO POSSIBILITAM OS COMBOS (ESPETINHO + CERVEJA)

A FOLGA NEM SEMPRE
É NO FINAL DE SEMANA

com escalas não convencionais em seus trabalhos, o consumo do álcool entra em dias menos habituais.



O ÁLCOOL DA PINGA
MISTURADO COM O DA CERVEJA

a bebida mais forte ajuda a dar o grau mais rápido.



O ÁLCOOL

COMO "REMÉDIO": LIMPA O ORGANISMO, ALIVIA O CANSAÇO, TIRA A DOR



O CONSUMO DE MARCAS MAIS BARATAS E POPULARES

fartura como valor importante.

na rua

A RELEVÂNCIA DOS FORMATOS PARA OS BATALHADORES









	LATINHA PEQUENA	LATÃO	GARRAFA BARRIGUDINHA	GARRAFA LITRÃO
embalagem:	possibilita o consumo de cerveja em momentos "on the go", por esse perfil que está sempre se deslocando (de transporte público) pela cidade	tamanho que acompanha bem os momentos gregários, de confraternização com família e vizinhos no almoço de fim de semana	possibilita o consumo em casa, nos momentos mais cotidianos, de quantidade mais controlada (situações de lazer em frente à TV)	é a escolha econômica para uma escapulida rápida ao bar durante a semana (mais para sair do ambiente da casa do que para cair na bebedeira), ou para as situações gregárias na mesa do bar nos fins de semana (pra beber em quantidade).
drive de consumo:	por conta do menor desembolso, cabe no bolso nessas situações cotidianas, faz a marca mainstream ficar mais acessível frente às marcas B, e muitas vezes é ofertada como parte de um combo com algum alimento	ao mesmo tempo que pode ser de consumo individual (beber na própria lata), também é uma quantidade que permite o compartilhamento: dá pra ser dividida em 2 copos, para servir as pessoas na festa em casa. Por isso representa economia, e o alumínio também vira dinheiro no ferro-velho depois	por conta do menor desembolso, cabe no bolso nessas situações cotidianas em casa, faz a marca mainstream ficar mais acessível frente às marcas B. Ao mesmo tempo, faz o consumo ser mais moderado (em função do pequeno volume), e com isso mais moralmente aceito dentro de casa, em dias da semana	representa o melhor custo benefício no balcão de um bar (uma vez que a quantidade por litro é mais em conta do que o formato latinha ou o formato 600). Sensação de beber mais por menos, de fartura para se refrescar à vontade, ou para puxar conversa com alguém e oferecer um copo
canal principal:	ambulantes (churrasquinho + cerveja)	distribuidor (bebida resfriada)	mercearia (vendem sem o casco, na confiança do retorno posterior)	bar pequeno (tanto para o consumo individual no dia a dia, quanto para o consumo coletivo no fds)

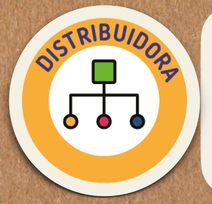








A RELEVÂNCIA DOS CANAIS PARA OS BATALHADORES

canal	importância	frequência	produto	ponto forte	ponto fraco
 *pequenos mercados/ mercearias de bairro, na ponta da rua*	têm um papel de conveniência, evitam o caminho a pé até o supermercado de bairro	maior frequência de compra, em menor volume por compra (cerveja para o dia)	foco em embalagens retornáveis (especialmente o litrinho) e latas. Bebida refrigerada (embora não na temperatura certa)	familiaridade: venda no fiado, e venda na confiança da devolução dos cascos (target não precisa fazer estoque de cascos vazios em casa)	preço de revenda: produto mais caro do que os valores encontrados nos supermercados e distribuidores
 *ambulantes em terminais de ônibus e locais de grande fluxo de pessoas*	acompanham a jornada de um target que percorre grandes distâncias de casa ao trabalho, no transporte público e à pé	alta frequência de compra, em quantidade unitária e consumo on the go	cerveja em lata, com prevalência do formato 269 ml: foco no menor desembolso possível	comodidade, a cerveja se insere no trajeto diário. Muitas vezes faz parte de um combo com algum alimento (espetinho + cerveja)	pouca ou nenhuma opção entre marcas. Consumo depende do fluxo no deslocamento: nem sempre o pitstop é oportuno
 *pequenos bares/botecos de bairro (com poucas mesas e serviço no balcão)*	um respiro fora de casa, para um target que mora em ambientes pequenos e que estão sempre repletos de familiares: dia ou noite	média frequência, volume de consumo moderado: a conta do bar anda mais salgada	valorização da embalagem litrão, que custa centavos mais cara que a embalagem 600 (para quase o dobro de cerveja)	ambiente externo, longe dos problemas da casa - o target encontra individualidade. Familiaridade com o dono do bar possibilita o fiado	além da cerveja ser mais cara que em qualquer outro canal, outras coisas vêm pra conta: o cigarro, o doce, o petisco
 *pequenas distribuidoras, com foco em venda de bebidas pra levar pra casa (em temperatura ambiente ou gelada)*	estão por todas as partes nas regiões periféricas, são o canal mais cômodo para se comprar cerveja em um volume mais considerável	média frequência, compra de cerveja em médio volume (pequenas celebrações, ou estoque da semana)	latas são a embalagem mais fácil para se transportar à pé, em função do peso. Para esse target, o latão barateia o consumo em grupo	variedade, proximidade com a casa do target - e um preço muito baixo para produtos em temperatura ambiente	para os produtos refrigerados, o preço se aproxima aos praticados nos supermercados e o canal perde um pouco a sua relevância
 *supermercados de bairro, lojas de redes locais*	compras maiores, para garantir a lista do que é essencial. Ou canal para compras direcionadas (churrasco)	menor frequência na compra de cerveja, ao mesmo tempo que é o canal para compra de cerveja em maior volume (em situações especificas, eventuais)	pack com várias latas (especialmente latão), ou engradados de cerveja retornável para festa em casa	possibilidade de parcelamento faz desse o canal vantajoso para a compra de cerveja em grande quantidade (situações extraordinárias)	a compra do mês (aquela ordinária) é focada nos itens essenciais: a cerveja encarece a lista e pesa a sacola na volta pra casa

O LITRINHO BARATEIA A CERVEJA,

MAS É DESAGRADÁVEL DE TER EM CASA

ocupa espaço, quebra, junta mosca, dá barata.



LATINHA QUE VIRA DINHEIRO

quando o tambor de latinhas fica cheio, a Joyce pega a moto e vai trocar o alumínio por dinheiro: 15 a 25 reais, dependendo do dia.





AS OCASIÕES PARA O PERFIL "BATALHADORES"

OCASIÃO	AMBULANTE NO CAMINHO PRA CASA	FIM DE NOITE, EM CASA	O BAR DA RUA	ALMOÇO EM FAMÍLIA	CHURRASCO EM CASA	EVENTOS 0800
	O consumo "on the go", em ruas de comércio popular e nos arredores dos terminais de transporte público: paradinha no ambulante para se refrescar do calor com uma cervejinha, ou pra enganar o estômago no retorno pra casa, ao fim de um expediente pesado. Os combos de cerveja + salgado, e principalmente de cerveja + espetinho são muito comuns nas proximidades dos terminais de transporte coletivo.	Beber sozinho em casa, em dias normais da semana, é uma recompensa para um perfil que trabalha pesado (com grande esforço físico), perde muitas horas do dia em transporte público lotado, e precisa de um "escape" para conseguir relaxar e dormir bem. São momentos em frente à televisão (filmes e esportes têm um papel especial em dar uma animada no espírito). A cerveja é comprada já gelada, em pequena quantidade, no mercadinho perto de casa. O consumo de cachaça, em dose, eventualmente surge para potencializar o efeito do álcool	O bar do bairro é um lugar de respiro do ambiente da casa, onde esse target vai pra beber sozinho - ou com amigos da vizinhança. É um refúgio de uma casa geralmente pequena e cheia de familiares, onde ele não encontra muito espaço para sua independência. Esse bar se torna extensão, um lugar em que esse perfil encontra identidade. Também é um espaço de familiaridade, onde se tem amizade com o dono e é possível pendurar a conta. Além da cerveja, doses de destilados populares (como o Alcatrão) fazem parte do consumo no bar	Esse é um perfil que mora sempre cercado por familiares: além de dividir a casa com muitas pessoas, a residência fica em lotes onde existem casas de outros parentes (para aproveitar muito bem todo o espaço disponível). O resultado disso é que os almoços de fim de semana são situações muito gregárias, de reunião dessas pessoas que aprenderam a compartilhar. A vaquinha permite a compra de cerveja para acompanhar essas refeições comunitárias, e o latão significa economia porque pode ser dividido entre duas pessoas.	Pra fazer churrasco é preciso ter uma folguinha de dinheiro: junta mais gente, não tem hora pra acabar, e precisa ter muita fartura. Por isso é uma situação especial, e acontece de vez em quando - sempre no esquema coletivo em que cada um traz um prato e um pouco de bebida (em lata). Mas importante: quando pode, o anfitrião garante uma base para o churrasco acontecer sem tropeços (a garrafa 600 ou litrão, comprada em engradado, no supermercado, junto com a compra de outros ingredientes, porque é o canal em que ele consegue parcelar essa compra). Além da cerveja, caipirinhas com destilados populares fazem parte do momento do churrasco	Com poucas opções de lazer acessíveis fora de casa, esse target (principalmente os mais jovens) tenta aproveitar eventos e shows populares gratuitos, na rua: shows, festas populares, etc. É um perfil que possui uma renda insuficiente para os compromissos importantes, e por isso aproveita a programação de eventos públicos e festas abertas que contam com a forte presença de ambulantes. Além da cerveja, destilados populares (e misturas para saborear) fazem parte do isoporzinho
EMBALAGEM PRINCIPAL						
CANAL						

OVERVIEW BATALHADORES



SITUAÇÃO ECONÔMICA

Perfil com baixo poder de consumo: renda básica formal inexistente ou insuficiente - trabalhos informais para complementar a ajuda social

Mais desbancarizados, recebem pagamentos em dinheiro vivo, que nem sempre passa pela conta



DESLOCAMENTO

Dificuldade de acesso aos grandes centros (periferia ou interior):

grandes deslocamentos em transporte público (moram muito longe do trabalho, pegam mais de um ônibus pra chegar ao destino).

Geralmente possuem uma moto em casa, que quebra o galho em algumas situações



COMPRAS PARA A CASA

Compra principal de mantimentos no supermercado do bairro: a lista do que é essencial para o mês é garantida quando cai o benefício (bebidas não fazem parte dessa compra).

Motivos - a entrega gratuita na região (para compras maiores); distância entre o target e as grandes redes dificulta a compra nos hipermercados

+

Compra ocasional (complementar, não apenas simples reposição) nos mercadinhos e mercearias: acontece picada ao longo do mês - de acordo com o fluxo dos bicos.

Motivos - proximidade de casa; caderneta de fiado



CONSUMO DE CERVEJA

Consumo de cerveja passou a ser mais frequente dentro de casa e menos frequente no bar.

Dose de cachaça durante o consumo de cerveja para potencializar o efeito do álcool.

Latinha como embalagem preferida, porque o alumínio se transforma em dinheiro no ferro-velho.

Canal principal no dia a dia: o mercadinho

Canal principal em momentos de grande consumo:pequenos distribuidores de bebidas

AGREGADORES

ÁLCOOL COMO AGREGADOR E AMPLIADOR DA RODA DE AMIGOS:

VALORIZAM O EXCESSO, A FARTURA DO "QUANTO MAIS, MELHOR"

RENATA, 39
PROFESSORA > CLASSE C // INHUMAS

CIBELLY, 40
RECEPCIONISTA > CLASSE C // RECIFE

LUCA, 20
VENDEDOR DE AUTOPEÇAS > CLASSE C // MOGI-GUAÇU

GREGÓRIO, 22
LAVADOR DE CARROS > CLASSE C // INHUMAS

na rua


OS
AGREGADORES
ASSISTA AO VÍDEO
https://youtu.be/gmeFZxmfNzM



CIBELLY

40 ANOS, RECEPCIONISTA || CLASSE C | RECIFE

Cibelly mora com o pai (aposentado) e dois filhos, de 22 e 18 anos em uma comunidade de Casa Amarela, bairro da zona Norte do Recife. Ela é recepcionista do Wizard, uma escola de idiomas localizada do outro lado da cidade, de onde também vem um dinheiro extra que recebe quando consegue efetuar novas matrículas de alunos.

Em casa, é a responsável pelas contas e alimentação da família, já que a maior parte da aposentadoria do pai vai para os remédios que ele toma - sobra pouco para contribuir. Toda a luta e esforço diário não abalam a Cibelly, muito pelo contrário: em todos os seus gestos existe uma tentativa de aproveitar a vida ao máximo, mesmo com o pouco que tem. Nessa busca, escolher pelo mais barato é o que ajuda a garantir a fartura.

É uma pessoa alto astral, otimista quando fala sobre o futuro, e com um temperamento jovial que é parte de um personagem que ela mesma criou para poder estar sempre de olho nos filhos adolescentes e mantê-los longe das ciladas que essa fase de vida pode oferecer.

E é assim, de pouquinho em pouquinho, como a grana permite, que ela se diverte, cai na balada, encontra os amigos e abre a porta de casa para recebê-los: o importante é todos permanecerem unidos.

A JORNADA DA CIBELLY

SEG 1

A Cibelly costuma acordar às 7h. Esse período da manhã, até às 10h, é o único momento livre que ela tem no dia e por isso precisa fazê-lo render. É quando ela paga as contas pendentes, vai até a lotérica, leva o pai na farmácia para comprar os remédios, visita a mãe.

Uma ou duas vezes por mês, no início da semana, ela usa esse tempo para ir ao Deskontão, uma rede de atacarejo relativamente próxima de onde ela mora, para comprar os principais mantimentos para casa.

ATACAREJO

Nem sempre a compra atinge o valor mínimo para garantir a entrega gratuita em domicílio. A cerveja é comprada em pequenas quantidades ou é o primeiro item a ser deixado de fora caso a compra fique muito volumosa.



TER 2

Às 10h, ela sai de casa, desce as ladeiras do bairro onde mora, e pega 3 ônibus no caminho para o trabalho.

São 2 horas de trajeto até o destino final, uma escola de idiomas onde ela trabalha como recepcionista. O deslocamento no trânsito consome muito tempo produtivo do dia da Cibelly, por isso ela tenta se ocupar no ônibus: ouve as músicas que baixou na internet de casa (para não gastar os dados móveis do celular), vai batendo papo com os amigos no WhatsApp e passa tempo com alguns jogos como Candy Crush e Block Puzzle (ambos permitem o jogo offline).

É nesse trajeto também que a Cibelly faz as lições de alemão no Duolingo, idioma escolhido porque ela sonha em visitar a irmã que mora na Alemanha há 29 anos.

Esse passatempo nem sempre é possível porque às vezes ela pega uma condução muito lotada e aí é impossível ter espaço para mexer no celular.



QUA 3

No trabalho, a Cibelly segue uma rotina que não varia muito de um dia para o outro. Ela precisa receber os alunos, se relacionar com os pais, atender telefone, lidar com pagamento de mensalidade e outras funções do setor administrativo.

O almoço acontece no momento em que o fluxo de pessoas diminui, geralmente após às 14h. É quando ela consegue ir até a copa da empresa para esquentar a marmita que leva de casa, ou corre para preparar alguma comida rápida no fogão que fica disponível aos funcionários — nesse caso ela leva macarrão instantâneo, ou algo de fácil preparo.

Ela não recebe vale alimentação ou vale refeição, e por isso precisa economizar para tirar o mínimo possível do orçamento da casa.



QUI 4

Quando sai do serviço às 21h, a Cibelly anda rápido até a parada de ônibus porque as ruas já estão mais desertas e ela não pode dar bobeira. Muitas vezes ela prefere esperar mais alguns minutos para sair junto com os colegas e ter companhia nesse trajeto.

Se ela perde o ônibus que passa às 21h10, precisa esperar bastante até o próximo chegar. No caminho, costuma parar em uma lojinha de doces para comprar um chocolate ou salgadinho para enganar a fome. Se tem alguns trocados a mais na bolsa, ela come um churrasquinho e bebe uma lata de cerveja com os amigos, no ambulante que fica próximo ao ponto.

É o jeito de minimizar o cansaço de um dia que ainda está longe de terminar.



Esse momento da cerveja como recompensa precisa ser breve, porque ela e os colegas saem tarde, moram longe e dependem do transporte público.







SÁB 6

De 15 em 15 dias a Cibelly também trabalha aos sábados até às 15h. É só depois desse horário que ela começa oficialmente o final de semana.

Na volta para casa, depois que desce do ônibus, ela precisa terminar o caminho a pé. É nessa hora que ela aproveita para comprar o que estiver faltando em casa. O bairro possui várias opções de vendas, bancas de rua e mercearias que cumprem a função de fornecer os produtos de ocasião.

É nesse trajeto também que ela passa no mercadinho e compra três latões de cerveja gelada, para chegar em casa e já poder consumir a bebida na temperatura certa. É comum, no Recife, pequenos estabelecimentos e ambulantes venderem 3 latões por R$ 10, já gelados.

Não compra cerveja para estocar em casa porque os filhos acabam bebendo tudo enquanto ela está no trabalho.

Estocar cerveja em casa é, em algumas famílias, um hábito a ser evitado porque parece estimular o consumo em excesso.

SEX 5

Na volta pra casa a Cibelly já não tem pique nem para o celular: os jogos e apps de idiomas ficam de lado, e ela prefere ouvir música ou planejar os afazeres da noite.

Pelos WhatsApp, ela se comunica com os filhos (às vezes por chamada de vídeo para conferir se estão em casa), descobre como foi o dia dos dois e, se lembrar que falta algum ingrediente para a refeição da família, já pede que um deles corra para comprar no mercadinho do bairro, antes que feche.

Por volta das 23h, quando finalmente chega, a Cibelly adianta tarefas que poderiam ser feitas na manhã seguinte, mas que tomariam o único momento livre que ela tem no dia. Por isso, é à noite que ela prepara o almoço e monta a marmita, enquanto deixa a roupa suja batendo na máquina de lavar. Com a comida feita, ela ainda dá uma geral na casa, colocando tudo no lugar, antes de ir tomar banho.

O dia só acaba depois que ela seca o cabelo e faz a chapinha: tudo pronto pra começar um novo dia e liberada para ter o descanso merecido.

MERCADINHO MERCEARIA

LATÃO 473ml/550ml

DOM 7

As tardes de domingo são o momento para sair de casa e beber em um bar com os amigos. A Cibelly não gosta de ir muito longe, para evitar gastar com transporte e por isso vai alternando entre os bares nos bairros vizinhos.

Ir ao bar, por mais que seja mais caro que beber em casa, é trocar de ares. Ela sai do ambiente rotineiro para deixar para trás todos os problemas e perrengues a serem resolvidos depois. É um jeito de virar a chave e aproveitar a folga para se divertir.

A preferência é sempre pelos locais que vendem litrão, porque rende mais e funciona bem pra uma turma sempre grande.

BAR BOTECO

LITRÃO

A turma precisa pedir uma mesma cerveja, a escolha é coletiva e nem sempre a Cibelly toma a marca que gostaria.

A conta também é dividida, e nem sempre parece justa.



SEG 8

Cibelly recebe o salário entre o quinto e o sexto dia útil do mês. Esse é o período em que ela costuma fazer uma extravagância que foge do padrão do restante das semanas: pedir delivery.

O pedido geralmente acontece à noite, depois que ela chega em casa, em um dia que o cansaço bate com mais força. A escolha tem algumas regras: precisa ser de um restaurante próximo para evitar a taxa de entrega, e precisa estar na lista de promoções do aplicativo.

Além disso, a Cibely aprendeu que durante a semana ela consegue mais cupons de desconto, diferente do sábado e domingo, quando os apps recebem mais pedidos.

Bebidas ficam de fora desses pedidos pelo app porque costumam ser muito mais caras do que ela pagaria em uma ocasião normal, comprando no supermercado ou em bares.

APP DE DELIVERY

TER 9



QUA 10

QUI 11

LATA 350ml

LOJA DE CONVENIÊNCIA

Na semana em que o pagamento cai na conta, Cibelly e os colegas do trabalho combinam de tomar uma cervejinha juntos na conveniência do posto que fica ao lado do trabalho. O lugar é a escolha mais fácil pela localização, e estratégico porque não muda o caminho de ninguém (pensando que todos moram em áreas muito diferentes da cidade).

Apesar de ser um tipo de estabelecimento com produtos mais caros, é o lugar em que eles podem se sentar à mesa com segurança e comodidade, diferente do ambulante do ponto de ônibus: o ambiente vale o preço mais alto.

O encontro nunca dura muito tempo, são somente duas ou três latinhas para cada, mas se transformou no momento de relaxar e confraternizar quando o dinheiro chega trazendo um certo alívio.

Bebe menos do que gostaria quando tem escala de trabalho no sábado (quinzenal) e também porque não podem perder a hora do ônibus e correr o risco de ficar sem transporte para casa.

SEX 12

A JORNADA DA CIBELLY na rua

A JORNADA DA CIBELLY

A Cibelly tem uma grupo de amigos que se reúne pelo menos uma vez por mês, na maioria das vezes na casa dela. A regra do encontro é: cada um leva cerveja (em lata ou latão) e uma comida que dê para fazer tira-gosto. Esse formato permite que eles gastem menos, porque compram a bebida em supermercados ou distribuidoras e um amigo cobre o outro, quando alguém está com menos grana naquela semana.

A escolha é sempre em função do valor: entre as cervejas mais comuns (Itaipava, Brahma, Skol, Petra...), levam aquela que esteja em promoção. O importante é ter fartura para fazer durar o bate papo deles.





SÁB 13

MERCADINHO MERCEARIA

O litrão compensa mais financeiramente, mas demanda uma logística mais complicada: seria preciso que os amigos se encontrassem antes para fazer uma vaquinha. Como cada um já chega com a cerveja comprada, vão de lata mesmo.

DOM 14



SEG 15

TER 16

MERCADINHO MERCEARIA

QUA 17

QUI 18

SEX 19

SÁB 20

Em alguns sábados, a Cibelly libera a casa para os filhos fazerem festas com seus amigos. Ela acha melhor tê-los por perto para conhecer a turma com a qual os filhos andam e também para controlar o que eles bebem.

Nesse dia, a caixa de som toca "passinho", as garrafas de refrigerante viram recipiente para misturar a vodka barata com suco em pó, e as bebidas saborizadas enchem os copos com gelo.

Quando o rolê dos filhos coincide com a visita dos amigos dela, tudo vira uma festa só: um mesmo ambiente com duas turmas e bebidas diferentes.



MERCADINHO MERCEARIA



DOM 21

SEG 22

TER 23

QUA 24

QUI 25

SEX 26

Cibelly recebe uma bonificação para cada matrícula de novos alunos que consegue recrutar. Não são todos os meses que ela consegue esse adicional, mas quando acontece, ela prefere receber esse dinheiro extra no fim do mês porque assim organiza melhor as contas entre as despesas essenciais e as supérfluas.

É também com esse dinheiro extra (que chega quando a grana já está mais curta) que ela garante uma balada com os amigos. É sempre um show, uma boate, um lugar um pouco mais especial que seja bom para dançar e que valha a pena caprichar no visual.

É o momento em que a cerveja divide espaço com outras bebidas, drinks e destilados (que combinam mais com o glamour dessa situação, tão menos frequente do que a Cibelly gostaria que fosse).

BALADA



A bebida dentro da balada é muito cara e precisa durar na mão (como um enfeite). Precisa beber na porta, pra já entrar "alegre" na boate.

SÁB 27

DOM 28

SEG 29

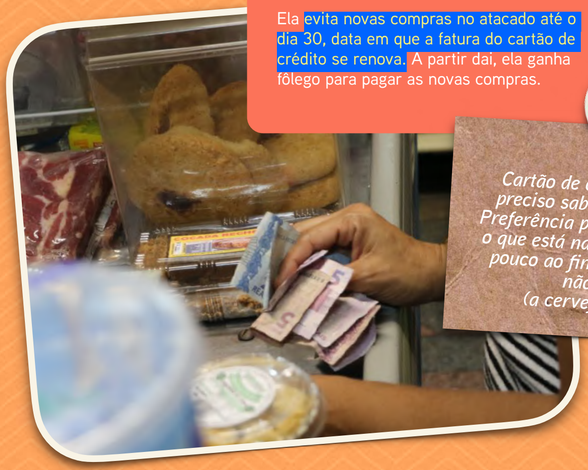
TER 30

MERCADINHO MERCEARIA

Com o mês chegando ao fim, a Cibelly vai mantendo a despensa da casa com pequenas compras de ocasião - nos mercadinhos do bairro. As extravagâncias ficam mais raras e o consumo de álcool dá uma diminuída:

Os momentos de lazer são mais em casa, sem convidados de fora. A cervejinha vem acompanhar o filme, a novela, ou qualquer outro passatempo simples.

Ela evita novas compras no atacado até o dia 30, data em que a fatura do cartão de crédito se renova. A partir daí, ela ganha fôlego para pagar as novas compras.



Cartão de crédito é traiçoeiro, é preciso saber usar do jeito certo. Preferência por débito, porque gasta o que está na conta. O dinheiro fica pouco ao final do mês para o que não é essencial (a cerveja pode esperar).



RENATA

39 ANOS, PROFESSORA || CLASSE C | INHUMAS

Renata é professora de Ensino Infantil na rede pública de Inhumas, nos períodos da manhã e da tarde. Além de dar aulas, ela faz pequenos artesanatos nas horas livres, para vender e conseguir uma graninha a mais, principalmente em datas especiais, como Páscoa, Dia das Mães, Dia das Crianças e Natal.

Casada, mora com o marido, que é mecânico, e com as duas filhas do casal. Eles vivem em uma casa vizinha à da sogra, o que se tornou um quebra-galho, sempre que precisam de ajuda, e facilitou as visitas, churrascos e almoços de domingo.

A Renata é a pessoas que gosta de abrir a roda e agregar os amigos. Os momentos de lazer facilmente juntam oito ou dez pessoas em volta de uma mesa, cada um leva um prato e um pouco de cerveja pra fazer o encontro acontecer. A bebida faz sempre parte dessa rotina de encontros, estimulando a interação e ampliando as perspectivas.

Pra favorecer ainda mais essas conexões, o marido e o sogro da Renata participam de um motoclube da cidade e ela sempre está junto participando das reuniões, que acabam, habitualmente, em uma mesa de bar.

A JORNADA DA RENATA



SEG 1

A Renata acorda todos os dias bem cedo pra tomar café e preparar o lanche que as filhas levam para aula. Essa primeira hora da manhã é muito corrida e todos contribuem, num esforço coletivo, para que ninguém se atrase.

Logo depois que a perua escolar leva as meninas, a Renata também sai de casa com o marido, pra chegar antes das 7h na escola onde trabalha.

Ela é professora de Ensino Infantil e passa a manhã toda com uma turma de mais de 30 alunos.



TER 2

Às 11h40, ela encerra o seu turno da manhã e parte para a casa da mãe, onde almoça todos os dias da semana. Fica perto do seu trabalho — uns 15 minutos a pé.

A refeição é de grande ajuda, porque evita que a Renata precise levar comida de casa ou gaste com restaurantes.

E também é uma desculpa pra que as duas se encontrem diariamente, e aproveitem pra bater um papo até a hora de voltar pra sala de aula.



QUA 3

Na parte da tarde, a Renata assume outra turma, também de crianças. O trabalho em dois períodos é muito cansativo, lidar com os pequenos exige energia e atenção constante.

Ela recebe o salário no terceiro dia útil do mês, e o marido recebe todo dia 5. Por isso, concentram o pagamento das contas nessas datas.

O casal sente que tem sido cada vez mas difícil pagar as contas com o que ganham em seus empregos formais. O poder econômico da família diminuiu muito nos últimos anos.



QUI 4

Quando chega em casa à noite, a Renata precisa cuidar dos afazeres domésticos, providenciar a janta da família e ainda arruma ânimo para preparar as atividades das aulas, corrigir trabalhos e fazer pequenos artesanatos que vende sob encomenda, para garantir uma renda extra.

Quando a quantidade de tarefas é muito grande, ela recorre aos sogros, que moram na casa vizinha, quase uma extensão da dela, um lugar de apoio sempre que precisa.

A proximidade não é só por serem vizinhas. As famílias são muito parceiras, estão sempre juntas pra fazerem passeios e curtirem almoços coletivos.

SEX 5

O lazer da Renata não fica restrito a encontros na casa dela ou de familiares e amigos. Nas noites de sexta, ela frequenta um quiosque na praça central da cidade, onde costuma se reunir com os colegas do motoclube do qual o marido e o sogro participam.

O motoclube se transformou em uma pequena comunidade, em que as pessoas se encontram motivados por um assunto em comum, mas também pelo lazer e pelo prazer de estarem juntos.

Pra consumir no quiosque, as comandas são individuais. Isso facilita pra que cada um escolha exatamente o que vai tomar (marca e quantidade), sem se preocupar em como dividir a conta.

A Renata se sente mais livre pra experimentar alguma cerveja que nunca tomou, ou pedir a marca que estiver mais a fim na hora (sem precisar entrar em um acordo com a maioria).

QUIOSQUE

LONG NECK 355ml

Long neck encarece o consumo, mas, em pequenas quantidades, favorece as escolhas individuais.



SEX 12

BAR

BOTECO

LITRÃO

QUI 11

QUA 10

TER 9

SÁB 6

A cerveja Puro Malte foi apresentada por marcas concorrentes do portfólio Ambev, e se tornaram referência importante para esse público (Proibida, Petra, etc.).

Aos sábados, a família e os amigos mais próximos costumam se juntar em casa. Ela e o marido compram cerveja na distribuidora do bairro, depois acendem a churrasqueira, enquanto as pessoas vão chegando com mais cervejas. Cada um leva um corte de carne, uma linguiça ou um pão de alho pra assar.

As marcas e embalagens se misturam. Geralmente compram lata ou long neck. Por conta da quantidade, a escolha da Renata geralmente é pela marca que estiver com o melhor preço (entre as duas ou três marcas que ela mais gosta). Recentemente tem provado e aprovado as Puro Malte.

O grupo faz o encontro durar até tarde da noite, jogando conversa fora e ouvindo música. Plugam pen drives com MP3s no aparelho de som pra conseguirem ouvir em um volume legal (já que o celular toca muito baixo).

LONG NECK 355ml

LATA 350ml

DISTRIBUIDORA



DOM 7

Aos domingos, a Renata e a família também gostam de fazer algum programa juntos sempre que podem. Costumam ir a um "pesque e pague" nos arredores da cidade. A pescaria, na verdade, dura pouco. Ir até o local é quase uma desculpa pra reunir os amigos e familiares pra tomar uma cerveja no restaurante de lá, curtindo a natureza.

O almoço é uma alternativa aos restaurantes da cidade, que normalmente cobram mais caro e nem sempre tem um ambiente tão legal quanto o verde do pesqueiro.

Tomam juntos garrafas de cerveja e dividem a conta depois.

RESTAURANTE

LITRÃO

GARRAFA 600ml



SEG 8

Ainda no começo do mês, a Renata e o marido costumam fazer uma compra grande, em um atacado da cidade, pra abastecer a casa.

No atacado ou hipermercado, ela consegue preços melhores nos produtos mais básicos. E já faz a compra pra durar pra todo o mês — vão de carro e enchem o porta-malas.

A cerveja até pode entrar na lista principal caso já estejam pensando no fim de semana. Caso contrário, como eles têm acesso fácil a outros mercados e depósitos perto de casa, a cerveja só entra nessa compra maior se estiver em promoção.

HIPERMERCADO

Nas compras do mês no atacado, o foco é comprar o essencial. Por isso, a cerveja acaba entrando no carrinho apenas se estiver com uma promoção muito atrativa.





A JORNADA DA RENATA na rua

AGREGADORES

A JORNADA DA RENATA



MERCADINHO
MERCEARIA

LATA 350ml

DISTRIBUIDORA



SÁB 13

DOM 14

De vez em quando, a Renata vai até Goiânia, a 50 min de Inhumas, pra fazer algum passeio especial com os amigos.

Apesar de se virarem bem com as opções locais de lazer, às vezes ela e a turma gostam de buscar outras atrações fora da rotina, como os boliches, shows de artistas nacionais e festas de rua.

A escapadinha não acontece sempre porque a logística é complicada: alguém precisa ficar de olho nas filhas, precisa ter um dinheiro a mais pra gasolina e é necessário ter um motorista da rodada, pra voltar dirigindo.



SEG 15

TER 16

LONG NECK 355ml

QUA 17

QUI 18

SEX 19

SÁB 20

DOM 21

SEG 22

TER 23

QUA 24

QUI 25

SEX 26

QUIOSQUE

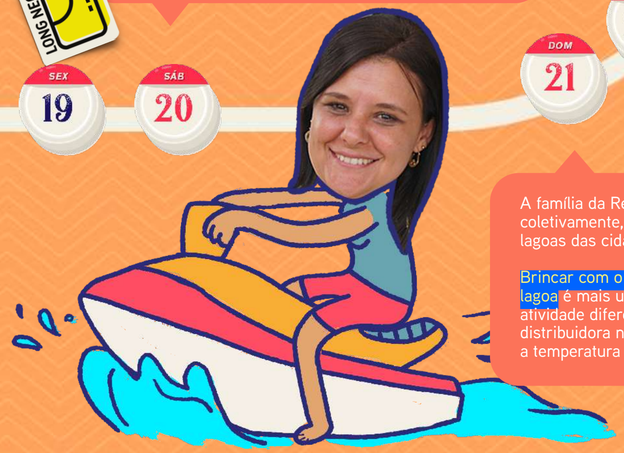
LONG NECK 355ml

Nos mercados, muitas vezes a diversidade de marcas de cerveja nas geladeiras é bem menor do que nas prateleiras.

Outra forma de diversão da família é reunir os amigos em casa pra jogar baralho e assar pizzas, compradas no mercado. Sempre tem alguém que chega com um petisco que vira a entrada, enquanto as pizzas não ficam prontas.

A cerveja também é comprada na distribuidora mais próxima, já gelada. Mas o esquema é comunitário, cada um leva a sua e todos bebem, sem muita regra.

É comum esses momentos envolverem garrafas de vinho também, saindo um pouco da rotina e tornando o momento mais especial.



A família da Renata tem um jet-ski, comprado de segunda mão, coletivamente, há alguns anos, que usam pra andar em rios e lagoas das cidades vizinhas.

Brincar com o jet-ski e ficar sentada no gramado à beira da lagoa é mais uma oportunidade pra reunir o grupo e fazer uma atividade diferente. Compram cerveja gelada em alguma distribuidora no caminho, e levam isopor com gelo pra manter a temperatura da bebida.

DISTRIBUIDORA

LATA 350ml

SÁB 27

DOM 28

SEG 29

TER 30

Com a turma do motoclube, a Renata e o marido costumam pegar a estrada e parar em outras cidades próximas a Inhumas. Quando o destino é Goiânia, aproveitam pra passar a noite na casa de uma tia e sair pra curtirem um bar mais badalado.

Ele gostam de lugares com música ao vivo e com chopp, o que já faz a atmosfera do bar se transformar e se tornar muito diferente dos ambientes que eles frequentam normalmente.

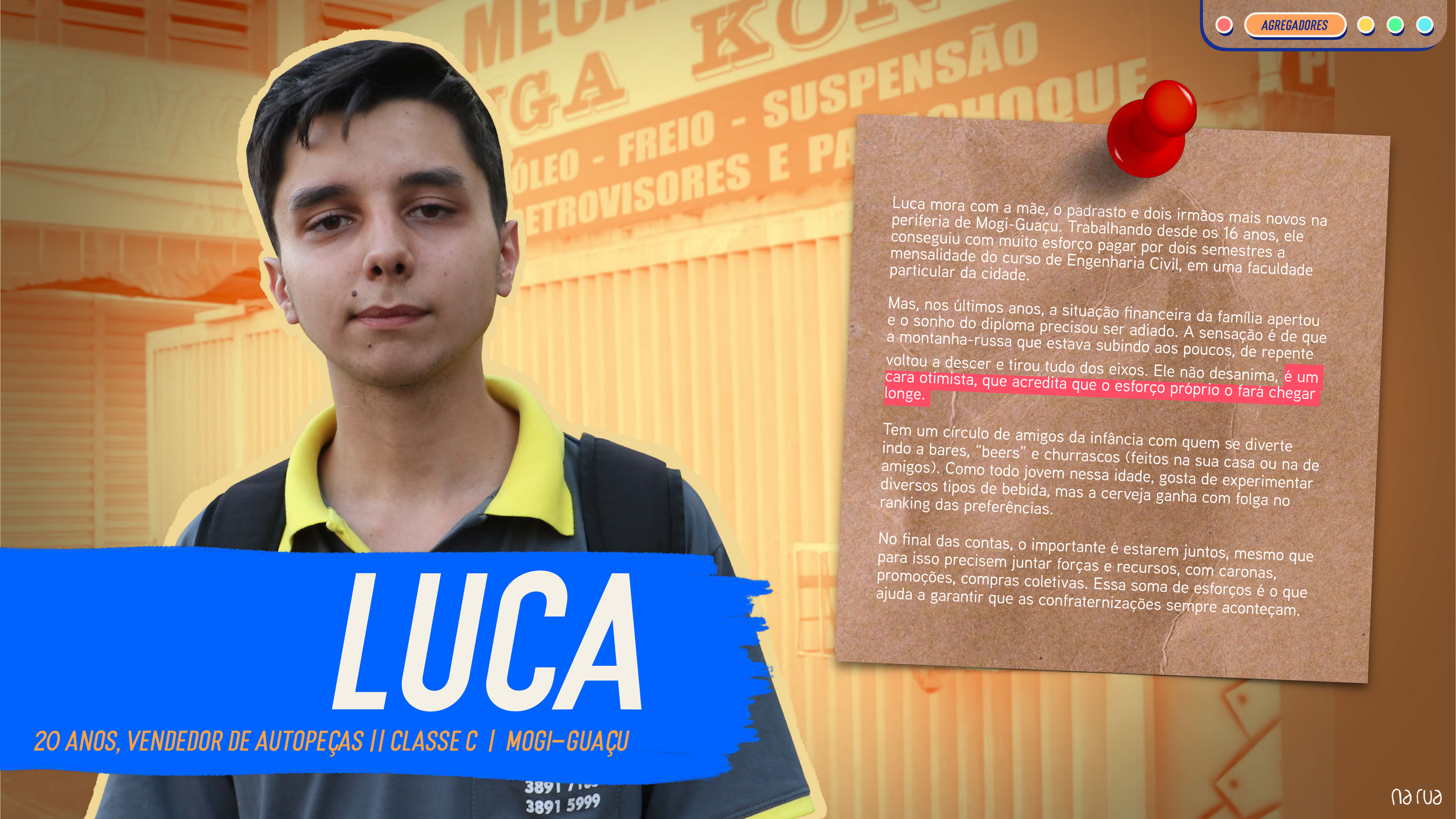
É um programa mais raro de acontecer, mas que se torna especial por ser um momento só dos dois.

BOTEC

CHOPP



na rua



LUCA

20 ANOS, VENDEDOR DE AUTOPEÇAS || CLASSE C | MOGI-GUAÇU

Luca mora com a mãe, o padrasto e dois irmãos mais novos na periferia de Mogi-Guaçu. Trabalhando desde os 16 anos, ele conseguiu com muito esforço pagar por dois semestres a mensalidade do curso de Engenharia Civil, em uma faculdade particular da cidade.

Mas, nos últimos anos, a situação financeira da família apertou e o sonho do diploma precisou ser adiado. A sensação é de que a montanha-russa que estava subindo aos poucos, de repente voltou a descer e tirou tudo dos eixos. Ele não desanima, é um cara otimista, que acredita que o esforço próprio o fará chegar longe.

Tem um círculo de amigos da infância com quem se diverte indo a bares, "beers" e churrascos (feitos na sua casa ou na de amigos). Como todo jovem nessa idade, gosta de experimentar diversos tipos de bebida, mas a cerveja ganha com folga no ranking das preferências.

No final das contas, o importante é estarem juntos, mesmo que para isso precisem juntar forças e recursos, com caronas, promoções, compras coletivas. Essa soma de esforços é o que ajuda a garantir que as confraternizações sempre aconteçam.

A JORNADA DO LUCA

SEG 1

Luca acorda às 7h, toma café da manhã e sai de casa pra entrar às 8h no serviço. Ele é vendedor em uma loja de autopeças no centro comercial de Mogi-Guaçu.

Geralmente, vai para o trabalho de carona, com a mãe e o padrasto. Eles conseguem se organizar porque o trajeto dos três é bem parecido, curto e o dinheiro da gasolina é dividido, não ficando pesado pra ninguém. O carro facilita muito a vida da família, porque o transporte público não atende bem o bairro onde moram. Em 15 minutos já estão na loja do Luca, o primeiro a desembarcar.

A mãe trabalha em um escritório de contabilidade. O padrasto também é vendedor, em uma loja de materiais de construção.



TER 2

Almoça um prato feito em algum dos restaurantes próximos à loja, às 11h30 — o centro comercial tem várias opções com preços acessíveis. Ele faz um revezamento pra não enjoar do sabor de nenhum dos lugares.

Diferente dos pais, que costumam levar marmita, o Luca é liberado para usar o VR, mas toma cuidado pra não estourar a cota que recebe do trabalho. O saldo é creditado no mesmo dia em que recebe o salário, uma vez por mês. Quando consegue economizar e fazer sobrar um pouquinho, ele usa o ticket nas compras de supermercado de casa ou em alguma lanchonete no fim de semana.

Uma parte do seu salário é depositado na conta da mãe, pra contribuir com as contas da casa. O restante paga os seus gastos pessoais e o lazer com os amigos.





Os bares onde ele frequenta no final de semana não aceitam VR como pagamento.

QUA 3

Luca encerra o expediente às 18h e, novamente, pega a carona com a mãe e o padrasto. Uma vez por semana, na volta pra casa, os três passam em um mercado no caminho, pra comprar o que estiver faltando na despensa.

O comércio é pequeno, fica perto de casa, mas é o quebra-galho da família depois de um dia cansativo.

Nessa compra, às vezes entram algumas latas de cerveja pra serem consumidas na mesma noite, enquanto assistem o futebol na TV.



Quando não tem cerveja na geladeira do mercado, a opção é comprar quente mesmo e colocar no freezer (e ficar muito atento pra não esquecer a bebida congelando lá até a hora do jogo).

Pouca de diversidade de marca e preço mais caro que nos grandes mercados.

QUI 4

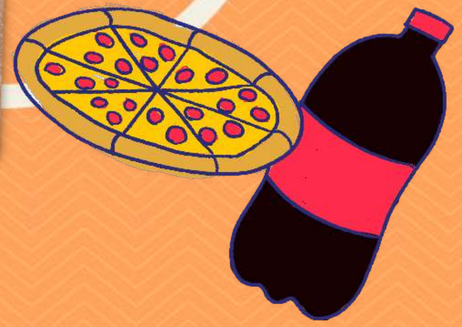


Às terças e quintas, a pizzaria do bairro tem preços especiais e vira o jantar da família.

Apesar do local oferecer serviço de delivery, o Luca prefere ligar para fazer o pedido e retirar a pizza direto no balcão. Os 7 reais economizados viram um refrigerante 2 litros pra acompanhar a refeição.

Ele tem apps de delivery no celular, mas esses serviços ficam pra dias mais especiais, já que o preço da pizzaria perto de casa é imbatível.

Apesar de todos gostarem muito de cerveja, nem sempre tomam a bebida em todas as situações que querem, pra não pesar tanto no orçamento do mês.



SEX 5

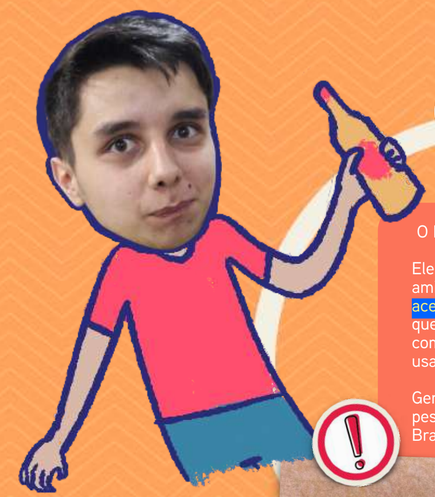
No quinto dia útil do mês, depois que a mãe e o padrasto recebem os salários, a família faz uma compra maior no Big, um hipermercado localizado no centro da cidade. Lá, conseguem preços e mais variedade de marcas e de produtos.

Como a cerveja é um item que a família consome com regularidade, a bebida costuma ser incluída na lista, mesmo que em menor quantidade. Preferem comprar o litrinho de 300 ml para baratear os custos. Quando saem de casa pela manhã, colocam a caixa de papelão onde guardam os cascos vazios no porta-malas.

Dá um pouco de trabalho guardar as garrafas e higienizá-las depois do consumo. A mãe reclama, acha que juntam sujeira, mas Lucas e o padrasto a convenceram com os cálculos sobre a economia.

HIPERMERCADO

LITRINHO 300ml



SÁB 6

O Luca trabalha todo sábado na loja, até às 12h.

Ele costuma aproveitar o resto do dia para encontrar os amigos em um "beer" um depósito, com preços mais acessíveis, mas que disponibiliza mesas para os clientes que quiserem consumir no local. É um conceito muito comum na cidade, quase como um bar improvisado usado para ampliar as vendas.

Geralmente, o grupo é grande — no mínimo umas 7 ou 8 pessoas. Por isso, a cerveja da mesa é o litrão (Skol, Brahma ou Itaipava).

Como originalmente são lugares que vendem a bebida para o cliente consumir em casa, nem sempre a cerveja gelada está no ponto para consumo imediato.

LITRÃO

DISTRIBUIDORA



Assim como o atacarejo, a ida aos hipermercados só compensa os perrengues se a compra for em grande quantidade.

Ter vasilhames em casa dá trabalho: eles juntam sujeira, ocupam espaço e precisam ser higienizados.

PROMOÇÃO

APP DE DELIVERY

De vez em quando, Luca usa apps de delivery pra pedir uma comida diferente no jantar. Esse mimo para a família sai do bolso dele, mas é quase como um prêmio de merecimento depois de uma semana de muito trabalho.

A variedade de pratos é muito grande. Ele sempre olha as promoções primeiro: de vez em quando descola coisas boas por preços baixos.

Alguns combos promocionais incluem bebidas e costumam compensar, mas raramente a cerveja faz parte dessa lista.

Combos de desconto não priorizam bebidas alcoólicas.

As bebidas pelo app encarecem muito o pedido.

SEX 12

QUI 11

MERCADINHO MERCEARIA



QUA 10

TER 9

DOM 7

SEG 8

LITRINHO 300ml

LATA 350ml

SUPERMERCADO



O Luca costuma ser o cabeça na organização dos rolês entre os amigos. O rolê é combinado meio em cima da hora, sem antecipação. Eles se falam por mensagem e marcam de se encontrar em um supermercado pra comprar cerveja, e carnes, quando é um churrasco.

Pega o carro da família emprestado para transportar as sacolas e levar os vasilhames de litrinho que tem em casa — todos levam para contribuir. Nesse esforço coletivo pra confraternizar, os cascos retornáveis saem mais em conta do que as latas. Mas geralmente não são o suficiente, é eles precisam complementar a compra.

Não encontra todas as marcas de cerveja na geladeira do supermercado. É necessário levar uma marca gelada pra tomar enquanto a quente vai pro freezer.



A JORNADA DO LUCA na rua

A JORNADA DO LUCA

O Parque Cidade Nova é o bairro mais agitado da cidade, onde se concentram os bares e boates mais modernos.

Para chegar na região, o Luca divide um Uber com mais 3 amigos. Os custos são divididos sempre que dá, porque eles sabem que é uma noite com mais gastos.

O litrão geralmente não é vendido, eles precisam dividir uma cerveja de 600 ml ou cada um tomar sua long neck. Os preços são mais altos, mas o programa é encarado como um investimento: vale a pena sair para ver e ser visto.

BAR BOTECO



A conta do bar anda cara. As pessoas percebem que fica mais barato comprar cerveja para se divertir em casa.

Sensação de nunca se pagar apenas o que se consome: tem os 10%, o couvert artístico, uber: tudo encarece a saída.

Cervejas premium não são oferecidas em garrafas de 1 litro.



LATA 350ml

DISTRIBUIDORA

Custo mais alto da long neck reduz o consumo total de cerveja.

Bebidas muito caras: mais pra ter na mão do que pra encher a cara. Isso se faz na porta (ambulante) ou no esquenta.

LONG NECK 355ml

BAR BOTECO

APP DE DELIVERY

O Luca gosta de pop-rock e costuma frequentar um bar que tem bandas covers na programação. São lugares que ficam cheios, em clima de balada, com o público em pé (as poucas mesas altas em volta do palco são bem disputadas).

Ele só consegue frequentar o lugar porque descobriu que não precisa pagar o ingresso se entrar antes das 22h. Além disso, chega mais cedo para fazer um esquenta com os amigos, comprando bebidas dos ambulantes que ficam em frente ao local.

Quando entra, a long neck que compra é quase como um adereço para não ficar com as mãos vazias e, ao mesmo tempo, conseguir manter o nível alcoólico. Bebendo menos, ele também consegue provar uma marca mais premium.

SÁB 13 · DOM 14 · SEG 15 · TER 16 · QUA 17 · QUI 18 · SEX 19 · SÁB 20 · DOM 21 · SEG 22 · TER 23 · QUA 24 · QUI 25 · SEX 26 · SÁB 27 · DOM 28 · SEG 29 · TER 30



SUPERMERCADO



LOJA DE CONVENIÊNCIA



LATA 350ml

Os postos de gasolina são point de encontro na cidade: a turma abre o porta mala para sentar, compra cerveja nas conveniências e sempre tem alguém que liga um som mais alto.

As cervejas são mais caras nessas lojas, mas dá pra se virar comprando marcas mais populares.

Esses rolês mais tranquilos estão no radar do Luca, porque ele não precisa se deslocar muito do bairro e fica despreocupado quanto à fiscalização da Lei Seca.

A conveniência tem cervejas mais caras, que só compensam em pouca quantidade e em situações específicas.



GREGÓRIO

22 ANOS, LAVADOR DE CARROS || CLASSE C | INHUMAS

O Gregório mora com os pais e os dois irmãos mais novos em uma casa em Inhumas. Durante o dia, ele trabalha no pequeno lava-rápido da família, próximo à casa deles. Lava carros, aspira os estofamentos, desmonta algumas peças pra fazer uma limpeza mais minuciosa, quando é preciso.

Trabalhar no negócio lhe garante um dinheiro no bolso no final do mês e ajuda o pai a economizar com um funcionário extra, contribuindo para a economia familiar. É também uma forma de ter alguém de confiança, mais jovem e antenado, entendendo a dinâmica do dia a dia.

À noite, ele cursa Ciências Contábeis em uma faculdade particular da cidade. Com o que aprende no curso, ele já ajuda o pai a gerir as contas do lava-rápido e planeja mudanças para deixar o negócio mais lucrativo. O Gregório vai para as aulas com o antigo carro da família, o que quebra um bom galho quando ele decide ficar até mais tarde batendo papo com os amigos.

Nos bares perto da faculdade, a cerveja litrão é o combustível pra socializar. Muitos alunos saem diariamente de outras cidades menores pra estudar e, por isso, sempre que podem combinam encontros aos fins de semana — situações em que se jogam mais no álcool, bebem destilados e também as misturas típicas dos encontros universitários.

A JORNADA DO GREGÓRIO

SEG 1

O Gregório levanta às 7h30 todos os dias. Toma um café em casa e sai pra trabalhar no lava-rápido do pai, a poucas quadras da casa deles. Os dois vão juntos, a pé.

Lá, sua principal função é botar a mão na massa mesmo: lava os carros, faz a limpeza interna mais minuciosa, capricha no limpa-pneus pra deixar tudo brilhando.

Sempre tem carro pra lavar, então é difícil ele ter um tempinho pra ficar mais de bobeira, esperando um cliente chegar. Recentemente, ele também começou a ajudar o pai a organizar melhor as contas do negócio.



TER 2

Ele almoça às 12h. A mãe é dona de casa, não trabalha fora e prepara a comida. A família almoça junta depois que os dois irmãos mais novos chegam da escola, mais ou menos por volta do mesmo horário.

O almoço em casa é uma mão na roda, assim pai e filho não precisam levar marmita pra esquentar no lava-rápido e ainda sobra tempo para um descanso de 1 hora.

Morar perto do próprio negócio facilita a vida e ainda diminui gastos com locomoção. Privilégios de morar em uma cidade menor.



QUA 3

Na parte da tarde, ele segue fazendo a lavagem dos carros. Também paga algumas contas pela internet e está começando a organizar o fluxo de dinheiro do lava-rápido em planilhas.

O pai fecha as portas para os clientes às 18h, mas o Gregório sai antes, por volta de 17h30. Toma banho, come um lanche rápido (um pão com frios e maionese) e vai pra faculdade às 18h40.

Vai com o carro do pai, um antigo Santana barulhento — som que ele considera um charme. O trajeto é rápido, cerca de 10 min, mas raramente ele consegue vaga no estacionamento. O carro acaba ficando na rua.

QUI 4

Na faculdade, ele cursa o segundo ano de Ciências Contábeis. O Gregório é o primeiro da família a estar no ensino superior.

Seus irmãos são mais novos, e seus pais estudaram até o ensino médio. Ele já está aplicando os seus conhecimentos na gestão das contas do lava-rápido, e acredita que pode ajudar o negócio a crescer e a ser mais lucrativo.

A aula acaba às 22h30. Na maioria dos dias, ele vai direto pra casa — isso porque tem que trabalhar no dia seguinte e também não pode ficar gastando com frequência. O lazer, então, costuma ficar para o fim de semana.

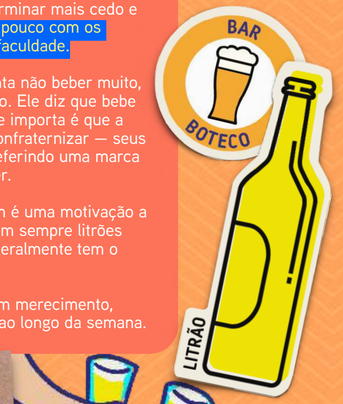
SEX 5

Às sextas, a aula costuma terminar mais cedo e o Gregório, enfim, estica um pouco com os amigos em um bar perto da faculdade.

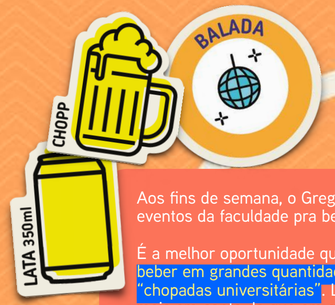
No bar depois da aula ele tenta não beber muito, porque sempre volta dirigindo. Ele diz que bebe qualquer cerveja, e que o que importa é que a bebida esteja presente pra confraternizar — seus amigos, no geral, acabam preferindo uma marca ou outra, e ele topa o que vier.

Estar com os amigos também é uma motivação a mais pra estar no bar. Dividem sempre litrões porque é a embalagem que geralmente tem o melhor custo x benefício.

Ele encara a cerveja como um merecimento, pelas obrigações cumpridas ao longo da semana.



Não existem tanta variedade de marcas em litrão. Se pedem alguma cerveja que só tem em 600 ml, aceitam a opção que tiver disponível na garrafa de 1 litro.



SÁB 6

Aos fins de semana, o Gregório sempre aproveita os eventos da faculdade pra beber mais que o de costume.

É a melhor oportunidade que ele tem, fora de casa, pra beber em grandes quantidades pagando pouco nas "chopadas universitárias". Lá, as bebidas saem muito mais em conta do que em qualquer bar — às vezes o ingresso é um valor único e o bar é open.

A variedade de opções (como destilados e drinks baratos) se mistura com a cerveja e o chopp. O Gregório aproveita pra tomar de tudo, porque é o momento que tem pra se jogar no álcool e curtir com os amigos.

Os destilados e as misturas dão um "grau", e a cerveja e o chopp são pra ir "mantendo a cabeça abastecida" até o final do rolê.



O Gregório também gosta de receber os amigos em casa pra comerem alguns petiscos e beber cerveja. Eles compram as bebidas em um depósito na saída da aula. Vale lata, garrafa, log neck, a escolha varia.

Em Inhumas, os latões também andam compensando pelo preço x quantidade. Quando opta por essa embalagem, divide uma lata nos copos dos amigos, pra não esquentar muito rápido.

Além da cerveja, também rola jogos de baralho. Os pais não se incomodam com o barulho, ficam até mais tranquilos pelo filho estar em casa.

A cerveja no depósito é mais barata do que a do mercado se for quente. A gelada sai mais cara (mas o depósito é o único lugar acessível que está aberto depois que ele sai da faculdade).

SEX 12

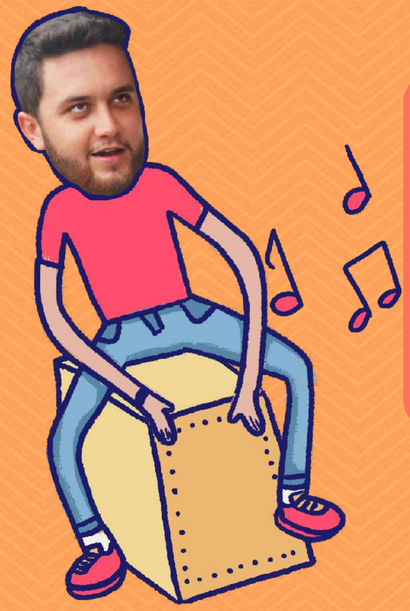
QUI 11

QUA 10

DOM 7

SEG 8

TER 9



O Gregório costuma participar das missas de domingo e dos encontros de jovens da sua comunidade. Em algumas missas e eventos, ele toca cajón (um instrumento de percussão) na banda da igreja.

Apesar de ter vários amigos por lá, eles não saem muito juntos fora dos eventos da igreja. O Gregório gosta de consumir bebidas alcoólicas no seu lazer, e os amigos religiosos não têm esse hábito.

Por isso, apesar de frequentar a igreja, sua galera pra diversão é mesmo a turma da faculdade.

A bebida alcoólica pode ser mal vista pela comunidade.







Depois da aula, o Gregório aproveita pra comer um cachorro-quente no trailer que fica na rua da faculdade.

Além de matar a fome com o lanche, o momento é quase uma desculpa pra estender a noite e trocar uma ideia com os amigos, gastando bem pouco, enquanto tomam uma cerveja pra acompanhar o sanduíche.

A lata de cerveja é pouca coisa mais cara do que o refrigerante. E ele se sente que o álcool faz essa pequena pausa no meio da semana valer como algo mais especial.

A JORNADA DO GREGÓRIO na rua



BAR
BOTECO
CHOPP

SÁB 13 · DOM 14 · SEG 15

O Gregório recebe o salário pelo trabalho em duas parcelas iguais por mês (uma no dia 15 e outra no dia 30).

Apesar de não ter um registro em carteira, e do negócio ser familiar, ele e o pai acertam esse pagamento formalmente.

O depósito é feito direto na conta que ele tem. Apesar de ainda não ter cartão de crédito, ele prefere assim, porque pode usar a função débito ou retirar o dinheiro aos poucos, conforme a necessidade. Paga a faculdade e a internet de casa, ajuda a abastecer o carro e usa o resto do dinheiro com os gastos pessoais.

faculdade
internet
combustível

TER 16 · QUA 17 · QUI 18 · SEX 19 · SÁB 20 · DOM 21 · SEG 22 · TER 23 · QUA 24 · QUI 25 · SEX 26 · SÁB 27 · DOM 28 · SEG 29 · TER 30

LATA 350ml
LOJA DE CONVENIÊNCIA

A conveniência tem cervejas mais caras, que só compensam em pouca quantidade e em situações específicas.

Um dos pontos de encontro pra beber na sua cidade são os postos de gasolina. O Gregório costuma encontrar os amigos nesses lugares, onde é comum ver pequenas aglomerações em dias de fim de semana.

O lugar acaba virando um rolê informal. Sempre tem alguém que bota um sertanejo mais alto pra tocar no som do carro, enquanto bebem cerveja da loja de conveniência.

O posto acaba atraindo principalmente gente mais jovem, como ele. Vira uma desculpa também pra exibir um pouco o carro e a potência do som — mas o que mais atrai mesmo é o agito espontâneo que vira o lugar.

LITRÃO
BAR
BOTECO

LATA 350ml
AMBULANTE

SUPERMERCADO
LATA 350ml

De vez em quando, os alunos do curso do Gregório se juntam pra fazer um churrasco em uma chácara ou na casa de um colega que tenha mais espaço e piscina no quintal.

É o momento em que ele pode ficar mais junto com a turma da faculdade, já que boa parte dos alunos vem de cidades vizinhas pra estudar todos os dias e, por isso, não consegue estender a conversa depois das aulas..

Pro churrasco acontecer, eles combinam de comprar as carnes e as cervejas juntos, em um supermercado. Os fardos de lata são a melhor opção porque esfriam mais rápido no isopor com gelo e são fáceis de descartar depois.

SUPERMERCADO

Quem faz supermercado na casa do Gregório são os pais dele. Por isso, ele acaba ficando mais alheio às compras da família.

Quando quer algum produto específico, ele normalmente pega em algum mercado perto de casa. Mas é uma situação rara.

O que acontece com mais frequência, é ir ao supermercado comprar bebidas, carnes para churrasco, ou outros itens necessários para a diversão do final de semana.



A JORNADA DO GREGÓRIO na rua

A JORNADA

DESPERTAR

O dia já começa atribulado. A primeira hora da manhã nunca é tranquila, e o café em casa precisa ser algo breve. Para quem precisa sair rápido pra rua, e vai passar o dia fora, é necessário programar bem os horários e dividir as tarefas entre os membros família.

A divisão das obrigações dificilmente foge do combinado. Preparam a lancheira dos filhos (quem é mãe ou pai), separam o que vão precisar pro curso que fazem à noite (quem estuda). Também checam quem da família vai fazer mercado na volta do trabalho e quem vai poder preparar o jantar quando chegar.

Pra esse esquema funcionar, é necessário que esses preparativos já tenham começado na noite anterior (deixando a roupa, a mochila e a marmita pro almoço todos prontos).



DESLOCAMENTO

O trajeto até o trabalho é de ônibus. Gastam mais ou menos 1 hora no transporte, e aproveitam o deslocamento pra usar as redes sociais no celular. Curtem posts dos amigos e aproveitam pra ver uma notícia ou outra pelas redes sociais (dos assuntos que interessam).

Costumam levar um pacote de bolachas pra comer no ônibus e complementar o café que tomaram em casa — insuficiente pela falta de tempo. Às vezes, rola também pedir, pra viagem, uma média com pão de queijo numa padaria ou quiosque do terminal de ônibus.

Apesar do café comprado na rua otimizar o tempo, não dá pra fazer isso sempre. Essa gasto, se for diário, faz diferença no orçamento do mês.



TRABALHO FIXO

O emprego de carteira assinada é uma conquista valorizada, que se batalha muito pra não perder. Tomam cuidado pra cumprir os horários e se esforçam muito.

Isso porque eles sabem que, apesar dos rendimentos parecerem menores do que já foram, está cada vez mais difícil ter a garantia do dinheiro fixo do fim do mês.

Já viveram uma situação de quando a Economia ia melhor, e o salário era menos apertado. Hoje, é mais difícil manter o mesmo patamar de compras. Mas, mesmo assim, não ter um trabalho fixo registrado seria uma grande perda.

Esse grupo de pessoas tem empregos com atividades bem rotineiras. As mesmas tarefas, as mesmas obrigações e os mesmo métodos todos os dias. Um trabalho que sentem ser muito repetitivo.



MARMITA

No horário do almoço, a refeição em si precisa ser rápida. Esse é um tempo livre do dia em que essas pessoas conseguem resolver compromissos pessoais: saem pra pagar uma conta em uma agência bancária próxima, vão a algum comércio comprar algo que precisam, ou aproveitam até pra ir pra alguma consulta médica de rotina.

Por isso, não é o momento de socializar com os colegas. Almoçam rapidamente a marmita que trouxeram cedo de casa (e que guardam na geladeira do trabalho pra esquentar depois).

O almoço feito em casa é um esforço a mais pra economizarem. Na rotina diária, cortam onde dá pra cortar, pra que sobre uma graninha depois pra curtir momentos mais especiais:

Os poucos que recebem vale-refeição do trabalho tentam nem gastar o benefício no almoço diário — usam aos fins de semana, em outros momentos menos triviais. Ou, então, procuram os poucos mercados que aceitam VR pra compra de produtos da prateleira. Algumas pessoas, ainda, vendem os créditos no "mercado paralelo" pra usar o dinheiro no orçamento da casa.

VOLTA PRA CASA

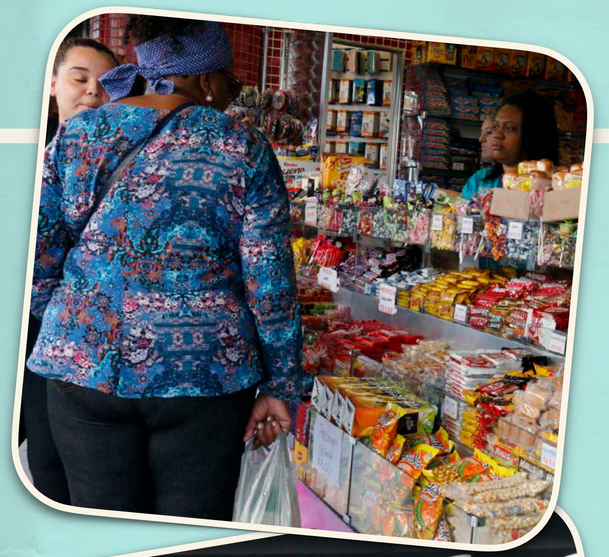
Quando saem do trabalho, já não estão com tanto pique. O dia desgastante pede um snack ou um lanche rápido na bomboniere, perto do ponto de ônibus, pra segurar a fome até chegar em casa. Uma vez ou outra, essa compra inclui um refrigerante (cerveja é mais difícil de entrar, por ser mais cara).

No transporte público, o trajeto da volta parece mais longo do que o da ida — o empurra-empurra incomoda mais que no começo do dia. Pra tentar fazer o trajeto passar mais rápido, esse target se ocupa como dá: ouve músicas baixadas no wi-fi de casa (pra não gastar os dados móveis do celular), bate papo com os amigos no WhatsApp, checa de novo as redes sociais e brinca com algum joguinho offline.

Algumas dessas pessoas também conseguem transformar o momento em uma situação produtiva. Aprendem um idioma, por exemplo, através de apps gratuitos como o Duolingo: é uma forma de se virarem com o tempo (e os recursos) que têm pra ampliar os conhecimentos pessoais.

PAIN POINT

Bombonieres (com geladeira de bebidas de várias marcas) ampliam o leque de novidades para o consumidor. Algumas têm produtos importados e diferenciados, a preços mais populares. Entre os refrigerantes, encontram sabores que não existem no Brasil (como algumas Fantas e Cocas, por exemplo). Mas o sortimento de cerveja já não é tão inusitado.





PEQUENOS TRABALHOS EXTRAS

Às vezes, essas pessoas fazem um segundo turno de trabalho em casa (ou perto de casa) pra incrementar a renda.

Elas normalmente empreendem alguma ideia caseira: fazem artesanato ou bolos por encomenda, revendem cosméticos ou ganham comissão por incentivar vendas de alguma empresa.

Também aproveitam alguma habilidade que já tenham pra ganhar esse dinheiro extra. Um mecânico faz consertos como autônomo pros vizinhos, uma professora dá aulas de reforço para o filho de alguém com dificuldades na escola.

Não é algo que fazem diariamente — esse trabalho pode ser oferecido quando dá tempo, sem que seja preciso ter um comprometimento imprescindível com a atividade adicional.

Essa grana extra serve pra eles bancarem pequenos luxos, de vez em quando, que vão além do lazer mais trivial.



CURSOS DE APRIMORAMENTO PROFISSIONAL

Não são todos, mas muitas pessoas desse perfil estão tentando se reinventar na vida profissional. Pra isso, fazem cursos de aprimoramento e, os mais jovens, tentam a faculdade — o curso superior não é um destino comum no meio deles, mesmo pra quem acabou de sair do ensino médio.

Nessa rotina de estudos, eles acabam convivendo com pessoas diversas e com diferentes perspectivas. E sempre se forma uma turma que se encontra em algum boteco, ou no carrinho de um ambulante, pra tomar uma cerveja depois das aulas.

PAIN POINT

Como dependem do transporte público, os pequenos momentos de lazer durante a semana são bem restritos e têm limite de horário. É preciso dizer não a vários convites pra dar uma esticadinha no bar depois das aulas.

JANTAR FORA DE HORA

A família raramente consegue se reunir em volta da mesa pra jantar durante a semana. Cada um chega em um horário diferente — seja por conta dos estudos ou dos trabalhos extras.

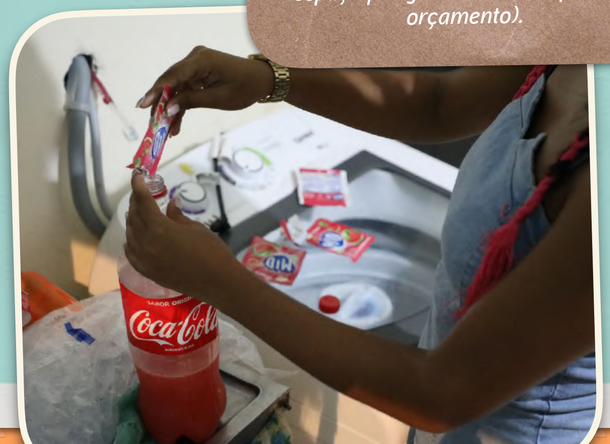
Normalmente, quem volta primeiro em casa prepara o jantar pra todo mundo — inclusive pra aqueles que só vão chegar bem depois, no fim da noite mesmo. É preciso combinar quem vai jantar em casa, pra não cozinharem a menos e deixar uma pessoa na mão.

Com o jantar, vem também o preparo das marmitas para o almoço do dia seguinte, no trabalho. A comida da noite é quase sempre repetida no almoço — às vezes, alternam uma salada ou um legume.

No jantar em casa, o suco em pó é a garantia de ter bebida com fartura pra acompanhar a comida. Refrigerantes e cervejas pesam muito no orçamento pra serem consumidos com frequência (além de ocupar muito espaço nos armários pra serem estocados).

PAIN POINT

A despensa é pequena pra guardar cerveja em grande quantidade. A geladeira também é pequena pra suportar um consumo mais intenso de bebidas prontas. Suco em pó é que garante a fartura porque não ocupa espaço pra guardar (e não pesa no orçamento).



TV – WIFI

Durante a semana, a TV é um lazer diário para as pessoas desse perfil. Assistem um pouco do telejornal, veem novela — e, enquanto isso, o celular também não sai da mão.

Aproveitam que estão com o sinal de wi-fi de casa e, então, podem ver os vídeos nas timelines das redes sociais à vontade — sem se preocuparem com o pacote de dados bem limitado que eles têm pro mês.

Nesse lazer caseiro à noite, as quartas-feiras costumam ser um dia mais especial por conta do futebol.

Na sala, aquela cervejinha que está guardada na geladeira serve pra alegrar esses momentos de consumo bem moderado. Às vezes, a cerveja (uma ou duas latas) foi comprada no próprio dia, no caminho de volta pra casa, especialmente pra ocasião.

PAIN POINT

A cerveja, comprada pra consumo no próprio dia, acaba sendo da marca que estiver disponível (e pelo preço que estiver sendo cobrado) no mercado mais próximo. Não vale a pena se desviar do caminho por conta de uma diferença tão pequena.



HORA DE DORMIR

Por conta da rotina puxada, o fim da noite é o único momento livre pra relaxar na sala, ter um pouco de lazer caseiro ou se dedicar pra algum cuidado pessoal.

Essas pessoas acabam indo dormir tarde. Apesar do cansaço, esticar um tempo acordados, dedicando um tempo pra si mesmos, é uma forma de relaxar mais do que se fossem direto pra cama:

ver um filme ou cuidar do cabelo faz com que sintam que não vivem somente para o trabalho (e para o descanso, que é necessário). Sentem que conseguem também encaixar um pequeno momento pessoal, prazeroso e descompromissado, na rotina diária.

PAIN POINT

A cerveja ajuda a relaxar, mas eles sentem que é bom evitar o consumo tarde da noite, pra não "crescer mais a barriga".

CONTAS DIVIDIDAS

Para conseguirem pagar as contas básicas da casa e manter algum serviço extra (mas considerado essencial, como o wi-fi), os boletos são divididos entre os membros da família.

Alguém fica encarregado de pagar a conta da água e da luz, outra pessoa paga a internet, e por aí vai. Todos que têm renda contribuem pra manter em dia os boletos da casa.

O pagamento do aluguel também é dividido — essa conta, mais pesada, normalmente fica com os adultos (os mais jovens só contribuem com os gastos menores).

De vez em quando, é preciso comprar algum item mais caro — como um móvel novo ou um eletrodoméstico. Esses produtos são pagos a prestação, com carnês que se estendem e exigem muito foco pra conseguirem honrar a dívida.



ATACAREJO/ HIPERMERCADO DO MÊS

Aos sábados, uma vez por mês (normalmente no início do mês, quando os salários costumam cair na conta), a família tira o carro da garagem pra ir até o hipermercado de preferência (ou atacarejo, se houver).

Nessas situações, fazem uma compra grande, pra estocar produtos essenciais — e também alguns mimos que estejam em promoção e que caibam no orçamento.

Os produtos são contados pra durar o mês inteiro. E essa compra, mais grossa, tem a contribuição de todos que trabalham na família (nem que seja com o vale alimentação daqueles que recebem o benefício do emprego).

A compra é feita em uma quantidade que caiba no carro. O volume acaba sendo grande — leite, por exemplo, já toma um bom espaço do porta-malas (que geralmente é pequeno).

Fardinhos de cerveja (em lata) costumam entrar nessa compra. Apesar de não ser um item de cesta básica, é frequente o consumo da bebida em casa no mês — e eles não podem perder os preços baixos que só as grandes redes conseguem oferecer.

PAIN POINT

As promoções de cerveja podem ser muito tentadoras, mas o volume impõem limites: a lista das compras do mês é grande, e tudo que é essencial tem que caber no porta-malas. E também na despensa.

COMPRAS DA SEMANA

Ao longo do mês, os armários e a geladeira são reabastecidos toda semana no supermercado do bairro.

Essas compras servem pra recarregar a despensa com um ou outro item que for acabando antes do fim do mês. Mas o objetivo principal é comprar os produtos mais frescos, que precisam mesmo ser repostos com frequência.

Muitas vezes, essa compra é carregada a pé mesmo. A ida ao supermercado é programada pra ser feita na volta pra casa de algum compromisso na rua.

A cerveja, em lata, é comprada em pouca quantidade (algumas unidades), só pra não faltar na geladeira. Se tem alguma coisa que justifique a compra maior, aí sim alguém se programa pra ir de carro pro supermercado — e aproveita, claro, pra trazer também os outros itens necessários pra semana.

PAIN POINT

A oferta de marcas de cerveja em supermercados locais é menor do que nas grandes lojas, e o preço já não é tão competitivo. Esse canal acaba incentivando as marcas mais populares (essas, sim, têm bom preço nesse tipo de supermercado).

GULOSEIMAS NA MERCEARIA

Às vezes, ao voltar do trabalho no fim da tarde, esse target faz alguma compra mais espontânea (em um mercadinho ou mercearia) pra levar alguma guloseima ou petisco pra casa.

A mercearia, na ponta da rua, faz a vez de padaria. Vende pão fresco e outros produtos mais diários — como frios, iogurtes e bebidas geladas. São alimentos escolhidos de última hora, por conveniência. A compra é pra satisfazer, de um jeito bem prático, um desejo ou necessidade) mais imediatos desse target.

A cerveja gelada (em lata ou latão) pode entrar nessa compra, pra ser consumida assim que se chegar em casa.

Como ficam armazenadas na mesma geladeira de outros produtos frios (como o iogurte, por exemplo), a cerveja nunca está na temperatura ideal de consumo.

PAIN POINT

As mercearias e mercadinhos cobram preços diferentes na cerveja em temperatura ambiente e na cerveja refrigerada. A variedade é muito restrita, tanto em marcas quanto em embalagem (o foco é apenas a lata e o latão).



O BAR QUE É DISTRIBUIDORA, OU DISTRIBUIDORA QUE É BAR

É hábito das pessoas desse perfil abrir a casa para a família, amigos e agregados. Essa turma costuma aparecer nos fins de semana pra pequenas confraternizações — e a cerveja que já está na geladeira, ou que um ou outro traz, não é suficiente.

O bar, que funciona como distribuidora, é lugar da cerveja mais gelada.

Esses bares, de bairros, seguem sendo pontos de encontro (com mesas no pequeno salão e na calçada), mas precisaram se reinventar: usam o estoque pra atender também a clientela que busca cerveja pra tomar em casa. E alguns até implementaram serviço de entrega.

Muitas vezes, o bar-distribuidora é o lugar mais próximo de casa, com a cerveja mais gelada, no ponto de consumo imediato.



PAIN POINT

A entrega em casa pode demorar muito (quase sempre é mais vantagem ir comprar pessoalmente).

PAIN POINT

Os preços são mais altos do que os que se encontram nos hipermercados ou atacarejos (ou nas promoções dos supermercados).

BARZINHO DE LEVE

Esse target é alguém que, vez ou outra, gosta de aproveitar o fim de noite com os amigos mais chegados em um bar. Dividem um litrão e, também, podem pedir pra mesa uma porção mais em conta do cardápio.

A ideia é juntar todo mundo na mesma vibe, curtindo o momento e tomando a mesma cerveja enquanto dividem um petisco - em um ambiente que seja fora de casa, externo ao ambiente e aos problemas familiares.

Depois de enfileirar alguns poucos litrões, a conta é dividida igualmente. É um momento de pegar leve, principalmente se o encontro for em um dia de semana. O litrão garante que vai ter bebida o suficiente pelo menor preço possível.

PAIN POINT

No esquema do compartilhamento, o consumo coletivo barateia a conta do bar. Mas restringe as escolhas, já que nem todas as marcas de cerveja têm embalagem de 1 litro.



BAR COM A TURMA TODA

Quando a ida ao bar junta mais gente, e a roda de amigos é ampliada, é importante que a comanda seja individual:

é uma forma de se ter controle sobre o consumo e de se comprometer apenas com o gasto pessoal.

Essa comanda abre caminho para as long necks - e portanto para as marcas de mais "especiais", que por conta do preço, não estão presentes dentro de casa.

Aqui pudemos perceber uma curiosidade sobre as marcas mainstream que chegaram fazendo barulho: Petra, Império, Eisenbahn - e também pela Brahma Extra (em seus vários sabores). Pudemos sentir também a valorização desse target ao conceito "puro malte", que virou sinônimo de qualidade superior.

PAIN POINT

A comanda individual desperta o consumo de marcas mainstream mais caras - que difundiram para eles o conceito "puro malte".



CHURRASCO

O churrasco, pra esse target, é o ponto mais alto de confraternização pra se fazer em casa. Ele é organizado coletivamente, e cada um leva um item pra fazer o encontro acontecer.

Um leva o pão de alho, outro leva linguiça, o anfitrião compra alguns cortes de carne. E sempre dividem, também, a compra dos fardos de cerveja (principalmente latão, que dá pra dividir) — a quantidade tem que garantir que o churrasco vá até tarde da noite sem que a bebida acabe.

Pra esses encontros, vale ir de carro ao hipermercado (ou ao atacado) pra comprar cerveja em grande quantidade pelo menor preço. Não tem problema se a cerveja da promoção não estiver disponível na geladeira — a compra pro churrasco é feita no dia anterior (ou pelo menos com algumas horas de antecipação). E sempre tem um isopor já preparado com gelo.

PAIN POINT

Nem sempre a marca de preferência está em oferta. Dentro das marcas que estão no radar do target, a escolha é em função da promoção do dia no hipermercado.

ESQUEMA PATRÃO

O dinheiro é curto, mas tem aquele dia do mês de se arrumar para curtir um programa mais caprichado - que sempre tem a ver com comida.

Hamburguerias gourmet se popularizaram há pouco e são um hit desse target. Pizza é uma pedida que acaba saindo mais em conta, porque dá pra dividir. As casas de carne assada, entretanto têm a preferência - sobretudo no interior.

São lugares que, muitas vezes, nem vendem as cervejas mainstream em garrafas de 600ml. A escolha da bebida fica entre uma long neck premium ou algum drink (caipirinha, por exemplo). O valor mais alto dos itens exige um consumo mais moderado.

PAIN POINT

O consumo de drinks rivaliza com o consumo de cerveja em situações de restaurante (ou é um ou é outro).



FUGIDINHA DE FIM DE SEMANA

O dia a da é regrado, e por vezes, parece muito repetitivo. Os momentos de lazer ficam muito restritos ao universo do bairro.

Por isso, muito esporadicamente esse perfil faz acontecer alguma aventura para quebrar a rotina:

Pode ser um passeio de fim de semana no sítio de um familiar do interior; um bate e volta em algum ponto turístico próximo, ou até mesmo um dia em um "pesque e pague" nos arredores da cidade.

A cerveja tá sempre presente nessas situações - nem que sejam as latinhas do cooler no caminho da viagem, o litrão na mesa do bar na chegada, ou os latões no freezer do parente anfitrião.







CELEBRAÇÕES EM CASA

CONFRATERNIZAR COM OS AMIGOS DE FORMA COLABORATIVA = FARTURA


IMPÉRIO

FESTA LIBERADA DENTRO DE CASA:
A FORMA DE VIGIAR OS FILHOS DE PERTO

a mãe participa da “cotinha” e ajuda na preparação das bebidas dos filhos.




Pioneer
JFA
JFA

RELAÇÃO COM O ÁLCOOL



REFRESCA O CORPO E REVIGORA O ÂNIMO (CERVEJA)



MERECIMENTO DEPOIS DE UM DIA CANSATIVO (CERVEJA)



ESTÍMULO PARA SITUAÇÕES QUE EXIGEM ATITUDE (DESTILADOS EM GERAL)



ESCAPISMO DA ROTINA (CERVEJA)



ESTIMULA A INTERAÇÃO E AJUDA A AMPLIAR A RODA – E AS PERSPECTIVAS (CERVEJA)



FUNCIONA COMO UM CARIMBO DE ACEITAÇÃO SOCIAL (ÁLCOOL NO GERAL)



DESPERTA O INTERESSE EM EXPLORAR NOVOS SABORES E COMBINAÇÕES (CERVEJA E DESTILADOS)



POTENCIALIZA OS MOMENTOS E AS RELAÇÕES (CERVEJA)







BAR
BOTECO

MARCAS MAINSTREAM DE CERVEJA

– *GARANTEM FARTURA, PRINCIPALMENTE EM SITUAÇÕES GREGÁRIAS*



DISTRIBUIDORA

VALORIZAÇÃO DO CONCEITO PURO MALTE

– *MOVIMENTO CAPITANEADO POR MARCAS RECENTES*



HIPERMERCADO

INTERESSE PELOS DIFERENTES TIPOS DE CERVEJA

– *CURIOSIDADE PELA PRATELEIRA DE CERVEJAS DIFERENCIADAS, QUE CRESCEU NO HIPERMERCADO*

O CRESCIMENTO DO PURO MALTE

a valorização recente desse conceito, que está cada vez mais presente na geladeira.



DUAS FESTAS ACONTECENDO JUNTAS, DE DOIS UNIVERSOS DIFERENTES:



AS MISTURAS E BEBIDAS DOCES DOS FILHOS ADOLESCENTES

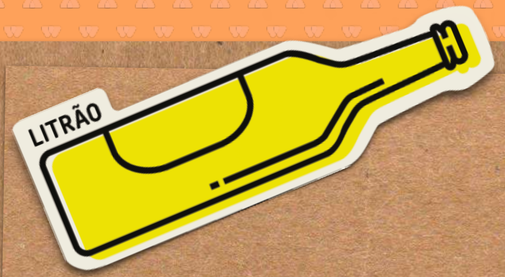


E A CERVEJA DOS ADULTOS


VODKA
Slova
Coca-Cola
MID

A RELEVÂNCIA DOS FORMATOS PARA OS AGREGADORES









	LATA 350	GARRAFA LITRÃO	LONG NECK	CHOPP
embalagem:	é o principal formato das celebrações em casa, para um target que gosta muito de receber visitas, e ter a família sempre reunida	litrão é a forma mais econômica de se beber fora de casa e aproveitar a mesa de um bar com os amigos. O cálculo é simples: com poucos centavos a mais, vem quase o dobro de cerveja e o rateio da conta pesa um pouco menos	mais especial, tem um ar de sofisticação. Estimula a experimentação, além de tornar moderado o consumo em situações que o target não pode fugir do controle	tirando a choppeira da Heineken (que é um item inacessível a esse target - embora desejado), o chopp nunca veio parar dentro de casa
drive de consumo:	é a embalagem mais fácil de se transportar no porta-malas do carro (junto com as compras), e de se guardar no freezer ou na geladeira. A medida é referência e isso ajuda a fazer o cálculo da quantidade que cada um vai consumir, e portanto o valor que cada um vai contribuir para a vaquinha	o primeiro sentimento é de vantagem na quantidade, que acaba virando oportunidade de abrir a roda e juntar mais gente (onde bebe 1 bebem 2, e se for litrão bebem 3 para a mesa ficar mais divertida). O segundo ponto é que, além da sintonia de colocar todo mundo dividindo o mesmo produto, a cerveja de garrafa grande sempre tem um gosto único que combina mais com o ambiente do bar	tem um formato individual que casa bem com grupos grandes de amigos: cada um pode pedir a sua marca de preferência, provar sabores novos, e ter certeza que a conta será separada por comandas individuais - garantindo o controle quando a reunião junta gente demais	chopp tem gosto de evento especial, e tem cara de fim de semana para um target que só acessa essa bebida em situações extraordinárias: em festas, em bares mais selecionados, em quiosque de shopping.
canal principal:	hipermercado (promoções que só conseguem ser negociadas pelas grandes redes)	bares (situações de consumo elevado de cerveja)	bares (situações de consumo moderado de cerveja)	festas, quiosque de shopping (fim de semana)









na rua

A RELEVÂNCIA DOS CANAIS PARA OS AGREGADORES

canal	importância	frequência	produto	ponto forte	ponto fraco
ATACAREJO / HIPERMERCADO — *hipermercados, lojas grandes de grandes redes*	possibilidade de promoções que não se consegue nos supermercados de bairro - embora o volume precise ser grande para o deslocamento fazer sentido	frequência mensal e baixo volume de compra de cerveja (normalmente). Ao mesmo tempo, é o canal de compra em grande volume (situações extraordinárias)	pack com várias latas (algumas lojas apresentam o preço por litro para facilitar a comparação)	variedade enorme de marcas. Promoções que só grandes redes têm o poder de negociar junto ao fornecedor. Cartão com vantagens	não sobra muito espaço no porta-malas para a cerveja, porque os produtos essenciais são volumosos (caixa de leite, por exemplo)
BAR / BOTECO — *bares simples ou medianos/ botecos de bairro*	ambiente de encontros e confraternização para um perfil muito gregário, e que gosta de estimular reuniões de amigos	média frequência: o consumo já foi mais elevado, agora é mais moderado - migração para situações de bebida em casa	situações com a conta dividida: litrão e garrafa 600; situações com a comanda individual: long neck	experiência de bar, um certo ritual, conversas e situações que só acontecem na mesa de um boteco - espaço em que todo mundo se sente à vontade	além da cerveja ser mais cara que em qualquer outro canal, outras coisas vêm pra conta: o cigarro, o doce, o petisco
DISTRIBUIDORA — *pequenas distribuidoras, com foco em venda de bebidas pra levar pra casa (em temperatura ambiente ou gelada)*	estão por todas as partes nas regiões populares, são o canal mais cômodo para se comprar cerveja em um volume mais considerável	média frequência, compra de cerveja em médio volume (pequenas celebrações, ou estoque da semana)	latas são a embalagem mais fácil para se transportar a pé, em função do peso. Para esse target, o latão barateia o consumo em grupo	variedade, proximidade com a casa do target - e disk entrega em casa. Preço mais baixo para bebidas em temperatura ambiente	para os produtos refrigerados, o preço se aproxima aos praticados nos supermercados e o canal perde um pouco a sua relevância
SUPERMERCADO — *supermercados de bairro, lojas de redes locais*	local de compras semanais para reposição do estoque mensal (comprado no hipermercado)	frequência semanal de compras para a casa, mas baixo volume de compra de cerveja	pack com várias latas (para facilitar o transporte na sacola	proximidade para compras à pé, entrega à domicilio na região (a partir de um valor mínimo em compras).	a cerveja encarece a lista de compras e pesa a sacola na volta pra casa.
BOMBONIERE — *lojas de doces e snacks em regiões de comércio popular*	comodidade de estarem perto do trabalho para os momentos de pausa; ou no caminho do transporte público na volta pra casa	alta frequência de compra, em quantidade unitária e consumo on the go	cerveja em lata, com prevalência do formato 269 ml: foco no menor desembolso possível	comodidade, a cerveja se insere no trajeto diário. Muitas vezes faz parte de uma compra bebida + snack	essas lojas são valorizadas pelos produtos importados a preços populares - mas a cerveja não tem muita variedade além das mainstream

O CRESCIMENTO DAS DISTRIBUIDORAS

a cerveja é mais gelada, o comércio fica perto de casa e continua aberto depois que os supermercados fecham.





A COMANDA POSSIBILITA

ESCOLHAS INDIVIDUAIS EM MOMENTOS COLETIVOS

com as contas separadas, a mesa do bar passa a ter mais diversidade de marcas e embalagens.

AS OCASIÕES PARA O PERFIL "AGREGADORES"

OCASIÃO

PARADINHA NA BOMBONIERE

A volta pra casa é um perrengue que, de vez em quando, ganha mais sabor em um happy hour improvisado:

bombonieres (ou mini mercados) se popularizaram como parte da rotina desse público, ao fim do trabalho. São lojinhas de guloseimas como doces, salgadinhos, que há bem pouco tempo começaram a oferecer bebidas (incluindo uma boa variedade de cerveja em embalagens individuais).

É uma compra individual, mas que muitas vezes é feita com um grupo de amigos (cada um paga o seu), para o consumo imediato, on the go.

FIM DE TARDE EM CASA

Esse é um target que tem um dia a dia muito repetitivo - porque o trabalho não costuma ser muito dinâmico. Uma forma de trazer um movimento diferente é tentar quebrar a rotina incrementando pequenos momentos em casa.

A cerveja ajuda a transformar o jogo de futebol, ou o filme da TV em um programa mais animado, mesmo que seja no sofá de casa. Por isso é importante ter umas latinhas na despensa, e elas são parte da lista de compras do mês (no hipermercado). Se não tiver, o distribuidor pode ser o canal mais fácil e próximo pra comprar a cerveja no ponto de consumo.

ENCONTROS ESPONTÂNEOS

São pessoas que gostam de juntar gente, e por isso os amigos são como parte de uma família estendida: a casa é sempre aberta, e de vez em quando a reunião acontece sem muita combinação, espontaneamente. Pra jogar baralho, pra assistir a um jogo, ou até pra fazer churrasco, que geralmente acaba acontecendo de forma improvisada.

Cada um contribui com um pouco de cerveja e algum prato (ou corte de carne).

Se o evento toma corpo e junta mais gente, o melhor negócio é fazer uma vaquinha e ir buscar cerveja em uma grande rede, que é o canal onde ele encontra boa oferta para comprar em quantidade maior.

O BAR COM A TURMA DO PEITO

É um perfil que gosta muito de frequentar bares simples, com o foco em beber cerveja (e geralmente em grande quantidade). O programa é sair para encontrar os amigos em algum lugar acessível a todos, sentar em uma mesa e passar o tempo batendo papo, entre uma garrafa e outra.

A informalidade e o descompromisso dão tom desses encontros, que acontecem mais nos dias de folga e nos fins de semana - justamente porque a graça está em não ter hora pra acabar, e na fartura de cerveja.

Aqui a preferência é pela garrafa litrão, porque, dado o consumo elevado, é uma embalagem que barateia esse rolê dos amigos.

O ROLÊ DA COMANDA INDIVIDUAL

De vez em quando a ocasião pede um bar/balada que seja um pouquinho mais especial - aquele dia de sair arrumado, colocar uma roupa bonita e expandir a roda de amigos para conhecer outras pessoas. Nesses casos, a comanda passa a ser individual, para que esse perfil possa ter o controle dos gastos.

É quando entram as embalagens de consumo individual, e quando também esse target troca sua cerveja mainstream por uma "puro malte" mais bacaninha, preferencialmente em "Long Neck".

Além da cerveja, caipirinhas com destilados fazem parte desse momento

AVENTURA (MUITO DE VEZ EM QUANDO)

Aqui entram aquelas estripulias que demandam economia de dinheiro e planejamento: o bate volta na praia, o passeio à casa de parentes no interior, a visita ao pesque-pague, o esqueminha no shopping para trocar o bar por algum restaurante da praça de alimentação:

Em todas essas situações rolam bebida alcóolica (nem que seja no isoporzinho). No caso do shopping, o protagonista é a torre de chopp no centro da mesa - que chama a atenção, traz status e coloca todo mundo pra dividir a conta com se fosse uma cerveja litrão.

EMBALAGEM PRINCIPAL













CANAL













OVERVIEW AGREGADORES



SITUAÇÃO ECONÔMICA

Perfil com médio-baixo poder de consumo: renda básica formal insuficiente - necessidade de complementar com trabalhos informais para manter a condição de vida que conquistaram ao logo dos anos.

Não são desbancarizados porque recebem o salário fixo através da conta corrente, mas também lindam com dinheiro vivo proveniente dos trabalhos extras



DESLOCAMENTO

Acesso eventual aos grandes centros de comércio:

grandes deslocamentos em transporte público (moram longe do trabalho), embora geralmente tenham um carro em casa, veículo que é usado em situações mais pontuais - mas não no dia a dia, porque representa um custo a mais



COMPRAS PARA A CASA

Compra principal no hipermercado: estoque para o consumo mensal total.

Motivo: o volume de compras precisa ser relevante para compensar o deslocamento de carro até as grandes redes.

+

Compra ocasional nos supermercados de bairro, de acordo com a necessidade de reposição e com as promoções do momento.

Motivo: acompanham os encartes dos estabelecimentos da região e aproveitam as ofertas



CONSUMO DE CERVEJA

Consumo de cerveja em situações gregárias que são menos restritas ao universo da casa.

Interesse por novidades nas prateleiras, e uma valorização recente do conceito "puro malte"(capitaneado por cervejas concorrentes como Proibida, Petra e Império).

Canais principais no dia a dia: o bar e pequenas distribuidoras

Canal principal em momentos de grande consumo:grandes redes de hipermercado de bebidas

AMPLIFICADORES

MARIANE, 22
ESTAGIÁRIA DE ARQ. > CLASSE B // GOIÂNIA

ALLAN, 21
ESTAGIÁRIO DE ADM > CLASSE C // SÃO PAULO

FÉLIX, 46
MOTORISTA DE UBER > CLASSE B // RECIFE

ÁLCOOL COMO COMBUSTÍVEL PARA SE TRANSITAR EM VÁRIOS GRUPOS :

FAZEM UM INTERCÂMBIO ENTRE DIFERENTES REALIDADES


OS
AMPLIFICADORES
ASSISTA AO VÍDEO
https://youtu.be/oKQ4QcV9GCU



MARIANE

22, ESTAGIÁRIA DE ARQUITETURA || CLASSE B | GOIÂNIA

Mariane é estudante do 7º período de engenharia civil em uma faculdade particular de Goiânia. Ela também faz estágio em uma construtora onde passa a manhã em obras de prédios e condomínios. Há um esforço muito grande para conseguir se formar, com o intuito de que a futura profissão a ajude a dar uma guinada na vida.

Ela é uma jovem de classe-média que tenta potencializar os recursos que tem para aproveitar ao máximo essa fase de descobertas. É muito antenada, atenta às tecnologias, consumidora de conteúdos que a ajude a ter referências de universos diferentes do seu.

Atualmente, ela mora apenas com a avó. Os pais se mudaram há 3 meses para os Estados Unidos em busca de trabalho, depois que o pai perdeu o emprego que sustentava a família no Brasil. Com a nova configuração, a Mariane ganhou responsabilidades que não tinha, como bancar as compras de supermercado da casa e ajudar no pagamento das contas.

A JORNADA DA MARIANE

A Mariane acorda por volta das 6h30, toma café em casa com a avó e sai pra começar seu expediente às 8h. Ela é estagiária em uma construtora de Goiânia, especializada em condomínio.

Ela precisa se organizar para sair com todo material que vai precisar ao longo do dia. As botas pra andar nas obras, chapéu, material da faculdade, um snacks pra quando der fome e um kit de higiene pessoal.

Desde que os pais se mudaram para os Estados Unidos, ela consegue usar o carro da família exclusivamente. Não depender de caronas e transporte público facilitou a vida, mas aumento os gastos. Por isso, não abusa muito do privilégio.



SEG 1



RESTAURANTE

TER 2

Durante a manhã ela se divide entre as obras administradas pela construtora. Geralmente, recebe uma agenda semanal que indica suas funções e responsabilidades.

Às 13h, quando se libera, ela almoça em algum self-service próximo de onde está. Já tem esses locais mapeados, porque começou a ir com colegas de trabalho mais antigos que indicaram o caminho. Se está acompanhada, topa dividir um refrigerante de 2 litros com o restante da mesa.

O VR que recebe do estágio cobre o almoço do dia a dia e ainda dá pra usar na lanchonete da faculdade. Mas é difícil terminar o mês com crédito sobrando.



AMBULANTE



O almoço precisa ser rápido, porque ela precisa atravessar a cidade pra chegar na faculdade onde cursa o 7º período de Engenharia Civil.

A aula começa às 14h e termina às 18h. No intervalo, ela come o lanche que levou na bolsa, na tentativa de fugir dos quitutes vendidos na lanchonete e nas barracas dos ambulantes em frente ao prédio.

Mas é difícil resistir: não é a comida pela comida, mas o momento com os colegas de sala. A turma junta os banquinhos, se reúne pra bater um papo. E pra quem trabalhou a manhã inteira e chegou correndo na aula, faz bem dar uma relaxada.

QUA 3



QUI 4

A Mariane chega em casa por volta das 19h e costuma encontrar uma comida quentinha em cima do fogão, uma das vantagens de morar com a avó.

Depois de um banho demorado, as duas jantam e assistem ao jornal juntas. É também nesse horário que geralmente faz uma vídeo chamada com os pais — eles ligam todos os dias.

Quando a avó vai dormir, a Mariane ainda tem ânimo para ver um episódio de série no Netflix, dar uma checada em suas redes sociais e preparar a mochila para o dia seguinte.





SEX 5

Recebe a remuneração do estágio no quinto dia útil do mês. O salário dela e a aposentadoria da avó bancam 90% dos gastos da casa. A mudança dos pais ainda é muito recente, mas eles sempre transferem um valor mensal, mesmo que simbólico, para contribuir.

A Mariane é responsável pelas compras de supermercado e feira. Uma parte ela consegue pagar usando o Vale Alimentação que recebe do trabalho. O restante, tira do bolso.

SÁB 6

Pelo contrato que tem com a empresa em que trabalha, a Mariane teria que cumprir a carga horária de 6 horas por dia, de segunda a sexta. Como estuda à tarde, ela negociou sair uma hora mais cedo e completar a jornada no sábado pela manhã.

Ela não reclama. Aos sábados, o trabalho é mais tranquilo, apenas com os funcionários de plantão. Até por isso, de vez em quando eles combinam de fazer um almoço improvisado, no próprio canteiro de obras. Acendem o fogão a lenha, compram os ingredientes para fazer uma receita única (carreteiro, galinhada) e uma cervejinha gelada no supermercado mais próximo.

SUPERMERCADO

LATA 350ml

As geladeira do supermercado não são abastecidas com cervejas de todas as marcas.

DOM 7

A Mariane faz feira e vai ao supermercado todo fim de semana. Como ela mora apenas com a avó, prefere não estocar alimentos mais frescos.

No supermercado, compra itens como pão, carnes, iogurte. Algumas latinhas de cerveja e refrigerante também entram na lista, em pequenas quantidades. Mariane também gosta de passar pela prateleira do vencimento, aquela área destinada aos produtos com vencimento próximo, que entram na promoção. É ali que ela descola queijos mais finos, patês diferentes e sucos orgânicos por pechinchas.

Na final da manhã vai à feira comprar verduras, frutas e legumes. Mas primeiro, senta para comer um pastel com caldo de cana: é o tempo necessário para os produtos começarem a ser vendidos com preço de xepa.

LATA 350ml

SUPERMERCADO

FEIRA



SEG 8

TER 9

QUA 10

QUI 11



LONG NECK 355ml

APP DE DELIVERY

Quando a Mariane está com vontade de comer uma comida diferente e quer livrar a avó da cozinha, ela liga avisando que não é preciso fazer o jantar: vai pedir delivery.

Apesar dos apps serem uma forma de simplificar o pedido, no caso da Mariane existe todo um processo antes de fazer a escolha. Ela faz uma caça aos cupons de desconto pra decidir se vai de iFood ou Uber Eats: verifica qual serviço mandou o melhor voucher do dia, para quais restaurantes eles podem ser aplicados, se valem para os pratos em promoção.

Apesar de gastar um tempo avaliando, ela aprendeu que a análise a faz economizar bastante, um dinheiro que pode ser revertido na bebida que acompanha a comida, um item que encarece demais o pedido.

Geralmente topa a cerveja, mas já percebeu que os combos dificilmente incluem marcas mais [illegible]ium.

Cerveja por delivery encarece muito o pedido: é necessário compensar com os cupons de desconto.

Os combos dificilmente incluem a cerveja. Quando tem, são marcas mais populares.

SÁB 13

SEX 12



AMPLIFICADORES

BAR BOTECO

DRINK

O bar da moda é um evento, exige muita preparação (principalmente feminina, cabelo, maquiagem). É legal, mas tem que estar no espírito de sair para ver e ser visto.

A cerveja perde espaço nesses lugares. Combina mais beber um drink.

A Mariane é uma pessoa que transita bem entre realidades diferentes. Gosta do boteco pé sujo, na mesma medida em que adora ir para um bar mais chique da cidade.

Desde que os pais se mudaram, ela tem evitado sair para lugares com o custo mais alto. Ainda assim, tem sábado que a vontade é marcar um barzinho badalado com os amigos, para "ver gente" e mudar um pouco de cenário.

São estabelecimentos que trabalham esse conceito de status: as pessoas desfilam seus carros, suas melhores roupas, cabelo e maquiagem. É o lugar de consumir a bebida da moda, os drinks, o gin: "é diferente de ir numa distribuidora beber cerveja e abrir uma Ruffles".

A JORNADA DA MARIANE na rua

A JORNADA DA MARIANE



Nos dias mais quentes, a Mariane se convida para passar o domingo na casa de familiares, propondo uma troca: a prima libera a piscina e a Mari leva um pack de Heineken em long neck ou leva ingredientes para fazer drinks, para passaram a tarde.

Pra não precisar enfrentar a fila do supermercado, compra na distribuidora perto de casa e já garante a cerveja gelada.

A cerveja premium, em uma embalagem mais nobre, é reservada para essas situações em que é preciso gerar uma "boa impressão, como forma de barganha.

Long neck costuma ser mais cara, mas é uma embalagem que "enobrece" o momento.

A cerveja gelada nem sempre é mais barata na distribuidora, mas o supermercado tem longas filas, fica fora do caminho, e é pouco conveniente em alguns casos.



No final do mês, pra economizar, a Mariane prefere não sair no fim de semana e convidar os amigos pra uma noite de jogos de tabuleiro. Ela tem o Banco Imobiliário e o Imagem e Ação, dois games que fazem sucesso entre a turma.

O encontro também pode ser em torno de um filme com pipoca, o importante é ter um motivo para agregar: o fazer nada juntos.

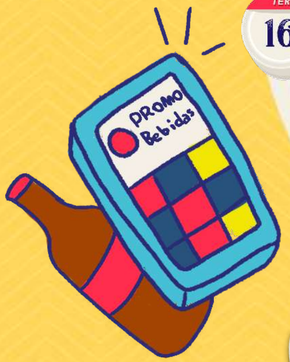
Cada um leva sua cerveja — a Mari compra a dela na distribuidora do bairro — e o delivery chega com as pizzas que são pagas na entrega, pra dividir o valor entre todos.



DOM 14 — DISTRIBUIDORA — LONG NECK 355ml

SEG 15

TER 16



QUA 17

Produtos em promoção esgotam rápido e existe um limite de compra por pessoa.

A Mariane segue um perfil no Instagram chamado @promobebidasgo. É uma conta participativa, onde os próprios seguidores avisam sobre os lugares da cidade com promoção de cerveja.

Se o preço é imperdível, logo a informação já é compartilhada no grupo da família. E eles se ajudam: quem pode ir, compra pra quem pedir.

O único problema é que as promoções geralmente limitam a quantidade vendida por pessoa. Por isso, essas oportunidades fazem a Mariane dar um pulo no supermercado em dias menos convencionais.



SUPERMERCADO

QUI 18



BAR BOTECO

Às sextas, depois da aula, a Mariane topa parar em algum barzinho em volta da faculdade, para confraternizar com os amigos, enquanto comem uma porção e bebem cerveja.

O bar, focado no público universitário, não atende na mesa. É preciso comprar uma ficha no caixa, pagar antecipadamente e pegar a garrafa no balcão.

O formato incentiva o rodízio entre o grupo. Cada pessoa, na sua vez, paga um litrão: sai barato pra todo mundo e facilita o controle dos gastos.

SEX 19

SÁB 20

DOM 21

SEG 22

TER 23

AMBULANTE

É comum encontrar os amigos em uma distribuidora do bairro. O lugar, que originalmente apenas vendia cerveja pra levar, tem se transformado em um barzinho, com mesas e música na caixa de som.

A Mariane curte os encontros assim, porque é um esquema bem descompromissado, onde "pode ir de chinelão", sem precisar se arrumar demais. Depois de uma semana corrida, não é sempre que ela tem pique para points badalados, com muita gente.

Se querem petiscar, abrem um pacote de amendoim ou de batata chips, vendido na própria distribuidora.

QUA 24

QUI 25

SEX 26

BAR BOTECO

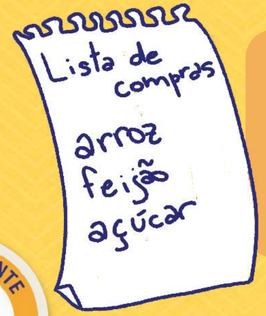
É comum a Mariane chegar do trabalho no sábado e encontrar a avó bebendo na varanda. Ela gosta de sentar na mesa ao ar livre, tomar uma cervejinha aos poucos, curtindo o sabor.

No ritual, a vó usa até um paninho, desses que servem para cobrir xícara de chá, mas que, nesse caso, protege o copo entre um gole e outro.

Se não tem compromisso marcado, a Mari a acompanha. Aproveita para pedir uma comida por delivery, que vira o tira gosto do momento.

APP DE DELIVERY

MERCADINHO MERCEARIA



SÁB 27

DOM 28

SEG 29

TER 30

A Mariane faz uma compra grande no atacado uma vez por mês. É o complemento do supermercado feito toda semana.

A lista é principalmente de produtos de limpeza e itens que possam ser armazenados: arroz, feijão, açúcar. Como apenas duas pessoas moram na casa, ela não pode correr o risco de perder comida. Muitos itens só precisam ser repostos a cada 2, 3 meses.

ATACAREJO

DISTRIBUIDORA



A cerveja gelada é mais cara do que a quente, às vezes fica o mesmo preço de se beber em um boteco.



FÉLIX

46 ANOS, MOTORISTA || CLASSE B | RECIFE

O Félix é casado há 25 anos com a Rose, com quem tem dois filhos e dois netos. A família inteira mora em uma casa grande de dois andares em Peixinhos, bairro que fica na divisa entre Recife e Olinda.

Apesar de já ser aposentado, ele trabalha de segunda a sexta como motorista de aplicativo. Começa o dia às 5 da manhã e vai até à noite. Recentemente começou a dividir a jornada nas ruas com o filho que ficou desempregado, uma forma de ajudá-lo enquanto outro serviço não aparece.

A maratona para garantir uma renda complementar, transforma o final de semana no momento que ele tem para esquecer os problemas, se libertar das tensões e relaxar bebendo uma cervejinha no bar. Mas dentro dessa rotina de transitar por diversas regiões da cidade, naturalmente o Félix se tornou um cara atento às novidades e às oportunidades que surgem pelo caminho.

Gosta de estar entre amigos e família, de organizar churrascos e excursões para a praia, como forma de unir sua turma: ele aprendeu que dividindo os momentos, consegue maximizar suas experiências.

A JORNADA DO FÉLIX

O Félix acorda às 5 da manhã todos os dias. O horário é regular porque suas manhãs também seguem um padrão. Ele toma café, se arruma com calma e liga o aplicativo do Uber para esperar a chamada da primeira corrida do dia. Assim que o celular notifica, por volta das 7h, ele começa a jornada como motorista de aplicativo, função em que atua há 3 anos.

A casa do Félix fica em um bairro na divisa entre Recife e Olinda. O lugar tem dois andares e abriga a família inteira: em cima mora ele, a esposa e o filho mais novo; embaixo a filha mais velha, o genro e os dois netos. Estar junto, mesmo que em um espaço com divisões, facilita para que eles se ajudem, em um momento da vida onde a crise econômica bateu com mais força e o padrão de vida precisou ser diminuído.

SEG 1



TER 2

Na rua, cada dia é de um jeito. A profissão faz com que o Félix rode por muitas áreas diferentes e ele precisa estar preparado para isso. Na verdade, ele curte muito transitar por várias realidades. O rádio também é seu companheiro de jornada. É ali, entre uma música e outra, com os noticiários e anúncios do comércio local, que ele vai agregando novos conhecimentos, descobrindo as novidades da cidade e ampliando os seus horizontes.

Na metade da manhã, ele faz uma pausa em um posto de gasolina para usar o banheiro. Prefere o posto por ser o lugar em que não precisa consumir para ter acesso, mas que também disponibiliza lanchonetes e conveniências, se ele resolver tomar um segundo café. Nesse caso, a escolha é sempre um pingado com pão de queijo.

A preocupação maior é com o instrumento de trabalho: o carro não fica na rua, o ambiente é seguro e movimentado e o estacionamento tem área coberta.

MERCADINHO MERCEARIA

A ida ao mercado é pontual, comprar cerveja não faz parte do roteiro.

Promoções têm dias certos (nem todo dia da semana tem promoção de cerveja - um dia é carne, outro frutas e legumes)

QUA 3

Duas vezes ao dia os motoristas de Uber podem escolher o destino para onde querem receber chamada de corrida. Por volta do meio-dia o Félix direciona o app para o seu bairro e aguarda o passageiro. Essa volta pra casa precisa ser monetizada porque é a forma de não sair perdendo com o deslocamento para o almoço — é o jeitinho que ele encontrou de economizar com restaurante.

No caminho, ele e a esposa sempre se comunicam pra descobrir se é necessário levar algum alimento que falta para a refeição. Quando isso acontece, é no supermercado a duas quadras de casa que ele compra o que estiver na lista. Esse nunca é o momento da cerveja, que precisa ser escolhida com calma, de preferência em dias de promoção. Quarta é o dia das ofertas dos legumes e verduras.

Em casa, Félix almoça com a esposa, o filho e netos. O tempo de pausa é curto porque às 13h30 ele deixa as duas crianças na escola e já segue pra segunda parte do dia.





QUI 4

Félix volta a trabalhar no ápice do calor, mas ele entende que esse começo de tarde é um bom momento do dia para conseguir corridas, justamente porque as pessoas optam pelo conforto do carro e do ar-condicionado.

Pra não precisar parar no posto e nas lanchonetes toda hora, quando está com sede ele recorre aos ambulantes que vendem água no sinal: paga apenas 1 real pela garrafa e segue o caminho sem perder tempo, apesar de assumir que desconfia da qualidade do líquido que está comprando.

AMBULANTE

Desconfiança sobre o produto comprado de ambulante.



SEX 5

SÁB 6

No sábado a esposa do Félix faz bico em um bar do bairro, trabalhando como cozinheira na produção dos almoços servidos no final de semana. Ele aproveita para convidar a família e amigos para tomar uma cervejinha no lugar e fugir do almoço em casa.

O litrão é a bebida da mesa, a maior parte da turma prefere Itaipava. O Félix não se opõe, apesar de gostar muito da Nossa (produzida exclusivamente no Pernambuco), porque ele alterna entre a cerveja e as doses de Montilla com gelo - por vezes, até deixa a cerveja de lado.



Cerveja litrão impede as escolhas individuais.



DOM 7

Domingo é o dia da família. Félix e o genro acendem a churrasqueira no quintal, a esposa e a filha cozinham os acompanhamentos e o filho se encarrega de comprar a cerveja na distribuidora da esquina, usando os cascos que eles guardam em casa.

Não são muitos, porque a Rose reclama da bagunça e da sujeira que as garrafas fazem: "direto alguém quebra, ficam todas amontoadas debaixo da pia e dá muito trabalho pra limpar". Apesar da reclamação, ela tem consciência das vantagens: a bebida chega geladinha e por um preço muito mais vantajoso.

A cerveja Nossa faz parte desse momento, apesar de ser uma cerveja que o Félix não costuma consumir no dia a dia. Mas com o churrasco montado, os amigos vão chegando sem muito cerimônia, o clima familiar acaba agregando também os vizinhos e a cerveja precisa suprir a ocasião e ser acessível a todos.



DISTRIBUIDORA

Cerveja com casco retornável sai mais barato nesse canal, mas dá trabalho pra levar e trazer, e as garrafas são inconvenientes, atrapalham a limpeza.

SEG 8

Também é tarefa do Félix buscar os netos na escola às 18h. Nos outros dias da semana, ele usa essa pausa para tomar banho e jantar antes de fazer um terceiro turno de trabalho até às 23h. Mas na sexta-feira ele prefere usar as crianças como desculpa pra já ficar em casa.

Ele aproveita a folga noturna pra fazer as compras de supermercado da semana. A esposa do Félix prepara a lista e entrega ao marido, que vai sozinho. Apesar de ficar em casa durante o dia, ela não faz essa função por não ter carro: precisaria carregar tudo na mão, ou comprar um valor mínimo de R$ 200 para ganhar a entrega do estabelecimento.

O Félix segue a lista à risca, inclusive marcas e quantidades, o único item que escolhe sozinho é a cerveja. Sempre de olho nas promoções, ele costuma comprar lata da marca que estiver com o melhor preço. Essa é a cerveja que vai para geladeira e que ele toma para relaxar quando volta de um dia de trabalho.

SUPERMERCADO





A cerveja da promoção muitas vezes é a da embalagem quente. No freezer, são poucas opções, com valor mais alto.

Nas compras picadas, o valor é controlado e a cerveja nem sempre cabe na lista.



TER 9

Recentemente, o Félix mudou sua rotina de trabalho em algumas terças e quintas. Ele dirige na parte da manhã e no período da tarde empresta o carro para ajudar o filho que está desempregado há 6 meses.

Os dois têm um combinado: uma parte das corridas do dia ajudam a pagar a prestação do automóvel e o restante o rapaz usa para pagar suas contas pessoais. Não é preciso contribuir com os boletos da casa onde moram.

QUA 10

QUI 11

SEX 12

Toda quarta-feira a Uber deposita o dinheiro das corridas da semana na conta do motorista. Esse sistema garante que o mês seja mais linear em relação à grana, mas também exige do Félix uma expertise em poupar o necessário toda semana para complementar o pagamento das contas no final do mês.

A forma de recebimento também impacta no supermercado: a família usa esse dinheiro para as compras picadas, dos produtos perecíveis, nos supermercados perto de casa, de acordo com o valor conquistado com as corridas da semana.

A JORNADA DO FÉLIX na rua

A JORNADA DO FÉLIX



SÁB 13 · DOM 14

O boteco não é um ambiente agradável, familiar.





Uma vez por mês a família vai a praia. A organização precisa começar um dia antes, arrumando cadeiras, guarda-sol, isopor com bebidas e almoço pra evitar gastar nas barracas com "preço de turista" ou com ambulantes.

A bebida é compra em supermercado. Refrigerante pra crianças e cerveja para os adultos, sempre em lata, porque acomoda melhor no espaço da geleira e não dá trabalho na hora de ir embora: é só amassar e colocar no lixo ou dar aos catadores que passam pedindo.



SEG 15 · TER 16 · QUA 17



Os vizinhos do Félix se reúnem todos os sábados para jogar futebol no campinho de várzea do bairro, mas só uma ou duas vezes por mês que ele cria coragem para acompanhar os amigos.

Na real, a intenção dele é garantir o lugar na mesa do bar após a pelada. O Félix é essa pessoa que transita entre os grupos. Ao mesmo tempo em que topa ir a um barzinho mais arrumado, também está com a turma no boteco "pé sujo" que fica em frente ao campo. O lugar é praticamente uma casa, gradeada, que vende cerveja de garrafa — a bebida certa para esses momentos de interação, e doses de cachaça.

Eles combinam de cada um levar seu petisco pra matar a fome e uma garrafa de whisky sempre aparece na mesa. O encontro não tem hora pra acabar, a regra é que cada jogador paga um rodada, passando por todos da mesa. Assim, conseguem controlar os gastos e beber até onde o bolso permite.

Trabalhando como Uber, o Félix tem a vantagem de rodar por vários bairros e poder comparar os preços entre estabelecimentos comerciais.

Através das faixas externas, dos anúncios de outdoor e até do bate-papo com os passageiros, ele tem um termômetro da cidade e sabe quando realmente compensa estacionar o carro por uns minutos para garantir uma boa oportunidade.

O seu trabalho se tornou um canal importante, no sentido de maximizar as economias e proporcionar experiências, como consumidor, que agregam às suas referências pessoais. É dessa forma que ele consegue comprar uma bebida diferente, a cerveja premium que não encontra na sua vizinhança e a carne especial para o churrasco.

QUI 18 · SEX 19 · SÁB 20 · DOM 21 · SEG 22 · TER 23



QUA 24 · QUI 25 · SEX 26 · SÁB 27 · DOM 28 · SEG 29 · TER 30



No dia em que o dinheiro extra do Uber cai na conta, é quando o Félix aproveita para fazer um programa diferente, geralmente acompanhado da esposa. Essa renda a mais ajuda a família a potencializar seus recursos para viver melhor e também proporciona situações que no dia a dia não aconteceriam.

As hamburguerias fazem parte desse roteiro porque são lugares que expandem o conceito da comida gourmetizada, mas com um valor que ainda cabe no bolso do Félix. A comida é geralmente acompanhada por uma cerveja, mas sem excessos.

O Félix faz uma compra maior no final do mês, depois que ele e a esposa recebem suas aposentadorias.

Os dois não têm um lugar de preferência , não são fiéis a nenhum estabelecimento e alternam entre os hipermercados e as redes de atacarejo. O foco é em produtos que podem ser estocados, com data de validade estendida e que são vendidos em pacotes fechados.

Mesmo que a quantidade comprada seja superior ao consumo familiar do mês, é dessa forma que eles garantem economia. As promoções valem a pena e muitos itens passam meses sem serem repostos.

Nessas redes existem boas promoções de cervejas. Se o negócio compensar bastante, é nesse momento que o Félix garante um pequeno estoque para casa.





ALLAN

21, ESTAGIÁRIO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS // CLASSE C / SÃO PAULO

Allan é estagiário e estudante de Administração de Empresas, para orgulho da mãe. Nasceu em uma família simples — mas que sempre o incentivou a estudar, mesmo quando o dinheiro em casa parecia não permitir que ele sonhasse com uma faculdade.

Depois de cursar três semestres de Contabilidade, resolveu trocar para ADM ao perceber que o curso proporcionava uma visão mais ampla sobre empreendedorismo — e não apenas cálculos e balanços. Ele tem vontade de ser empresário, de desenvolver uma ideia própria e trabalhar para fazê-la acontecer no mercado.

Toda essa inspiração vem de um olhar muito atento às referências:ele gosta de sair do bairro onde mora, na periferia, e circular pelo centro de São Paulo, pelos bairros da moda. Esse passeio por várias realidades abriu portas para que ele conhecesse outros universos, e também estimulou o acesso a serviços e produtos que ainda não são tão populares na periferia.

Foi ele, por exemplo, quem trouxe a Netflix para dentro de casa, quando isso ainda era tendência. Ele também tem o Uber Eats instalado no celular, mesmo que o serviço traga poucas opções de entrega pra região em que ele mora. Ele sempre esteve à frente, sendo aquele que influencia e desperta o interesse dos amigos para as novidades.

Trabalha desde os 16, e atualmente faz estágio em uma indústria de filtros automotivos. Ajuda a mãe com as contas da casa, e o próprio vale alimentação vira ajuda nas compras para os dois. O que sobra vira uma graninha pra ele continuar dando seus rolês por aí.

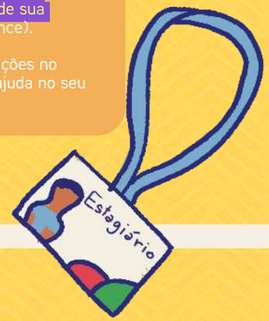
A JORNADA DO ALLAN

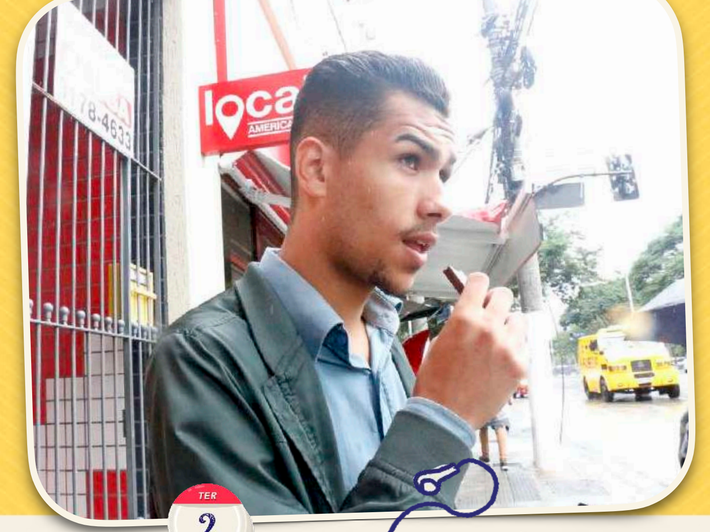
O Allan entra às 8h no trabalho. Acorda às 6h40 para tomar banho e se arrumar — gosta de estar sempre com o cabelo muito alinhado. Sai de casa às 7h20 e em 20 minutos está na porta da empresa, que também fica em Guarulhos. Sempre que dá, ele ganha uma carona da mãe no trajeto.

Ele é estagiário no departamento financeiro de uma indústria de filtros automotivos e já vê como uma vitória a oportunidade de trabalhar na área de sua formação (vários colegas não têm essa chance).

O expediente é de 6 horas, e ele faz as refeições no bandejão da empresa, o que é uma grande ajuda no seu orçamento.

SEG 1





TER 2

Depois do dia inteiro no serviço, por volta das 17h o Allan sai com pressa, pra dar tempo de chegar na faculdade com uma folga. O trajeto é um pouco demorado porque pega o metrô sempre lotado.

Aproveita pra ficar no celular ouvindo música, zapear pelas redes sociais ou ver episódios de séries — faz o download todas as noites em casa, porque o sinal dentro do trem não é dos melhores.
Também vai lendo os textos indicados pelos professores, com o conteúdo do dia (e que ele não teve tempo para ler mais cedo).

No caminho, costuma passar em uma bomboniere ou lanchonete pelo caminho e pegar um salgadinho, ou um doce, para tapear a fome. Na faculdade, os preços são mais altos, é melhor se garantir antes.





BOMBONIERE

A bomboniere tem um sortimento muito vasto de produtos (muitos importados) e bebidas geladas. Mas não pega bem beber cerveja antes da aula.

QUA 3

Tenta sempre chegar com 1 hora de folga na faculdade, para se sentar em um lugar confortável e se concentrar em um projeto pessoal: quer aprender inglês e está usando um aplicativo chamado Duolingo.

Também aproveita essas horas livres, quando a maioria dos seus amigos ainda não chegou na faculdade, pra estudar, fazer os trabalhos que precisa entregar, ou tirar um cochilo nos dias em que está muito cansado.

Quem concilia trabalho e estudo precisa encontrar horários alternativos para as demandas da faculdade.



AMBULANTE

QUI 4

Assimilar o conteúdo de 4 aulas, depois de um dia corrido, é bem desgastante. Mas ele se empenha muito porque sabe que o conhecimento é o único passaporte para um futuro melhor, quando se nasce em uma família humilde. Ele também sabe o valor do boleto do curso, que paga do próprio bolso. Por isso leva a sério, embora também se divirta muito com os colegas de classe.

As aulas terminam às 22h30, e ele ainda demora pra chegar em casa. Aproveita os trailers que vendem lanches para comer algo com sustância. Ele dá prioridade para as opções mais baratas e que possam valer como uma refeição completa — mesmo que não sejam opções muito saudáveis. A bebida acaba ficando de lado, na maioria das vezes, para o seu jantar não pesar ainda mais no bolso.



A bebida encarece muito a refeição fora de casa, por isso é o primeiro item a ser descartado na hora de economizar

A JORNADA DO ALLAN

SÁB 6

DISTRIBUIDORA

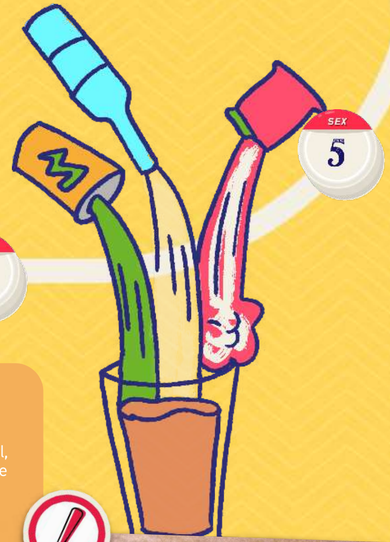
DESTILADO

ENERGÉTICO

A mãe do Allan é muito tranquila e libera a casa para o filho receber os amigos no final de semana. A turma gosta de acender a churrasqueira improvisada no quintal, ouvir músicas, experimentar novas essências no narguile e preparar drinks diferentes.

O Allan tenta imitar, na base do improviso, as bebidas que prova nos bares mais badalados que frequenta. É uma forma de conduzir os amigos para uma realidade diferente e unir os universos pelos quais transita. Na brincadeira de criar esses sabores, entram vodkas saborizadas, energéticos, rum, gin, frutas e suco em pó.

Para não precisarem se deslocar, as bebidas são compradas em uma distribuidora do bairro e a conta dividida entre todos de forma igual.



A distribuidora do bairro tem variedade de produtos, mas não de marcas, o que restringe as escolhas por esse canal.

SEX 5

A sexta-feira é o dia em que os bares ao lado da faculdade ficam mais lotados de estudantes. O Allan depende de transporte público para voltar para casa e por isso existe uma preocupação constante com o horário. Mas ele também entende esse momento como forma de celebrar o fim de uma semana cansativa e por isso vai dando jeitinhos de conseguir curtir por mais tempo. Algumas vezes ele descola uma carona, em outras, combina de rachar um Uber com outros amigos que moram em bairros no caminho para Guarulhos. Dividindo a conta da viagem, é possível se divertir com a galera da faculdade, sem que isso impacte muito o orçamento no fim do mês.

Quando a turma reunida é grande, eles optam pelo litrão, a embalagem gregária e com melhor custo-benefício nos bares universitários. Existe também aquele momento em que o legal é circular entre a multidão que se aglomera na rua e trocar ideia em outras rodinhas. Nesses momentos a long neck faz mais sentido para ele.



O litrão deixa ele mais preso à uma mesa e à um grupo de pessoas. Com a long neck ele consegue circular pela rua.



DOM 7

Na tentativa de impedir que a mãe vá para a cozinha no domingo, o Allan pede delivery para o almoço sempre que pode. Apesar de ter os apps do iFood e do Uber Eats no celular, poucos estabelecimentos atendem no bairro onde ele mora e, por isso, às vezes ele precisa escolher entre os restaurantes da região e fazer o pedido pelo WhatsApp.

Como são apenas duas pessoas, ele opta por combos ou pratos únicos com boa quantidade e preço mais atrativo. A comida raramente vem acompanhada de bebida, porque encarece o pedido, e é substituída pelo suco que sobrou da noite anterior.

O pequeno luxo é quase como uma recompensa que gosta de dar para a mãe, que trabalha de segunda a sábado como vendedora, e faz parte do momento preguiça do dia: comida na mão, Netflix e de

APP DE DELIVERY

No almoço de domingo, a preferência é por refrigerante, mas comprar a bebida deixa o pedido do delivery muito caro.

SEG 8



TER 9

MERCADINHO

MERCEARIA

ENERGÉTICO



Se está um pouco disperso, por conta do sono, e precisa ficar em foco pra acompanhar uma aula importante, Allan toma um energético no intervalo da faculdade.

Ele começou a tomar a bebida com destilados, em baladas. E foi aí que sacou a utilidade dos energéticos pra momentos que precisa ficar ligado no dia a dia.

QUA 10

QUI 11

O pagamento do Allan acontece no dia 10 de cada mês. Em casa, ele é responsável por pagar algumas contas, como o serviço de internet, a assinatura da Netflix, e também ajuda com combustível do carro da família.

Além disso, o vale alimentação que recebe como benefício é totalmente usado para o supermercado e a ida ao atacarejo.

DISTRIBUIDORA

LITRÃO

LATA 350ml

Qual escolhe não ficar nos bares da faculdade, na volta pra casa o Allan já combina com a turma do bairro de se encontrarem pra jogar videogame até a madrugada. Ninguém precisa acordar cedo no dia seguinte. O jogo é na verdade um pretexto pra passarem algumas horas bebendo e trocando ideias.

Um amigo chega com latas de cerveja, outro leva um salgadinho pra comer, ou se juntam e compram garrafas de litrão pelo disk entrega da distribuidora.

São em momentos como esse que o Allan gosta de colocar na roda as garrafas de whisky que tem na estante de casa. A bebida é quase um troféu e por isso faz parte apenas de ocasiões mais intimistas.

SEX 12



Pelo menos uma vez por mês, geralmente após o pagamento, o Allan topa ir com os amigos para alguma festa ou barzinho mais badalado. Como mora longe do centro de São Paulo, ele gasta mais tempo e dinheiro com deslocamento e, por isso, descolou formas de minimizar os gastos nesses rolês planejados.

O jeito é sair mais cedo para pode ir de ônibus e curtir a festa ao máximo para sair na hora que o transporte público já voltou a rodar na cidade. Além disso, o Allan aprendeu os macetes pra colocar o nome em listas de desconto e comprar entradas antecipadas, além de chegar cedo pra pegar a promoção double de bebida ou de combos (para rachar com os amigos).

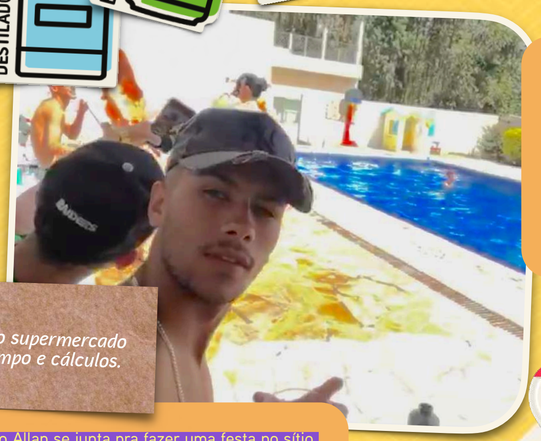
Mesmo assim, ele sempre calcula um teto de gasto pra noite e faz um esquenta com os amigos na porta da balada com bebidas compradas no caminho, em unidades express de supermercados.



Beber na balada fica caro. Na avaliação do custo/benefício, a cerveja sai perdendo para os drinks e destilados.

Bebidas muito caras na balada: é mais pra ter na mão do que pra encher a cara. Isso se faz na porta com esquenta ou comprando de ambulante.







Domingo é dia de futebol na TV. Quando consegue espantar a preguiça e deixar de lado o Netflix, o Allan encontra os amigos em um lounge bar no centro de Guarulhos. O programa é tranquilo, a tarde, sem pesar demais na bebida para não comprometer a segunda-feira.

Nessas situações, o Allan divide um balde promocional de long necks com a turma da mesa. Procurar pelos combos é uma maneira de conseguir fazer uma cerveja premium em um bar legal caber no bolso.

Consumo em bares com couvert artístico e taxa de serviço encarece a conta e barra um pouco o consumo.

Cerveja do bar é cerveja de marca. Se quiser tomar uma cerveja popular, nem sempre tem.

SÁB 13



A maior compra da casa é feita uma vez por mês e acontece no fim da semana após o pagamento do Allan. Ele e mãe vão juntos de carro ao atacado, lugar onde conseguem bons descontos comprando em grande quantidade.

Outros itens pontuais, que sejam necessários ao longo do mês, são comprados nos mercadinhos do bairro, o pronto-socorro da despensa.

As bebidas alcoólicas raramente fazem parte da lista do mercado. A exceção acontece quando o Allan encontra promoção de alguma cerveja especial.

A compra do mês é feita com o vale alimentação que tem um valor fixo. A lista geralmente sai mais cara que o previsto e geralmente não tem espaço para a cerveja, que fica de fora do carrinho.

A compra coletiva no supermercado sempre demanda tempo e cálculos.

DOM 14

SEG 15

TER 16



QUA 17



QUI 18

SEX 19



SÁB 20

DOM 21

SEG 22

TER 23



QUA 24

QUI 25

SEX 26

A turma da faculdade do Allan se junta pra fazer uma festa no sítio sempre que pode. O lugar é da família de um aluno, então não pagam aluguel, e quem tem carro (ou pode usar o dos pais), dá carona para mais 4 pessoas.

Eles levam carnes para assar, macarrão para cozinhar e bebidas diversas. Geralmente, fazem a compra juntos na manhã do sábado, em um supermercado que vira o ponto de encontro da galera. O valor é dividido entre todos de forma igual.

Vodka saborizada e cachaças (pra fazer misturas) dividem o carrinho com a cerveja em lata e os refrigerantes. Outros destilados e frutas também são comprados para fazer coquetéis. Quem puder contribuir além, patrocina uma garrafa mais premium — vodka Cîroc ou uísque Red Label.

A cerveja é quase que a bebida pra regar o passeio, enquanto os drinks e destilados para dar o grau que o encontro universitário pede.

SÁB 27

DOM 28

SEG 29

TER 30



Allan combina com os amigos da faculdade de aproveitarem um dia sem aula no calendário pra conhecerem uma hamburgueria nova.

Experimentar novos sabores em novos lugares é uma experiência importante pra ele. Prefere abrir mão dos gastos habituais do fim de semana, para bancar a conta de uma experiência nova.

Na hamburgueria, ele costuma beber cerveja long neck porque acha que combina com o sabor do hambúrguer. As comandas individuais deixem ele mais à vontade pra fazer os pedidos e saber que vai pagar exatamente o que consumir.

Quando tem um gasto fora do habitual na semana, a cerveja no boteco na sexta-feira e as bebidas compradas na adega do seu bairro acabam descartadas. A economia não cobre o gasto inesperado, mas é essencial pra não deixar sua conta perto do vermelho até o próximo salário.

A JORNADA DO
ALLAN
na rua

A JORNADA

DESPERTAR

O dia começa cedo, mas de um jeito tranquilo. São pessoas com um suporte familiar que possibilita iniciar a manhã sem muitos atropelos.

Em casa, a estrutura é de uma grande rede de apoio, interligada, em que a vida de uma pessoa permeia a dos outros. O café é o momento em que a família se organiza quanto aos horários de cada um.

É um perfil que sai preparado com o todo o material que vai precisar ao longo do dia, porque só vai estar em casa de novo à noite. Eles têm sempre uma *necessaire* com itens de higiene, snacks para um lanche, além dos livros e material escolar — para quem é universitário e vai passar pela faculdade em algum momento do dia.

DESLOCAMENTO

O trajeto até o trabalho não é tão demorado, mas exige um malabarismo para se ajustar à rotina dos outros membros da família. Isso porque, é um carro só que atende a casa inteira.

O veículo vai fazendo paradas, desviando caminhos, mas todos são atendidos. Com outra configuração, essas pessoas precisariam acordar muito mais cedo para encarar o transporte público.

Também é necessário negociar: usar o carro significa ser responsável por tarefas relacionadas à casa, como a ida ao supermercado.

TRABALHO FIXO

Em um momento econômico de tantas incertezas, se sentem aliviados por terem um trabalho que dá a estabilidade que precisam. Também enxergam como vitória a oportunidade de atuar em sua área de formação — ou na área da graduação, mesmo que em cargos básicos, de níveis hierárquicos baixos. Entendem como o começo de uma caminhada que pode ser bem sucedida.

Por isso, eles se dedicam à função com bastante empenho, porque é desse emprego fixo (mesmo o estágio) que vem uma renda essencial para fechar as contas da família.

A grana está sempre no limite, para a manutenção de uma casa que já admite certos luxos. Mas é preciso se desdobrar para garantir também aqueles momentos extras que dão um *up* na vida.

KILO

Almoçam em algum self-service próximo ao trabalho. Os locais são mapeados e essas pessoas já têm uma expertise quanto ao melhor dia para frequentar cada um: saber as peculiaridades de cada kilo — como o dia do árabe e da comida mexicana — faz parte dessa busca por novas referências, a partir dos meios a que eles têm acesso.

O momento significa mais que a comida pela comida. É a oportunidade de conversar com os colegas de trabalho, descobrir afinidades, observar suas percepções de mercado. Além disso, é da refeição em grupo que vem a cotinha para o refrigerante de 2 litros, que dá uma alegria para a refeição.

São pessoas que usam o VR para cobrir os gastos com o almoço do dia a dia e ainda sobra pra usar em pequenos lanches ao longo das semanas. Mas é difícil terminar o mês com crédito sobrando.

RENDA COMPLEMENTAR

Se é do trabalho formal que vem o dinheiro para pagar as contas fixas, é a renda complementar que garante os extras para aliviar a vida e proporcionar momentos de diversão para esse target.

São pessoas que usam a tecnologia a seu favor, que sabem que ela pode possibilitar alternativas de prestação de serviço, que nem todo mundo consegue enxergar.

Para quem já se aposentou, mas ainda tem bastante força de trabalho, o Uber é uma alternativa que descarta a necessidade de novas entrevistas de emprego. É uma atividade democrática: o celular e o carro na garagem são ferramentas que ele já tem, a função, ele já sabe.

Para quem é estudante, é possível dar aulas de reforço à distância, pelo Skype — de uma matéria que tenha a ver com a graduação, quase como um professor remoto, que está sempre à disposição para tirar dúvidas e ajudar com revisões.

São pequenos valores que não entram nos cálculos básicos do mês, mas que financiam as pequenas alegrias que a vida pode oferecer.





PAIN POINT

A bebida encarece muito a refeição fora de casa, por isso é o primeiro item a ser descartado na hora de economizar.

PAIN POINT

Para o VR durar o mês inteiro, é preciso dividir esse gasto.



APRENDIZAGEM

Estão atentos às oportunidades de aprendizagem que aparecem. Ficam sempre ligados, de olho nas plataformas digitais que, de vez em quando, liberam cursos livres gratuitos. E não precisa ser um material focados nas áreas em que atuam, é legal consumir conteúdo que agregue sobre outras áreas de conhecimento.

Eles gostam de descobrir aplicativos que tornam as horas vagas mais produtivas. É dessa forma que descobrem movimentos e práticas que não fariam parte de suas vidas naturalmente. O celular vira um grande mix de funções, com apps de meditação, estudo de idiomas, edição de vídeo etc.

Os tutoriais também são ferramentas onde conseguem desenvolver novas habilidades: é um formato que ensina todo mundo a fazer de tudo, e eles se apropriam desses saberes.

Para quem faz faculdade, existe um esforço muito grande para conseguir se formar, com o intuito de que a futura profissão ajude a dar uma guinada na vida. Tentam se empenhar porque sabem que o conhecimento é o passaporte para um futuro melhor, quando se nasce em uma família de classe-média, sem grandes recursos.



VOLTA PRA CASA

O caminho de volta segue o padrão do começo do dia, com a diferença de que o pique não é mais o mesmo. Todos os membros da família se organizam com os horários para garantir a carona.

Passar o dia na rua abre espaço para mais idas ao supermercado. As compras são mais pontuais, dependendo da necessidade do momento. E tudo bem ir várias vezes, porque o trajeto percorrido passa em frente de vários tipos de comércio e todas as necessidades ficam fáceis de serem atendidas.

Pouco se cozinha durante a semana. Esse target passa a maior parte do tempo na rua e, em casa, prefere apostar em lanches rápidos, improvisados com os ingredientes leves comprados na padaria.

PAIN POINT

As promoções do supermercado têm dias certos: um dia é carne, outro frutas e legumes. Nem todo dia da semana tem promoção de cerveja.

JANTAR EM CASA

Na chegada em casa, o cansaço bate. O tempo não é totalmente livre, ainda é necessário adiantar algumas tarefas da casa, já que passaram o dia inteiro fora. A preguiça para encarar o fogão, abre espaço para os pedidos via delivery.

Antes de escolherem, fazem uma caça aos cupons de desconto para decidir se é melhor ir de iFood ou Uber Eats: verificam qual serviço mandou o melhor voucher do dia, para quais restaurantes eles podem ser aplicados, se valem para os pratos em promoção. O menu é definido por esse valor de desconto.

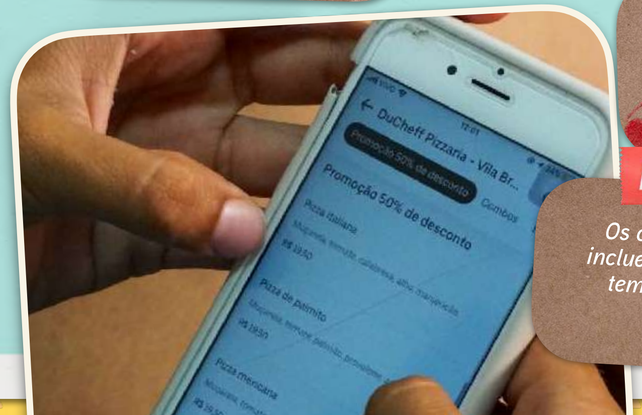
Essa análise ajuda a potencializar os recursos que disponibilizam. A economia pode ser revertida na compra de uma bebida para acompanhar a refeição, originalmente um item que encarece demais o pedido. Os refrigerantes costumam fazer parte dos combos com mais recorrência. As cervejas não, e quando acontece, são marcas mais populares.

PAIN POINT

Cerveja por delivery encarece muito o pedido: é necessário compensar com os cupons de desconto.

PAIN POINT

Os combos dificilmente incluem a cerveja. Quando tem, são marcas mais populares.



FIM DE NOITE NO NETFLIX

São pessoas que acompanham muito pouco a programação da TV aberta. Ainda assistem à novela das 9 e ao BBB porque repercutem e rendem assuntos polêmicos e são comentados amplamente nas redes sociais, o que acaba estimulando a curiosidade. Na quarta-feira, também costumam assistir ao futebol na TV.

Fora isso, a preferência acaba sendo pelas as plataformas de streaming, principalmente o Netflix. A TV da sala é smart ou tem um adaptador (como o Chrome Cast) que transmite o conteúdo do celular. Mas como é só um aparelho para muitas pessoas em casa, eles se resolvem assistindo do notebook ou do próprio celular.

Fecham pacote de, pelo menos, 2 telas, para não dar briga, e também para terem acesso às indicações personalizadas, dadas pela plataforma, conforme o conteúdo consumido.



HORA DE DORMIR

Antes de dormir, se voltam para o seu mundo particular, de passatempos e redes sociais. Esse momento mais reservado é importante para resgatarem a individualidade perdida dentro de uma rotina familiar em que tudo é muito compartilhado.

Cada pessoa da casa tem suas responsabilidades, seu trabalho, seu lazer, mas todos estão dentro de uma vida que segue muito entrelaçada.

ARQUITETURA FINANCEIRA

Eles fazem parte da estrutura financeira da casa, que é um preocupação coletiva. Cada um tem sua obrigação sobre as contas, assim não pesa só para uma pessoa.

O dinheiro tem dado para o mês inteiro, mas é preciso se manterem atentos aos gastos para não terem surpresas desagradáveis. Para fazer o controle, vale tudo: usar o bloco de notas do celular, planilhas na agenda, até mesmo um planner que ajude a nortear as decisões.

O fim do mês é naturalmente mais apertado, com economias mais firmes e menos extravagâncias, mas ainda dentro de uma margem segura — principalmente se a casa toda tiver sido responsável igualmente.

A renda extra, aquele dinheirinho que, quando entra, vai para a poupança, é que vai garantir as estripulias, baladas, shows, festas.



COMPRAS DO MÊS

A compra no atacado acontece só de vez em quando, porque é um estoque feito para durar bastante tempo, mais que um mês.

A lista é principalmente de produtos de limpeza e itens que possam ser armazenados, sem o risco de perder: arroz, feijão, açúcar etc. A intenção é aproveitar pacotes fechados, que vêm com mais quantidade do que o necessário — mas que ficam guardados.

Nos meses posteriores, eles mantêm apenas a compra no supermercado, para fazerem a reposição necessária até voltar ao atacado.

A cerveja não faz parte da lista, mas ganha espaço no carrinho se estiver com um preço bom, uma promoção atrativa. A quantidade sempre é pequena: por conta do espaço em casa, não é viável fazer estoque grande da bebida.

PAIN POINT

A cerveja da promoção muitas vezes é a da embalagem quente. No freezer, são poucas opções, com valor mais alto.

COMPRAS DE PERECÍVEIS

Eles encaixam a compra de supermercado no trajeto feito no dia a dia. Existe a facilidade de ser perto, não há gastos a mais com gasolina e exige menos função que ir a hipermercados, onde se precisa procurar vaga no estacionamento, andar muito, se preocupar com o pagamento do ticket.

No supermercado, eles conseguem ser mais ágeis pra fazer caber dentro dos horários do dia. E indo sempre, não precisam estocar alimentos mais frescos, por exemplo.

Compram itens como pão, carnes, iogurte. Gostam de passar pela prateleira do desconto, aquela área destinada aos produtos com vencimento próximo, que entram na promoção. É ali que descolam queijos mais finos, patês diferentes e sucos orgânicos por pechinchas.

CERVEJA SEMPRE À MÃO

As distribuidoras garantem cerveja gelada por um preço razoável e com a comodidade de levar em casa — mesmo que a entrega demore um pouquinho.

Então, mesmo que o preço seja maior que no atacado, não faz sentido para esse target estocar muita quantidade em casa. A própria distribuidora e os supermercados perto de casa suprem a necessidade eventual do dia a dia.

Esse tipo de comércio está espalhado pela cidade, mas presente, principalmente, nos bairros residenciais, longe dos centros comerciais. E, apesar de venderem a bebida para o consumo em casa, esses estabelecimentos começaram a disponibilizar mesas, para os clientes que insistem em beber no local.

PAIN POINT

A entrega da distribuidora pode não ser imediata. Dependendo do fluxo e rota de entrega, demora a chegar e nem sempre chega no ponto de consumo imediato.





PAIN POINT

A cerveja gelada nem sempre é mais barata na distribuidora, mas o supermercado tem longas filas e é pouco conveniente em alguns casos.

PROMOÇÕES + REDES SOCIAIS

Muito conectados e ligados ao celular, essas pessoas criaram um radar para conseguir comprar bebidas alcoólicas em grande quantidade por um preço baixo. Eles acompanham perfis no Instagram, que divulgam os preços das cervejas em diversos estabelecimentos da cidade.

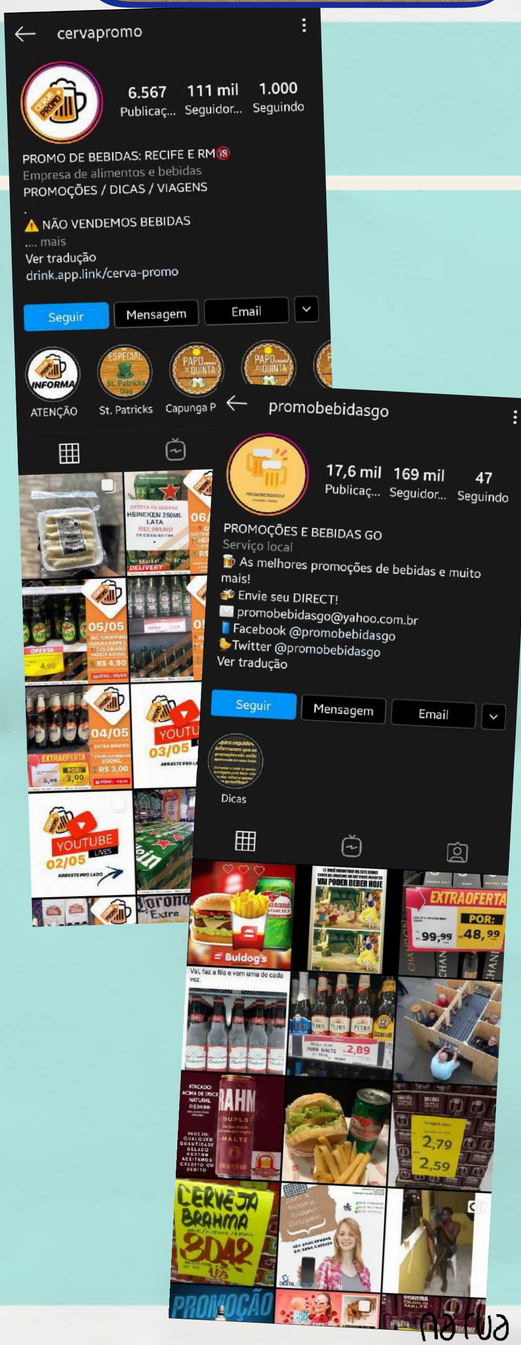
Em Goiânia existe, por exemplo, o @promobebidasgo, no Recife, o @cervapromo. Todas são contas participativas, onde os próprios seguidores avisam sobre os lugares da cidade com promoção de cerveja.

Os preços são geralmente muito abaixo da média e, pra não deixar passar nada, essa galera ativa a notificação das contas, para saber quando há uma nova publicação. Se valer a pena, logo compartilham a informação nos grupos da família e de amigos. Todos se ajudam: quem puder ir, compra pra quem não pode. Também acontece de fazerem uma compra em conjunto, com alguma ocasião em mente.

O único problema é que as promoções geralmente limitam a quantidade vendida por pessoa. Se for um preço imperdível, é melhor pegar o carro e levar mais alguém junto para garantir um pequeno estoque em casa.

PAIN POINT

Produtos em promoção esgotam rápido e existe um limite de compra por pessoa.



O CHURRASCO COM OS AMIGOS

Os encontros são mais legais quando são improvisados. É comum os amigos marcarem uma social para aproveitarem uma boa promoção de cerveja, que encontram inesperadamente no supermercado.

Combinam tudo pelo WhatsApp. A compra é feita de forma coletiva, pra dividir o valor no final, ou uma pessoa toma a frente e paga a conta, para depois receber de cada amigo. Não existe muita regra, é um acontecimento espontâneo e, por isso, abre margem para várias alternativas.

Se a celebração é marcada com antecedência, vão às compras exclusivamente para a cerveja e a carne do churrasco, no hipermercado ou em algum atacado em busca das promoções vigentes.

PAIN POINT

Em encontros coletivos, a escolha de marcas perde espaço para o melhor preço. É preciso se adaptar ao grupo.



PAIN POINT

A compra coletiva no supermercado sempre demanda tempo e cálculos.

JOGOS EM CASA

Geralmente no final do mês, até como tentativa de economizar, organizam programas mais light, em casa, entre amigos mais chegados. É comum promoverem uma noite de jogos de tabuleiro — o Banco Imobiliário e o Imagem e Ação são os dois games que fazem mais sucesso entre a turma.

O encontro também pode ser em torno de jogos de carta, baralho ou até o UNO, o importante é ter um motivo para agregar: o fazer nada juntos.

Cada amigo leva seu fardinho de cerveja, geralmente comprado em distribuidoras ou lojas de conveniência pelo caminho.
O delivery também entra no esquema, chegando com as pizzas que são pagas na entrega, pra dividir o valor entre todos.

PAIN POINT

A conveniência tem cervejas mais caras, que só compensam em pouca quantidade e em situações específicas.





BARGANHAS

Um target que aprendeu a abrir novos caminhos através das trocas. Faz barganhas para conquistar espaços que não tem acesso cotidianamente, mas que pode usufruir através dos contatos que faz na vida.

Naturalmente, já recebem muitos convites, mas também são as pessoas que cavam oportunidades quando elas não surgem espontaneamente, como sugerir uma tarde na piscina do amigo, em troca de levarem a cerveja do rolê.

Quando a cerveja entra como moeda de troca, sabem valorizar marcas de qualidade porque é preciso gerar uma boa impressão, justamente como forma de compensação.

Isso mostra como esse público é versátil e aberto às experiências: vai da cerveja litrão à long neck de Heineken, pra beber com estilo.

PAIN POINT

A long neck costuma ser mais cara que a latinha. Para ganhar no quesito status, se perde em quantidade.

BAR DA MODA

Um perfil que transita bem entre realidades diferentes. Gosta do boteco pé sujo na mesma medida em que adora ir para um bar mais chique da cidade.

Se sentem orgulhosos por serem as pessoas que coletam as referências e fazem o intercâmbio entre as turmas que permeiam. É o prazer de se sentirem circulando em diversos mundos, sendo os conectores de diferentes realidades.

O bar da moda é o lugar badalado, em que eles vão com os amigos para mudar um pouco de cenário, ver gente e ser visto, claro.

São estabelecimentos que trabalham esse conceito de status: as pessoas desfilam seus carros, suas melhores roupas, cabelo e maquiagem. É o lugar para consumir a bebida da moda, os drinks, o gin, um contexto muito diferente dos encontros na distribuidora, com cerveja litrão e batata chips.



PAIN POINT

O bar da moda é um evento, exige muita preparação (principalmente feminina, cabelo, maquiagem). É legal, mas tem que estar no espírito de sair para ver e ser visto.

A cerveja perde espaço nesses lugares. Combina mais beber um drink.

Consumo em bares com couvert artístico e taxa de serviço encarece a conta e barra um pouco o consumo.

EXPERIÊNCIAS

O dinheiro extra, do trabalho complementar, vem pra dar uma segurada nas contas mas também para trazer aventuras.

São essas pessoas que vão topar comprar um pacote de viagem para o feriado, ir com os amigos para o interior no final de semana e participar de um festival em outro estado. É muito importante eles se sentirem descobrindo o mundo e colecionando histórias para contar.

Perceberam que, sendo plurais, amigos de vários tipos de gente, eles recebem mais convites, se abrem para a possibilidade de viver situações extraordinárias ao dia a dia normal.





TRANSITA POR UNIVERSOS DIFERENTES

curte o churrasco na obra com os colegas de trabalho, assim como curte frequentar o circuito mais badalado da cidade: a cerveja ajuda a fazer a ponte entre as diferentes realidades.

A TECNOLOGIA COMO PARCEIRA

ajuda a maximizar ganhos, diversificar o repertório e aumentar as experiências pessoais.





o Félix resolveu virar motorista de Uber para aumentar a renda mensal: é o dinheiro que possibilita as pequenas alegrias do dia a dia.

RELAÇÃO COM O ÁLCOOL



MERECIMENTO DEPOIS DE UM DIA CANSATIVO (CERVEJA)



REFRESCA O CORPO E REVIGORA O ÂNIMO (CERVEJA)



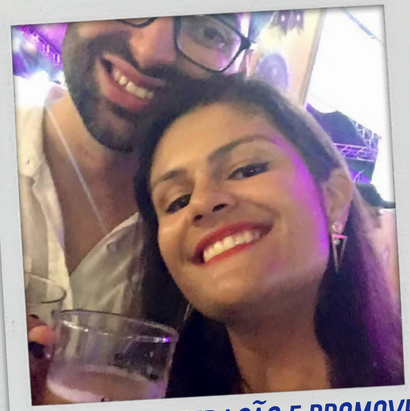
ESTÍMULO PARA SITUAÇÕES QUE EXIGEM ATITUDE (CERVEJA E DESTILADOS)



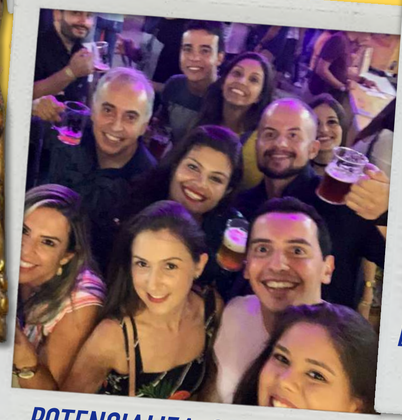
AJUDA A TRANSITAR ENTRE DIFERENTES REALIDADES (CERVEJA)



ESCAPISMO DA ROTINA (CERVEJA)



MOTIVA A INTERAÇÃO E PROMOVE A ESPONTANEIDADE (CERVEJA)



POTENCIALIZA OS MOMENTOS E AS RELAÇÕES (CERVEJA)



DESPERTA O INTERESSE EM EXPLORAR NOVOS SABORES E COMBINAÇÕES (CERVEJA E DESTILADOS)



HI–LO ENTRE CERVEJAS PREMIUM E MAINSTREAM

- AS TRADICIONAIS CASAM BEM COM SITUAÇÕES ESPONTÂNEAS, DE INTIMIDADE E COMPARTILHAMENTO COM OS AMIGOS MAIS PRÓXIMOS
- AS SOFISTICADAS CONSTROEM UM CLIMA ESPECIAL PARA OS MOMENTOS DE STATUS



CERVEJA OUTRO NÍVEL

- GRUPOS NAS REDES SOCIAIS PARA A DIVULGAÇÃO DE PROMOÇÕES: O PARÂMETRO DE SOFISTICAÇÃO COMEÇA A SER OUTRO (E ÀS VEZES CABE NO BOLSO !)



TIPOS DE DESTILADOS QUE SE TORNARAM HIT RECENTE

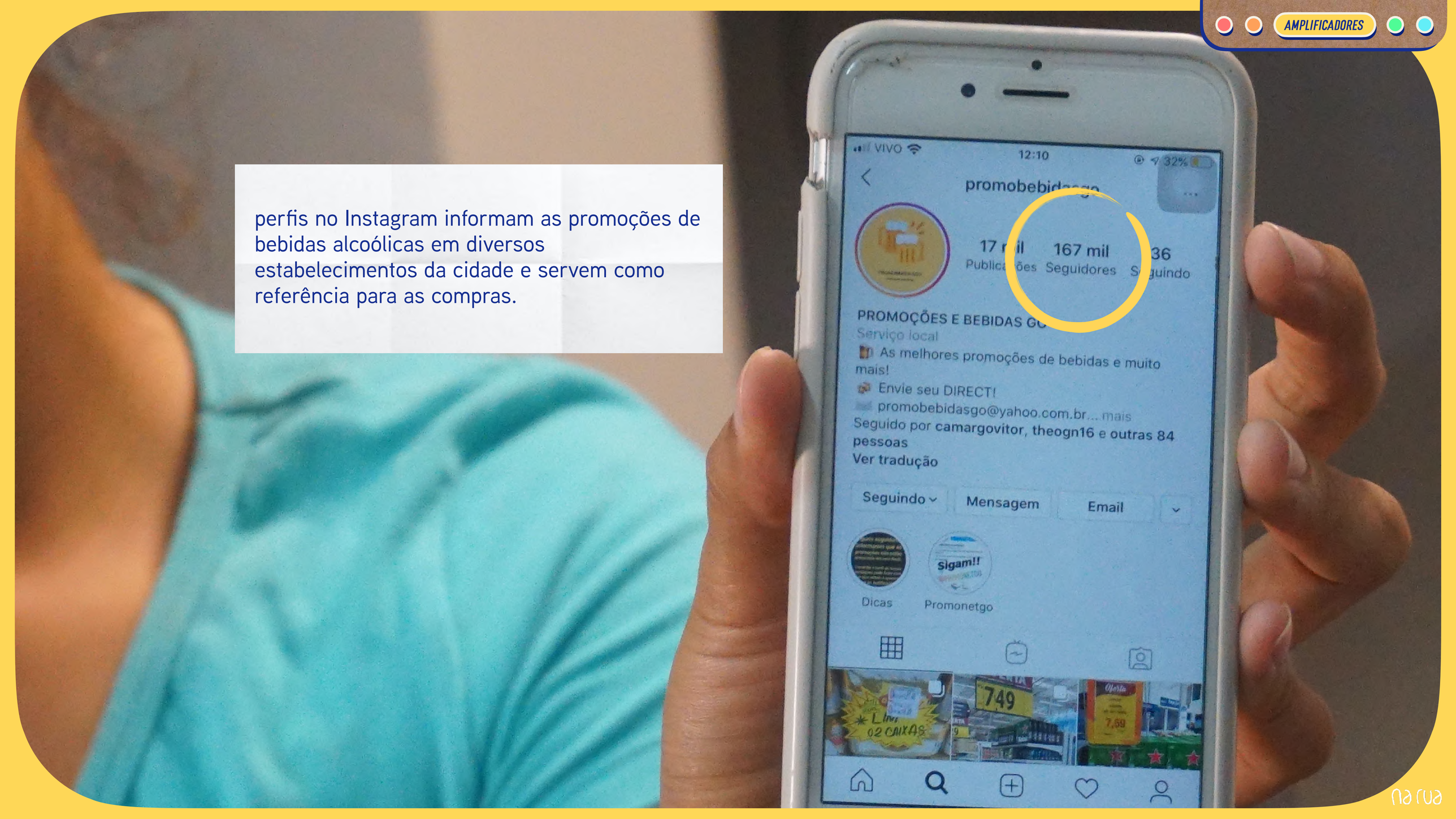
- POSSIBILIDADE DE RECRIAR, EM CASA, AS EXPERIÊNCIAS QUE SE POPULARIZAM NO INSTAGRAM, E NOS BARES DO ROLÊ DA MODA

WHATSAPP
COMO RADAR DE PROMOÇÕES

supermercados usam o aplicativo para divulgar preços, que são compartilhados nos grupos das famílias e amigos: vira uma rede que troca informação sobre as promoções imperdíveis.



perfis no Instagram informam as promoções de bebidas alcoólicas em diversos estabelecimentos da cidade e servem como referência para as compras.



BARGANHA PRA CONQUISTAR ESPAÇOS

a prima libera a piscina e a Mariane leva cerveja ou os ingredientes para preparar drinks gostosos que acompanham o momento.



A RELEVÂNCIA DOS FORMATOS PARA OS AMPLIFICADORES

AMPLIFICADORES





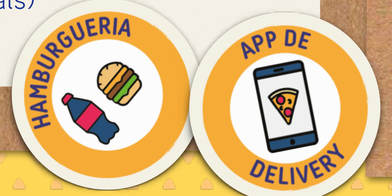




	LATA 350	GARRAFA 600	LONG NECK	GARRAFA LITRÃO
embalagem:	é o principal formato das celebrações em casa, geralmente a embalagem mais constante nas promoções do supermercado, representando bom custo/ benefício	é parte da experiência do bar, cerveja em garrafa, no copo de vidro, para compartilhar. Esse é um target que tem mais facilidade para transitar entre diversos grupos, e esses encontros acontecem com uma certa frequência	presente nos estabelecimentos mais especiais que o target eventualmente gosta de transitar e conhecer, tem um ar de sofisticação e um preço que torna o consumo mais moderado	na gangorra entre o bar da moda e o esquema pé sujo, é o formato mais presente nos momentos despretensiosos, com os amigos mais chegados, nos dias em que o dinheiro está contado
drive de consumo:	possibilita o estoque: é a embalagem mais fácil de se transportar no porta-malas do carro, e também de guardar na dispensa e na geladeira. Facilita a divisão dos custos, no esquema "cada um leva o seu", e principalmente não dá muito trabalho no pós festa (não precisa retornar e o descarte é fácil).	quantidade boa para bater papo porque é suficiente para uma rodada, mas não demasiado para deixar a cerveja esquentar. Estimula a interação entre as pessoas, coloca todo mundo da roda na mesma vibração: consumindo a mesma marca, partilhando o momento - e a conta - de forma igual.	tem um formato individual que casa bem com grupos grandes de amigos, ou com encontros em lugares mais caros: cada um pode pedir a sua marca de preferência, provar sabores novos, e ter certeza que a conta será separada por comandas individuais. A cerveja long neck na mão representa personalidade, ajuda a compor a magia de uma ocasião mais especial	a cerveja de litrão é o símbolo máximo do rolê roots, da mesa improvisada na calçada, da simplicidade que se aflora em situações nas quais o target está completamente à vontade para ser ele mesmo e celebrar suas raízes. Estimula a divisão, a interação, junta a mesa em uma mesma vibração coletiva
canal principal:	grandes redes (promoções que chegam através das redes sociais)	bares simples (situações em que a cerveja representa espontaneidade)	points da moda (situações em que a cerveja representa distinção) formato comum também nos cardápios de aplicativos de delivery de comida (iFood, Uber Eats)	distribuidor (que coloca mesa na calçada pra virar um bar, ou faz disk entrega)



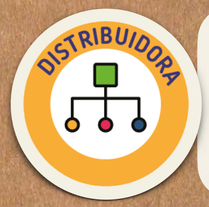






na rua

A RELEVÂNCIA DOS CANAIS PARA OS AMPLIFICADORES

canal	importância	frequência	produto	ponto forte	ponto fraco
 *atacarejos, hipermercados, lojas grandes de grandes redes*	compra para estoque de itens não perecíveis, aproveitando o desconto em pacotes fechados	frequência mensal e médio volume de compra de cerveja (normalmente). Ao mesmo tempo, é o canal de grande volume em caso de ofertas imperdíveis (cerveja)	pack com várias latas (algumas lojas apresentam o preço por litro para facilitar a comparação)	variedade enorme de marcas. Promoções que só grandes redes têm o poder de negociar junto ao fornecedor. Cartão com vantagens	não sobra muito espaço no porta-malas para a cerveja, porque os produtos essenciais são volumosos (caixa de leite, por exemplo)
 *pequenas distribuidoras, com foco em venda de bebidas pra levar pra casa (em temperatura ambiente ou gelada)*	estão por todas as partes nas regiões populares, são o canal mais cômodo para se comprar cerveja gelada em um volume mais considerável	média frequência, compra de cerveja em médio volume (pequenas celebrações em casa, cerveja gelada para consumo imediato)	litrão, quando a turma é pequena: dá pra usar os cascos da casa lata quando a turma é maior: fácil descarte	é o canal com cerveja mais gelada. Variedade, preço, entrega em domicílio (compras a partir de determinado valor).	a entrega às vezes é demorada e se torna mais vantajoso ir até o estabelecimento para buscar o produto
 *bares simples, bar da moda, circuito "balada"*	ambiente de encontros e confraternização para um target que gosta de transitar entre diversos grupos: do pé sujo ao bar da moda	vive em uma gangorra entre o bar simples (maior frequência, maior consumo) e o bar badalado (menor frequência, consumo moderado)	bar simples, conta dividida: litrão e garrafa 600; bar da moda, consumo individual: long neck	experiência de bar, um certo ritual, conversas e situações espontâneas (boteco)/ situações de status (bar da moda)	além da cerveja ser mais cara que em qualquer outro canal, outras coisas vêm pra conta: o cigarro, o doce, o petisco
 *supermercados de bairro, lojas de redes locais*	mais do que simples compra de reposição, é o canal de compras de produtos mais perecíveis - parte do caminho diário do target	frequência semanal de compras para a casa, mas baixo volume de compra de cerveja: mais cara que no distribuidor	pack ou latinhas soltas - sempre como parte de uma compra maior, focada em outros produtos	fazem parte do trajeto, possibilitam compras rápidas sem demandar muito tempo para passar no caixa e para estacionar	pouca variedade de bebidas geladas, ofertas menos agressivas
 *aplicativos de entrega de comida em casa (iFood/ Uber Eats)*	pedir comida é quase tão especial quanto comer fora de casa: faz parte do combo "preguicinha": sofá + comida + tv	alta frequência de pedidos, mas baixa frequência de consumo de cerveja: elas não fazem parte dos combos	geralmente cerveja long neck, que deixa o pedido mais especial, mas também encarece a compra	cupons de desconto e combos estimulam e possibilitam os pedidos durante a semana	A cerveja fica de fora de vários combos, e por isso acaba encarecendo muito o pedido, ou ficando de fora dele

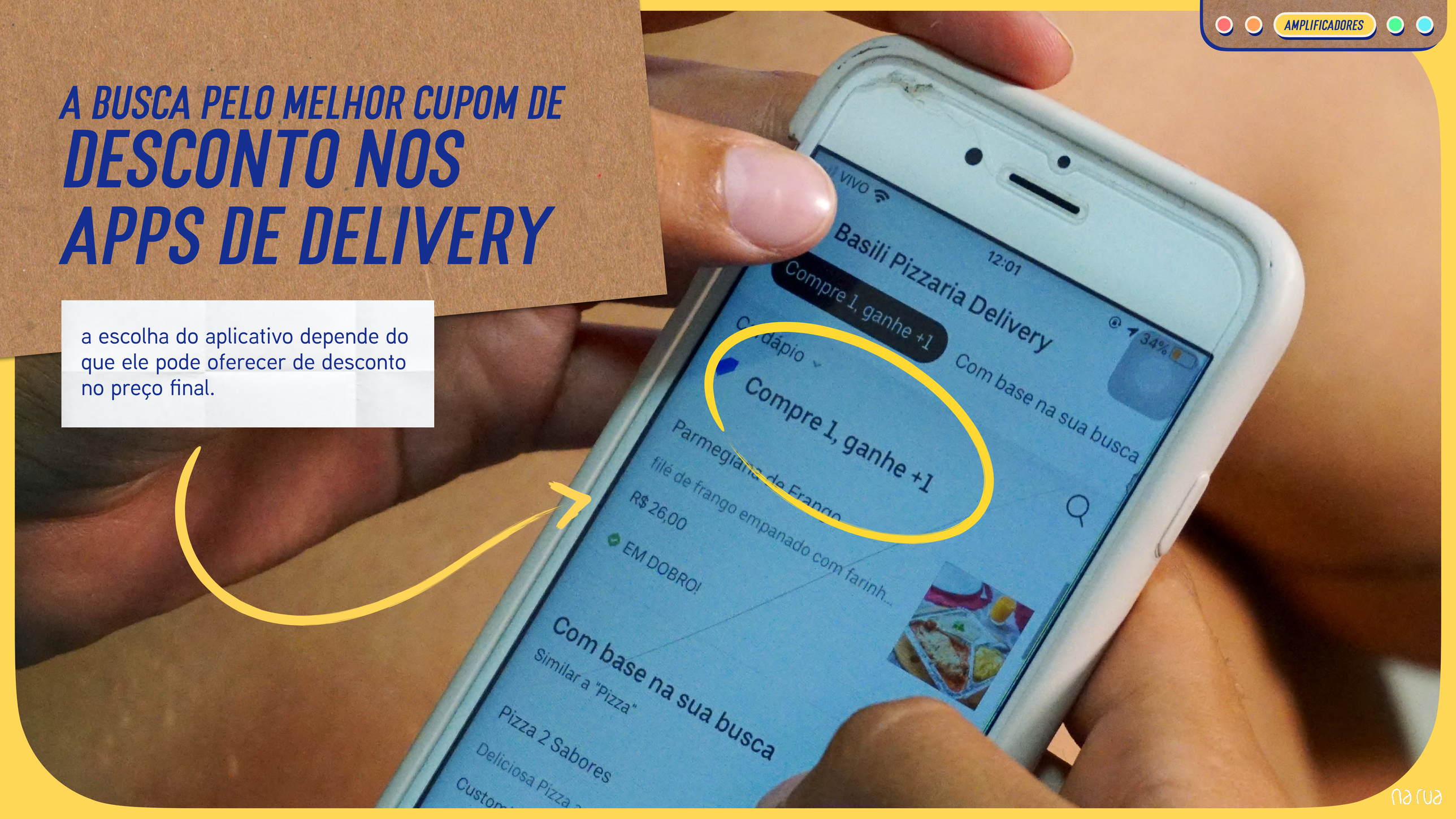
APLICATIVOS DE DELIVERY

COMO UM MIMO NA ROTINA



A BUSCA PELO MELHOR CUPOM DE DESCONTO NOS APPS DE DELIVERY

a escolha do aplicativo depende do que ele pode oferecer de desconto no preço final.



o desconto oferecido pelo aplicativo é a economia que pode virar a cerveja que acompanha a comida.



AS OCASIÕES PARA O PERFIL "AMPLIFICADORES"

OCASIÃO

FIM DE TARDE EM CASA

Encontrar diversão dentro de casa é uma tarefa cada vez mais importante em momentos de aperto financeiro: esse é um target dinâmico e que adora circular pela cidade, mas precisa priorizar os momentos em que pode gastar dinheiro.

A cerveja ajuda a transformar o jogo de futebol, ou o filme da TV em um programa mais animado, mesmo que seja no sofá de casa. Por isso são pessoas muito atentas às promoções do supermercado, e conseguem achar boas oportunidades de trazer mais sabor pra dentro de casa.

AMIGOS EM CASA PRA UM PROGRAMA LIGHT

A casa é um ponto de encontro para os amigos mais chegados, porque é uma forma de se reunirem e se encontrarem gastando pouquinho dinheiro: preparam algum tira gosto simples, e pedem umas garrafas de cerveja litrão no distribuidor - sempre no esquema vaquinha.

Jogos de baralho (ou de tabuleiro) dão uma graça, a preparação do petisco na cozinha é parte da diversão, e a cerveja entra como coadjuvante nesse momento.

Drinks, eventualmente, fazem parte dessa experimentação na cozinha

BAR PÉ SUJO

Esse é um perfil de pessoas que vivem na gangorra entre diferentes realidades, porque gostam de transitar entre diversos grupos: dos amigos do bairro aos amigos do trabalho na parte descolada da cidade.

Pra quem vive de fazer um intercâmbio entre um universo e o outro, o bar pé sujo é o ambiente em que esse target se conecta com suas raízes e encontra autenticidade, familiaridade. Puxam momentos de intimidade com os amigos do bairro, e isso estimula um consumo de cerveja mainstream, pra garantir muita fartura.

POINT DA MODA

No outro lado da gangorra, são pessoas que também gostam de viver experiências novas, circular em ambientes um pouco mais sofisticados, absorver referências.

Por isso tem aquele dia de sair pra um ambiente mais descolado, de se produzir para ver e ser visto. São situações em bares ou baladas mais caras, muitas vezes com preços fora das possibilidades financeiras cotidianas - mas que valem a pena a extravagância de vez em quando.

A conta aqui é individual, o que estimula o consumo de cervejas premium e em formato também individual.

Destilados e drinks aparecem como parte desse contexto (consumo muito mais moderado)

CUPOM DO DELIVERY

Os aplicativos de entrega de comida começaram a se popularizar nesse público em função dos cupons de desconto (principalmente durante os dias de semana).

Além de entregas grátis, promoções como compre 1 e leve 2 aparecem como uma comodidade que pode caber no bolso. Isso faz a noite em casa ficar mais especial, porque livra essas pessoas da tarefa de cozinhar, e ainda possibilitam lanches saborosos, daquele tipo que não se faz em casa.

A cerveja (muitas vezes) entra como parte do pedido, embora raramente façam parte dos combos e acabam pesando no bolso.

A PISCINA DO AMIGO

Esse target aprendeu a fazer barganhas, e precisa usar do seu jeitinho para conseguir transitar entre diferentes realidades. Eles possuem um jogo de cintura que permitem que eles ampliem suas oportunidades:

a entrevistada Mariane, se convida para a piscina da prima em troca das bebidas, num exemplo claro dos escambos para maximizarem seus recursos e potencializarem as experiências.

EMBALAGEM PRINCIPAL











CANAL











OVERVIEW AMPLIFICADORES



SITUAÇÃO ECONÔMICA

Perfil com médio poder de consumo: Renda básica formal suficiente ao essencial, com pouca folga, por isso buscam constantemente oportunidades para potencializar seus recursos para viver melhor:

perceberam que a tecnologia pode ser parceira no sentido de maximizar os ganhos, as experiências e as referências pessoais



DESLOCAMENTO

Facilidade de acesso aos grandes centros de comércio:

enfrentam o transito em carro próprio familiar, quase sempre compartilhado, que precisa estender o trajeto para atender aos demais integrantes da família (deixar o filho na escola, a esposa no trabalho dela, antes de seguir para o emprego, por exemplo)



COMPRAS PARA A CASA

Menos fiel ao local onde fazem as compras para o mês, que se alterna entre o hipermercado e as grandes redes de atacarejo: foco maior em produtos não perecíveis, estoque para tempo indeterminado

Motivo: busca por promoções e desconto em pacotes fechados, em quantidade superior ao consumo mensal.

+

Compra de produtos perecíveis nos supermercados, pelo menos quinzenalmente.

Motivo: facilidade de encaixar as compras no caminho de volta pra casa, com foco em produtos de geladeira



CONSUMO DE CERVEJA

Cerveja como uma ponte entre os universos que ele frequenta: do bairro onde mora, ao centro onde trabalha

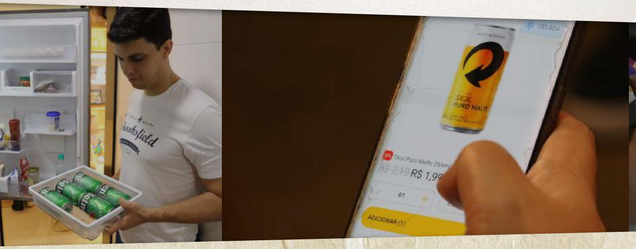
Vai das marcas tradicionais às cervejas premium, dependendo da circunstância, sendo um agente de intercâmbio entre realidades diferentes que ele participa. Carrega as referências de um mundo para outro e por isso tem várias turmas

Canais principais no dia a dia: o bar e pequenas distribuidoras

Canal principal em momentos de grande consumo: grandes redes, de acordo com as promoções que chegam pelas redes sociais.

ENTUSIASTAS

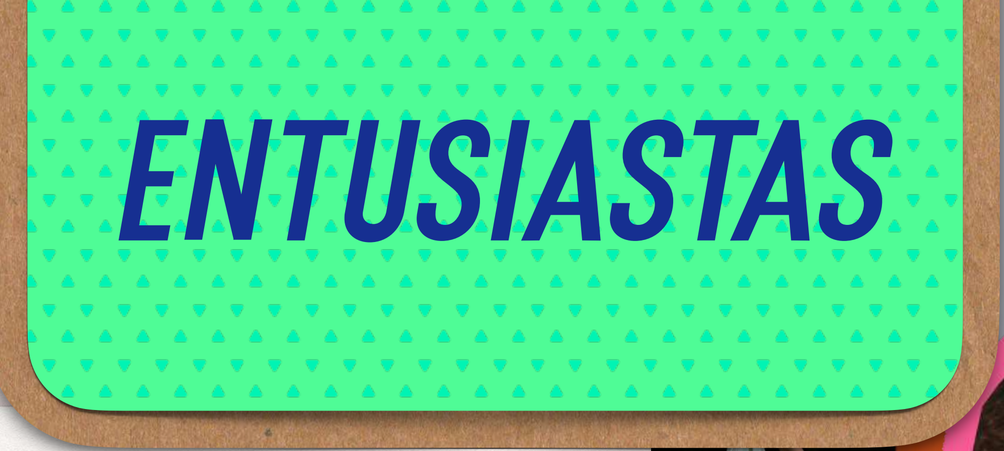
ÁLCOOL COMO INGREDIENTE PARA INCREMENTAR O SABOR DOS MOMENTOS ESPECIAIS:





PROCURAM FORMAS DE MARCAR AS SITUAÇÕES







RUBEN, 33
ASSESSOR PARLAMENTAR > CLASSE B // MOGI-GUAÇU



MARCELO, 46
PROFESSOR DE ED. FÍSICA > CLASSE AB // GOIÂNIA

THIAGO, 33
GERENTE DE CONCESSIONÁRIA > CLASSE AB // RECIFE



JÚLIA, 54
ESTETICISTA > CLASSE AB // SÃO PAULO



na rua


OS
ENTUSIASTAS
ASSISTA AO VÍDEO
https://youtu.be/YTiT5TbEuHs



JÚLIA

54, ESTETICISTA // CLASSE AB | SÃO PAULO

Júlia é esteticista e mora com o marido e a filha em um condomínio fechado na zona Oeste de São Paulo. Ela trabalha atendendo em clínicas particulares e na sua própria sala comercial, em Osasco, por isso tem horários menos formais durante a semana. Esse modelo de vida permite uma rotina mais livre, mais aberta aos acontecimentos espontâneos, e a Júlia sabe usar esses fatores ao seu favor.

Procura fugir do trivial sempre que pode. O café da manhã da família ganha uma mesa arrumada, com flores no vaso. O fim de tarde com o marido se torna mais especial quando ela arruma a mesa na sacada e prepara tira-gosto para acompanhar o vinho. O encontro com as amigas acontece em uma noite de drinks no seu restaurante preferido.

Gosta de provar sabores e acha que a bebida alcoólica está associada às ocasiões mais cotidianas, de lazer, conforto e bem estar. Por isso, equilibra os momentos em casa com os passeios para conhecer novos lugares e aumentar seu repertório de experiências.

A Júlia busca por exclusividade e bons momentos, mas sabe que precisa fazer tudo caber no bolso. A vida estável possibilita muitos privilégios, mas ela entende a importância do dinheiro.

A JORNADA DA JÚLIA

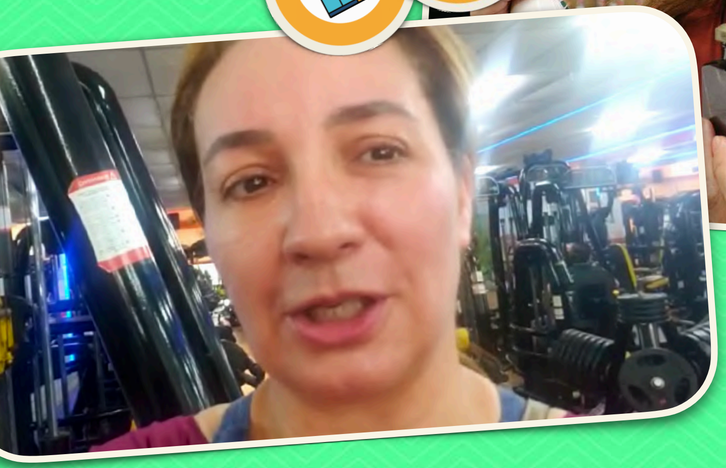


SEG 1

A Júlia acorda às 7h30 para conseguir fazer tudo que precisa com calma, sem muita correria. Ela gosta de preparar um bom café da manhã, com mesa farta e pão fresco comprado na hora.

O marido da Júlia é advogado e tem horários mais flexíveis. A filha entra no trabalho somente às 10h. Isso faz com que todos tenham tempo de participar do começo de dia em família.

Segunda é o dia de folga da Júlia, um dia atípico dos demais. Depois que fica sozinha, ela desce para a academia do condomínio, geralmente vazia pelo horário, e utiliza o restante da manhã para cuidar das necessidades da casa, incluindo a ida ao supermercado, caso necessário, para compras pontuais — aqueles itens mais urgentes, que estão faltando na despensa.



SUPERMERCADO

PADARIA



TER 2

Em dias normais, pela manhã a Júlia trabalha na sala comercial que aluga dentro de um hotel, a 10 minutos da sua casa. É lá que ela atende as pacientes particulares, com horário marcado, realizando diversos tipos de procedimentos estéticos, como peeling, limpeza de pele e massagens redutoras.

Ela montou o lugar para ganhar autonomia na profissão: ter o seu próprio espaço traz um reconhecimento maior, além de garantir uma renda mensal independente do mercado.

A curta distância entre casa e trabalho evita que a Júlia gaste tempo no trânsito e abre brechas para que ela resolva pendências pessoais entre um paciente e outro.



QUA 3

RESTAURANTE

A proximidade permite que a Júlia almoce na companhia do marido, sempre que ele está com o horário livre.

O residencial onde mora possui um restaurante self-service para atender os moradores. Como são apenas os dois, preferem usufruir dessa comodidade, ao invés de gastar tempo cozinhando e arrumando a cozinha. Além disso, lá ela consegue usar o VR que recebe no seu emprego formal.

Além da academia e do restaurante, o local tem também um bar, piscina, pista de caminhada e parceria com uma pizzaria vizinha, que entrega em casa. Com todas essas facilidades, em alguns momentos a Júlia consegue se resolver no próprio condomínio.



Não toma álcool no almoço porque vai trabalhar na parte da tarde — e trabalha atendendo diretamente os clientes na clínica.

QUI 4

SHOPPING

Na parte da tarde, a Júlia se desloca para um shopping próximo à avenida Paulista, onde atende em uma clínica particular.

O trabalho é muito semelhante ao que faz em sua própria sala, mas o fluxo de clientes é maior.
Só por voltas das 20h é que ela consegue parar para jantar na praça de alimentação. Existe uma preocupação em tentar manter a dieta e a vida saudável, por isso ela sempre opta por restaurantes que tenha combos de proteína e salada — e que aceitem o VR também.

Em muitas dessas refeições, a Júlia ganha a companhia da filha, que trabalha por perto e encontra a mãe pra voltarem juntas pra casa.

A filha topa tomar um chopp, mas muitas vezes a Júlia fica de fora: a preocupação com a Lei Seca é grande.

SEX 5

Normalmente, a Júlia frequenta os supermercados no dia a dia, de olho nas ofertas específicas dos dias da semana. Mas, quando recebe o pagamento da clínica, no quinto dia útil do mês, ela gosta de fazer uma compra mais demorada no Sam's Club próximo de casa.

A família já sabe que esse é um momento que leva tempo, por isso, na maioria das vezes, ela vai sozinha. Gosta de olhar os produtos com calma, procurar novidades, itens que a ajude nessa busca por exclusividade, mas é preciso caber no bolso.

A cerveja sempre entra nessa lista, mas nunca para fazer estoque. A Júlia escolhe o que pretende consumir naquele dia, algumas embalagens para constar na geladeira.

ATACAREJO



Os atacarejos no geral não oferecem muita variedade de marcas (a exceção são os que têm "clubes de compras", como o Sam's)



SÁB 6



EMPÓRIO ADEGA

A Júlia ama receber pequenos grupos de amigos em casa. Geralmente os encontros são programados com antecedência pra que ela possa se planejar.

Ela gosta de preparar pessoalmente os quitutes: faz antepastos e patês pra acompanhar os queijos e pães comprados em um empório do seu bairro. Gosta de cuidar da decoração da casa, arrumando a mesa com flores, usando taças, talheres e guardanapos que não são vistos no dia a dia.

O combinado é que convidados levam as cervejas que gostam de beber e o marido da Júlia prepara drinks com os destilados que eles têm na cristaleira da sala.

Fazer drinks exige expertise. É difícil preparar em casa aquele tipo de bebida que se consome em bons bares.

DOM 7

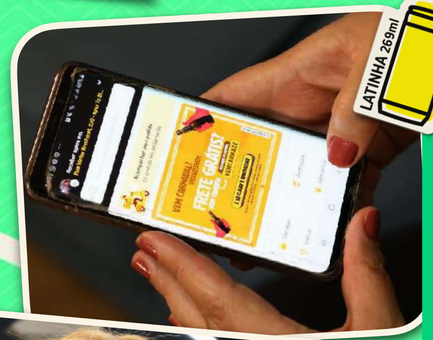
SEX 12

QUI 11

QUA 10

TER 9

APP DE DELIVERY



Aproveitando o dia de folga, a Júlia gosta de transformar o fim de tarde em uma ocasião especial. O "momento da varandinha" é quando ela arruma uma mesa na sacada do apartamento para ver o pôr do sol com o marido, com tira-gosto e uma bebida, enquanto curtem o tempo só dos dois.

Como não faz estoque em casa, a Júlia recorre ao Zé Delivery para pedir a cerveja, enquanto prepara a comida. A escolha se dá pela rapidez da entrega sem cobrança de taxa e porque as latinhas chegam geladas. Em outros apps, a experiência com bebidas alcoólicas não funcionou.

Ela também prefere a embalagem de 269 ml porque acha que a medida exata pra uma pessoa, o suficiente para encher um copo e não deixar esquentar.

SEG 8





A Júlia é também cliente frequente de um supermercado hortifruti que possui uma adega muito completa, por onde ela sempre passa para escolher um vinho.

Foi assim que ela descobriu que o comércio organiza sessões de degustação para clientes selecionados, que são convidados pelo próprio gerente do setor, através do WhatsApp.

Os encontros acontecem uma vez por mês por mês. O grupo recebe um sommelier para dar dicas sobre harmonização e a Júlia sai conhecendo novos rótulos e com novas garrafas pra experimentar com o marido.

Sente que as orientações sobre cerveja são menos difundidas do que as de vinho.



A JORNADA DA JÚLIA na rua

A JORNADA DA JÚLIA

Júlia e o marido permeiam diferentes círculos de amigos e por isso nunca falta convite para os mais variados programas.

Não é sempre que eles têm pique, mas acontece de aceitarem ir a uma balada, geralmente com festas temáticas. Na última, que tinha como tema o cabaré, a Júlia se empolgou nos conceitos, providenciando as roupas dela e do Maurício.

Com muita opção de bebidas no bar, ela foge da cerveja e aproveita para tomar drinks. Gosta de gin tônica e vodca com vermute, mas não dispensa também provar alguns sabores das caipirinhas, enquanto o marido fica no whisky.



A cerveja perde espaço nas situações que são consideradas mais especiais — como algumas comemorações e festas.

SÁB 13

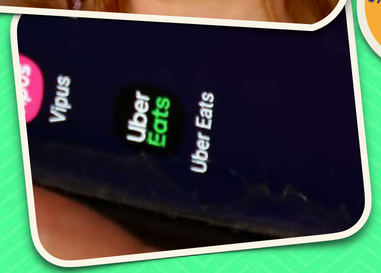
DOM 14



Depois de ir à missa, Júlia gosta de tirar alguns domingos pra curtir um pouco de sossego e ficar em casa.

O almoço é pedido no restaurante do condomínio ou por delivery, pra facilitar a vida da família toda. É o momento de curtir a preguicinha, de se esticar no sofá da sala e assistir a um filme na Netflix. Só desce do apartamento no fim da tarde, pra dar uma volta pelo condomínio.

É um momento importante pra ela, que valoriza muito combinar uma vida social muito ativa com momentos de descanso e sem nenhum compromisso.



SEG 15

TER 16

QUA 17

QUI 18

SEX 19

SÁB 20

DOM 21

SEG 22

TER 23

QUA 24

QUI 25

SEX 26

SÁB 27

DOM 28

SEG 29

TER 30

É mais fácil encontrar novidades no setor de vinho do que no de cervejas.

Quando a Júlia é convidada pra jantar na casa de amigos, ela não gosta de chegar de mãos vazias e sempre providencia um mimo aos donos da casa: uma entrada, um vinho, uma cerveja especial.

Quando ela já sabe de um gosto mais específico dos anfitriões, vai até um empório e escolhe um rótulo de vinho a dedo. Mas ela também gosta de incluir alguma aposta: aproveita as dicas do vendedor do empório e leva uma cerveja importada.

Esse é o perfil de alguém que tenta provar vários sabores, mas que está sempre aberta pra conhecer coisas novas e dividir as descobertas com os amigos.



A Júlia instituiu a quinta-feira como o dia do vinho em sua casa. Independente da bebida aparecer em outros momentos da semana, nesse dia ela abre uma garrafa para degustar com o marido e a filha.

Esse formato é motivo de piada entre os três, mas a brincadeira, segundo a Júlia, é só um jeito de marcar: "transformar um dia qualquer da semana em uma ocasião especial".

O jantar do domingo combina com pizza. O condomínio da Júlia tem parceria com um restaurante vizinho, o único estabelecimento que pode entregar o pedido na porta, sem cobrança de taxa.

Essa facilidade acabou conquistando a família da Júlia, só por evitar ter que descer até a portaria para resgatar a comida.

Mas, a bebida alcoólica quase nunca faz parte desse pedido, porque geralmente chega quente e precisaria ir para a geladeira antes de ser consumida. É mais fácil fazer um suco ou abrir um vinho para acompanhar a refeição.

A cerveja do delivery nem sempre chega no ponto para consumo e precisa ir pra geladeira.

Quando consegue liberar mais cedo do trabalho, a Júlia combina de encontrar o marido no shopping para aproveitar o happy hour oferecido por alguns restaurantes, como o Outback e o Andiamo.

São lugares que o casal gosta de frequentar, e que em horários específicos fazem promoções de bebidas para atrair o público: chopp em dobro, drinks pela metade do preço, combo de bebidas com petiscos.

Se estão próximo de casa, os dois se arriscam a beber. Quando estão mais distantes, o Maurício quase sempre vira o motorista da rodada, pra que a esposa possa aproveitar.



Além da cerveja e do vinho, a cachaça é outra bebida que a Júlia gosta de saborear moderadamente, como degustação.

Ela e o marido fazem parte do Clube da Cachaça de um bar na região em que moram. Nos encontros mensais são oferecidos para venda alguns rótulos diferentes, produtos exclusivos e produzidos em várias regiões.

Quem participa, pode comprar a cachaça que preferir e deixar o produto no bar para beber sempre que voltar.



A cultura da degustação de vinhos e destilados é mais difundida que a de cervejas.





RUBEN

33 ANOS, ASSESSOR PARLAMENTAR || CLASSE B | MOGI-GUAÇU

Ruben é assessor de um vereador na Câmara Municipal de Mogi-Guaçu. Mora com a esposa e o filho, de 5 anos.

O seu expediente de trabalho oficial é em horário comercial, mas como é o principal assessor do parlamentar (que é presidente da Câmara), ele acompanha o vereador em todos os seus compromissos públicos e extra-oficiais. Isso deixa sua rotina imprevisível, intercalando dias tranquilos com maratonas de trabalho que se estendem até tarde da noite e fins de semana.

Nos momentos livres, ele tenta aproveitar as opções mais legais da cidade: bons restaurantes, hamburguerias gourmet e bares da moda. Quando está em casa, sempre tem uma cerveja na geladeira ou vinho pra relaxar com a esposa.

Entusiasta de cerveja, já tentou montar uma coleção de garrafas diferentes, mas abandonou o propósito por falta de espaço pra guardar. Busca sempre comprar alguma marca que não conhece pra provar. E frequenta, também, a única loja especializada em cervejas da região: lá ele tem acesso a marcas que não encontra nem em bares e nem em mercados.

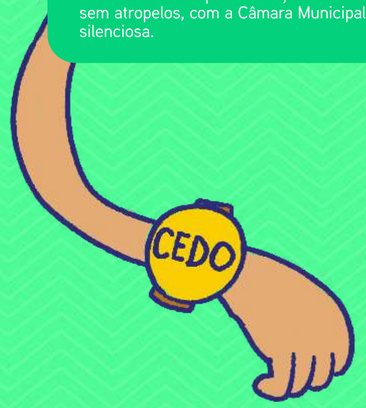
A JORNADA DO RUBEN



SEG 1

O Ruben acorda às 6h30, toma café da manhã reforçado em casa e sai para deixar o filho na escola. Ele e a esposa dividem as responsabilidades com o menino para não ficar pesado a nenhum dos dois.

Ele chega no gabinete onde trabalha uns 30 minutos antes do início de seu expediente. Como não tem controle sobre o horário que vai sair, ele criou essa rotina para começar o dia com calma, sem atropelos, com a Câmara Municipal ainda silenciosa.



TER 2

Depois das 8h30, a manhã é muito corrida. Rubem faz planejamentos, coordena atividades, orienta pronunciamentos, supervisiona os atendimentos a população feitos pelo vereador. Ainda é necessário ficar muito ao telefone e de olhos nos e-mails e nas notícias da cidade.

A correria é cansativa, mas ele aprendeu a gostar. Acha que lidar com temas de interesse público e desenvolver estratégias politicas o coloca dentro de um grupo de prestígio na cidade.







QUA 3

Por volta das 14h ele se obriga a parar e almoçar. O horário é o limite — poucos restaurantes da região oferecem comida de qualidade depois disso.

Normalmente ele se junta aos colegas de gabinete em um restaurante self-service, monta um prato que custa em torno de R$ 15 reais e pede um suco para acompanhar.

O dinheiro sai do próprio bolso, ele não recebe VR, mas tem um adicional no salário que cobre as refeições.



QUI 4

A tarde segue a mesma movimentação da manhã, além de incluir reuniões e a preparação para a sessão do dia seguinte. Dificilmente ele se libera antes das 18h.

No retorno pra casa, ele e a esposa se dividem na tarefa de passar no supermercado — a parada faz parte da rotina. Apesar de não se incomodar com a missão, ele assume que precisa receber uma lista pelo WhatsApp pra não se perder.

Aproveita para levar um pack de cerveja (Heineken é a preferida) para deixar na geladeira. É a bebida que vai sendo consumida no dia a dia, quando volta do trabalho, pra relaxar antes de dormir.

Para ter mais diversidade e qualidade de marcas, tem que enfrentar as filas longas do supermercado.



A JORNADA DO RUBEN

ENTUSIASTAS

O Ruben recebe o salário todo dia 5, no mesmo dia que a esposa. Os dois dividem as contas fixas da casa, mas compete a ele o pagamento dos boletos.

Tenta equilibrar os gastos ao longo das semanas pra não cometer excessos no começo do mês. Assim, consegue manter um padrão de vida médio ao longo de todo o período, e também garantir sua poupança de emergência.

SEX 5





É comum participar de happy hour para encerrar a semana, mas ele tem a sensação de que o momento é quase como uma extensão do trabalho, por envolver o círculo de pessoas com quem ele cotidianamente se relaciona.

No bar, ele alterna entre drinks e as cervejas de garrafa divididas entre todos — o que estimula a interação. Toma muito cuidado para não exceder os limites em um ambiente que não está livre de julgamentos.

Controla o consumo de álcool quando está entre os colegas de trabalho.

SEX 12

SÁB 6

Nas noites de sábado, o Ruben procura sair com a esposa e o filho. Às vezes, encontra também alguns amigos.

Jantar em uma pizzaria gostosa ou em um bar mais legal são programas frequentes. É uma forma de curtir um ambiente mais descontraído e ter a família por perto.

Bons estabelecimentos não costumam trazer grandes novidades no cardápio de cervejas. Mas, quase sempre, tem uma marca premium que ele gosta — o que já é suficiente.

A long neck garante a escolha individual e libera a mesa do consenso em torno de uma única bebida.

RESTAURANTE

LONG NECK 355ml

Precisa selecionar os lugares que vai com a família. Bares pequenos nem sempre são um ambiente agradável, familiar.



APP DE DELIVERY

Opções de cerveja são restritas (tanto em marcas quanto em embalagens) e não chegam na temperatura certa.

DOM 7

É pelo aplicativo de delivery que o Ruben garante o almoço da família no domingo. Pra quem correu tanto durante a semana, acordar mais tarde, tomar café com calma e se livrar da cozinha, é um presente.

Ele costuma receber muitos cupons de desconto e às vezes casa de escolher um restaurante onde pode usá-los.

É difícil pedir bebidas nessas ocasiões. A família vai ao supermercado toda semana e sempre garante sucos, refrigerantes e alcoólicos. Não compensa pagar o preço mais alto em uma cerveja que, ainda por cima, vai chegar meio quente.

SEG 8

TER 9



QUI 11

QUA 10

Pouca variedade de lugares segmentados para cerveja.

Diferente dos vinhos, que têm mais informação, não existe uma venda informativa para a cerveja.

EMPÓRIO ADEGA

O Ruben divide a paixão por cerveja com um colega de trabalho. Quando dá certo, os dois combinam de ir juntos a uma empório especializado em cervejas especiais.

A loja, única na região, faz parte da franquia do "Mestre Cervejeiro", que vende bebidas artesanais próprias — além de rótulos importados que dificilmente são encontrados nas prateleiras dos supermercados.

Embora seja um entusiasta, e não um especialista, o Ruben gosta de vivenciar a "cultura da cerveja". Já fez "tours" em fábricas durante viagens e gosta de ficar antenado às novidades do setor.

GARRAFA 600ml

LONG NECK 355ml

na rua

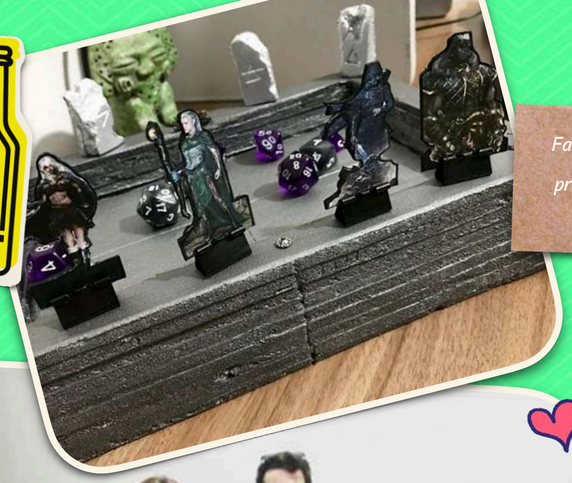
A JORNADA DO RUBEN

Um dos passatempos preferidos do Ruben é o jogo de RPG. Ele costuma marcar encontros com os amigos em casa para brincar com o jogo de tabuleiro.

A reunião ganha toques gourmet. Cada pessoa leva a bebida que pretende consumir, mas mesmo assim o Ruben gosta de ter um tira gosto e uma bebida gelada comprados no supermercado da cidade. A esposa ajuda, preparando os petiscos e abrindo o bar da casa, que tem sempre um vinho e alguns destilados.

SUPERMERCADO

LONG NECK 355ml



As melhores marcas de destilados são mais caras nos mercados do que em lojas mais especializadas.

SÁB 13

DOM 14

SUPERMERCADO



Nos dias livres, quando vai ao supermercado com mais calma, Ruben topa perder um tempo no setor de bebidas.

No local, o próprio estabelecimento disponibiliza um painel interativo sobre os rótulos de vinho. A tela dá informações sobre os tipos de uva, dicas de harmonização, receitas passo a passo, o que acaba o influenciando na compra.

O Ruben já usou esse painel, mas gostaria que ele fosse abastecido também com informações sobre cervejas — bebida que tem sua preferência).



SEG 15

TER 16

QUA 17

QUI 18

SEX 19

SÁB 20

DOM 21

APP DE DELIVERY

BAR

BOTECO

LONG NECK 355ml

DRINK

RESTAURANTE

LONG NECK 355ml

DESTILADO

Quando necessário, o Ruben precisa trabalhar no final de semana, acompanhando o vereador em sua agenda. O compromisso, muitas vezes, é um almoço informal de cortesia, parte do jeito político de se fazer acordos e parcerias.

Nessas situações, costuma se servir de bebidas mais sofisticadas, quase como parte do personagem que assume. O ambiente é propício para fazer contatos, trocar telefones, e ele acha que uma dose de whisky combina mais que um copo de cerveja.

VINHO

SEG 22

TER 23

QUA 24

QUI 25

SEX 26

SÁB 27

DOM 28

SEG 29

TER 30

VALE NIGHT

Fazer drinks exige conhecimento. É legal consumir a bebida preparada por profissionais, mas é difícil reproduzir em casa.

BAR

BOTECO

DRINK

Quando conseguem deixar o filho na casa dos avós, o Ruben e a esposa ganham "vale night" para curtir um passeio a dois.

Aproveitam essas situações para conhecer algum bar novo da cidade ou para repetir a experiência em um que já tenham aprovado. O Ruben toma drinks, de preferência um que ache difícil reproduzir em casa.

É a situação em que é legal ter um serviço especializado, como de bartenders e sommeliers.

SUPERMERCADO

LATA 350ml

Quando a família se reúne para um almoço de domingo na casa dos pais, o Ruben costuma levar um fardo de latas de cerveja que compra no supermercado.

Elas são mais fáceis de acomodar na geladeira, garante o consumo de mais pessoas e não quebram — fator importante em um ambiente com muitas crianças.



LONG NECK 355ml

O Ruben curte tomar uma cerveja sozinho enquanto assiste um jogo de basquete ou futebol americano em casa.

Se não tiver bebida em casa, ele recorre a uma loja de conveniência no bairro: dá pra ir rapidinho de carro, o lugar está sempre aberto e tem a garantia de produto gelado.

O preço é mais alto. Ele pega apenas o que vai consumir e deixa pra abastecer a geladeira quando for ao supermercado.

SUPERMERCADO

LOJA DE CONVENIÊNCIA

LONG NECK 355ml

Conveniência resolve o consumo pontual. Preço é bem mais alto do que no mercado.





na rua



THIAGO

33 ANOS, GERENTE DE CONCESSIONÁRIA || CLASSE AB | RECIFE

Thiago é casado com a Gabriela, com quem tem um filho de 5 meses, e trabalha gerenciando as vendas de um grupo de sete concessionárias Hyundai. Workaholic, ele está sempre com o computador por perto e vive levando trabalho pra casa.

Ele é o tipo de consumidor que se sente confortável comprando as marcas que já gosta, nos estabelecimentos que já conhece, mas tem aprendido com a esposa a pesquisar preço, aproveitar promoções e conhecer lugares diferentes, como forma de ampliar seus horizontes e fazer economias que podem ser revertidas em novas experiências.

Gosta muito de apreciar a cerveja, mas gosta principalmente das situações que se desenham em torno dela: amigos reunidos, bate-papo, conversa em dia, acompanhando uma boa refeição ou um momento mais gourmet.



A JORNADA DO THIAGO

PADARIA

Thiago não tem um horário fixo para acordar — o trabalho permite que ele construa sua própria agenda.

Mas com um bebê em casa, ele não pode ser dar ao luxo de levantar tarde. Às 6h já está de pé, é parceiro da esposa na rotina matinal, na preparação do banho do filho e nas trocas de fralda. Ele é também o responsável pela ida diária à padaria e pelo café da manhã do casal.

SEG 1



TER 2

Apesar de gerenciar várias concessionárias de carro, o Thiago costuma passar a maior parte do tempo na loja matriz — é lá que começa o seu dia.

De carro, leva cerca de 15 minutos para chegar ao destino. Durante o trajeto, costuma conectar o bluetooth do celular no aparelho de som para transformar o deslocamento em um momento produtivo: fala com os coordenadores de cada loja, entende as demandas, repassa tarefas.

RESTAURANTE

O almoço acontece por volta das 13h, em um dos lugares próximos ao trabalho. Ele sempre varia entre 3 ou 4 restaurantes, "pra não enjoar do tempero da comida". A preferência é pelo self service, sistema que oferece variedade de saladas e ele tem mais controle sobre a quantidade do prato.

A bebida alcoólica raramente faz parte desse momento porque, na maioria das vezes, ele almoça acompanhado de outros colegas de trabalho e acha que não pega bem misturar os momentos.

QUA 3

O consumo do álcool não acontece em horário comercial: o que os colegas de trabalho vão pensar?



QUI 4

HAMBURGUERIA



No período da tarde, entre atendimentos e reuniões, o tempo passa rápido para o Thiago. Existem mais tarefas do que horas no dia e por isso ele nunca sabe quando vai se liberar.

É comum que as lojas fechem e ele ainda tenha pendências para dar conta. Nesses dias, ele adotou um esquema que tem funcionado: leva o notebook até uma hamburgueria próxima de casa, que tem um espaço mais acolhedor, com mesas espaçosas e wi-fi liberado. Além de trabalhar, ele aproveita para comer e beber uma cerveja.

Lei seca influencia na escolha do lugar: voltar para casa dirigindo é um problema.

A JORNADA DO THIAGO na rua



Oficialmente o Thiago não trabalha no sábado. Em raras exceções ele precisa ir até uma loja resolver problemas pontuais, mas no geral tem o dia livre para aproveitar.

A "banca" é um lugar frequente. A estrutura é quase de um food truck parado na rua, que vende almoço, petiscos e cervejas. As mesas são colocadas na calçada, debaixo de árvores, e grupos chegam para passar a tarde batendo papo.

O lugar só vende cerveja litrinho e as opções de marca são pequenas, mas virou um lugar tradicional entre os amigos, e por isso o Thiago não reclama: a cerveja é só uma desculpa para o momento de socialização.

Falta opção de marca e embalagem nos estabelecimentos pequenos.



SEX
5

SUPERMERCADO

LATA 350ml

Não existe um dia específico para a ida ao supermercado, depende das necessidades reais da casa. Mas se tornou comum ele fazer uma compra na sexta-feira, pensando em abastecer a geladeira para o final de semana.

O Thiago reveza entre três supermercados próximos — no caminho entre trabalho e casa. Um maior, para fazer compras mais elaboradas, o Minuto Pão de Açúcar e o Carrefour Express, pela localização — os dois ficam a uma quadra de casa e ele pode até ir a pé, se preferir.

A cerveja em lata é parte da lista e a escolha da embalagem não é aleatória: Thiago comprou recentemente uma geladeira nova pra casa, que possui um compartimento especial, capaz de gelar 6 latinhas em 10 minutos.

A geladeira do supermercado nem sempre está abastecida com a cerveja que o Thiago quer comprar.

DOM
7

APP DE DELIVERY

Domingo é o dia oficial do delivery na casa do Thiago. Geralmente, é em um dia em que ele está de folga e não quer ir para o fogão — a preguicinha fala mais alto. Ele e a esposa chegam ao consenso de um prato único para os dois e pedem um refrigerante ou suco de acompanhamento.

Thiago não compra cerveja pelo app. Essa tentativa já aconteceu, mas a experiência não foi boa: a cerveja chegou quente e precisou ir para a geladeira. Acabou não sendo consumida junto com o almoço.

Cerveja comprada por aplicativo de delivery nem sempre chega gelada e precisa ir pra geladeira, enquanto a comida é consumida imediatamente.

Melhor comprar alguma bebida que possa ser consumida com gelo (refrigerante, suco) e comprar a cerveja em outro lugar.



SEG
8

TER
9

QUA
10



QUI
11

Um amigo joga o convite no grupo de WhatsApp e a turma acaba combinando uma ida à conveniência durante a semana. O lugar fica em um posto de gasolina do bairro vizinho ao do Thiago e virou point de encontro da galera por oferecer variedade de marcas de cerveja.

A geladeira é como uma câmara fria em que o cliente pode entrar para escolher o produto que quer. O lugar só vende embalagem long neck, logo, a escolha é individual e o pagamento também.

O Thiago aproveita essas oportunidades para provar rótulos novos, que fogem das marcas mainstream que costuma consumir.

Cerveja mais cara nas conveniências, que só compensam em pouca quantidade e em situações específicas.



Quando se casaram, o Thiago e a Gabriela combinaram que sairiam para jantar uma vez por semana. É o momento do casal, de conversarem sobre assuntos que fogem de trabalho e rotina da casa.

Desde que o bebê nasceu, as saídas têm sido menos recorrentes, mas ainda assim conseguem um respiro pelo menos uma vez por mês, quando uma das avós topa cuidar do neto.

A Gabriela não está bebendo no momento e assume o volante, por isso, o Thiago topa sair da cerveja e consumir bebidas mais fortes, como drinks e destilados.

SEX
12



A JORNADA DO THIAGO

É comum os amigos se reunirem para fazer churrasco. É o tipo de encontro preferido do Thiago, porque o ambiente é familiar, as esposas e filhos acompanham e o custo é baixo — já que cada pessoa contribui com carnes e bebidas.

A turma dele gosta de dividir descobertas: um leva uma carne diferente, outro coloca na roda uma cerveja difícil de ser encontrada nos supermercados, alguém testa uma receita de drink.

Esse contexto tem o ajudado a expandir seu conhecimento sobre harmonização. O churrasco virou o lugar de testar combinações que no dia a dia não fazem parte do cardápio.

Pega mal levar cerveja popular no churrasco com os amigos. É preciso ter algum critério para colocar a bebida na roda.







SÁB 13 · DOM 14 · SEG 15 · TER 16 · QUA 17 · QUI 18 · SEX 19 · SÁB 20 · DOM 21 · SEG 22 · TER 23 · QUA 24 · QUI 25 · SEX 26 · SÁB 27 · DOM 28 · SEG 29 · TER 30 · QUA 31

O Thiago cortava o cabelo em um salão próximo ao trabalho, mas um dia voltando pra casa, descobriu uma barbearia nova no bairro e decidiu testar: acabou virando cliente do lugar.

A mudança se deu por gostar do serviço, mas também por ter curtido o que o ambiente pode oferecer. Além de bancadas para notebooks, com wi-fi liberado, existe um salão com mesas de sinuca, cafeteria e geladeiras de cerveja.

BARBEARIA

LONG NECK 355ml

Pelo menos uma vez por mês o Thiago precisa ir a João Pessoa para participar de uma reunião regional com outros gerentes de concessionárias. Nessas ocasiões, ele fica de dois a três dias fora de casa e, se necessário, recorre aos serviços do supermercado online. Tendo um bebê recém-nascido em casa, fica fora de cogitação a Gabriela fazer as compras.

No site do Pão de Açúcar ele escolhe os produtos de acordo com a lista enviada pela esposa, agenda a entrega (geralmente para o dia seguinte) e paga 15 reais pelo frete. O serviço não é rotineiro e não o agrada muito - ele acha absurdo pagar o valor, mesmo entendendo a comodidade. Por isso, só utiliza quando não há outra saída.

SUPERMERCADO ONLINE

MERCADINHO MERCEARIA

APP DE DELIVERY

Thiago recebe uma vez por mês, todo dia 31. O salário é depositado na sua conta pessoal, junto com as bonificações (quando bate a meta da empresa).

LOJA DE CONVENIÊNCIA

HAMBURGUERIA

LONG NECK 355ml

Apesar de não ser muito ligado a futebol, sempre que pode o Thiago acompanha os amigos no bar onde assistem o jogo da rodada. Geralmente, um bar mais simples, com mais cara de boteco.

Nesse ambiente, a turma divide a cerveja de garrafa em uma mesma conta, que no final é dividida entre todos.



A conta coletiva nem sempre é justa, mas pega mal pedir pra separar.

Dividir a garrafa de cerveja impede o consumo da marca que gostaria.



BAR BOTECO

GARRAFA 600ml



MARCELO

46 ANOS, PROFESSOR DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DJ || CLASSE AB | GOIÂNIA

O Marcelo é professor de Educação Física e personal trainer. Todos os dias ele dá aula para turmas de crianças e adolescentes em duas escolas de Goiânia, atende academias e consultorias particulares, nas residências de seus clientes.

Aos fins de semana, ele também trabalha como DJ em festas e eventos, uma atividade que começou como um hobby, mas logo se tornou uma atividade profissional — e uma fonte de renda extra. A rotina corrida é responsável pela qualidade de vida que alcançou nos últimos anos.

Ele é casado e mora com a esposa e a filha de 7 anos. O casal tem um acordo muito bem esquematizada pra conseguir conciliar os horários de trabalho com as necessidades da menina. As contas também são bem equilibradas entre os dois, para bancar o padrão de vida confortável que possuem — mensalidade da escola da filha, passeios, serviços e produtos de qualidade.

A família costuma fazer compras semanais nos supermercados que ficam no próprio bairro e o Marcelo anda cada vez mais atento à seção de bebidas. Percebe que existem cada vez mais opções de marcas de cerveja, e que as informações sobre harmonização são cada vez mais divulgadas — o que abre uma porta na busca por combinações e novos sabores.

A JORNADA DO MARCELO

SEG 1

O Marcelo acorda às 5h20 todos os dias. A esposa sai de casa antes das 6h, porque entra muito cedo e trabalha longe (em Anápolis, uma cidade vizinha).

Depois que a esposa sai, ele toma café da manhã com a filha, arruma a lancheira da menina e a leva pra escola de carro. O lanche é escolhido com critério: sempre tem uma fruta e o suco é sem açúcar.

Todo o trajeto do Marcelo é feito com o carro que é o seu xodó: um Gol quadrado, antigo, que comprou por uma pechincha e reformou com muito cuidado.



TER 2

Na parte da manhã, o Marcelo trabalha como professor de Educação Física em escolas particulares da cidade.

Ele dá aula em duas escolas diferentes, pra turmas de crianças e adolescentes. Às vezes, tem turmas nas duas escolas na mesma manhã — ele se locomove de carro entre um endereço e outro.

A agenda muda de acordo com o dia, mas a rotina é bem estruturada pra que ele consiga encaixar com os horários da filha,

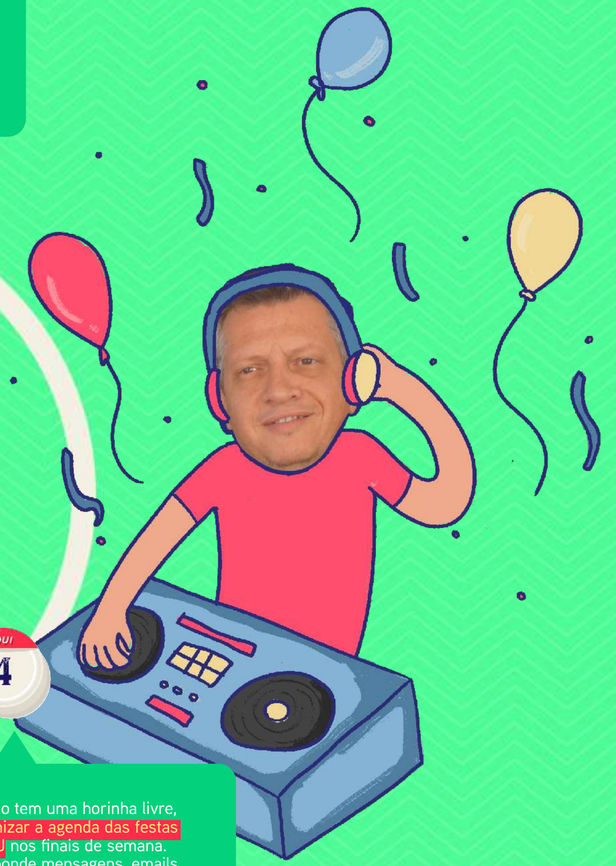


QUA 3

Às 12h, o Marcelo busca a filha na escola. Essa função é dele em todos os dias da semana, já que a esposa só sai do trabalho mais tarde.

Leva a filha pra casa e prepara almoço dos dois. Procura cozinhar pratos mais rápidos, e que dê pra eles almoçarem por uns dois dias: otimizando o tempo, ele se libera para novas tarefas.

Durante a refeição, pai e filha conversam sobre a manhã, sobre as tarefas que ela tem para fazer e sobre as atividades que estão acontecendo na instituição. Marcelo dá muito valor a esse momento de qualidade com a filha, principalmente por ser no meio do dia: "não é toda família que tem esse privilégio".



QUI 4

Depois do almoço, quando tem uma horinha livre, o Marcelo costuma organizar a agenda das festas em que trabalha como DJ nos finais de semana. É a hora em que ele responde mensagens, emails e repassa orçamentos.

Ele discoteca em eventos diversos, como festas de aniversário e de casamento. É uma atividade que começou como hobbie, apenas em encontros com amigos, e depois, virou um trabalho prazeroso — e que ainda garante uma renda extra pra ele e a família manterem o padrão de vida que conquistaram nos últimos anos.

A JORNADA DO MARCELO

SEX 5

Por volta das 15h, a esposa do Marcelo volta do trabalho e fica com a filha em casa. É nesse horário, no meio da tarde, que ele costuma sair novamente pra dar aulas particulares como personal trainer.

Como autônomo, ele atende em academias e residências. Tem clientes com um bom padrão financeiro e muito exigentes, por isso está sempre focado na preparação de suas aulas, estudando treinos e investindo em novos aprendizados.



No dia 10 de cada mês, ele recebe o salário das escolas e das aulas particulares — ele acha mais fácil concentrar tudo em uma mesma data para destinar corretamente o dinheiro que entra.

Paga a escola da filha, as contas da casa, separam a quantia que dá pra poupar e calculam o que sobra pra manterem um padrão médio de consumo ao longo do mês.

O que entra de dinheiro com os trabalhos como DJ vira um extra, que costuma poupar pra fazer viagens com a esposa e a filha.

QUA 10

SÁB 6

Aos finais de semana, ele costuma frequentar a casa de amigos (com a esposa e a filha), onde rolam pequenas confraternizações e jantares.

O Marcelo sempre leva alguma bebida — às vezes um vinho, mas com mais frequência é a cerveja. Nesses encontros informais, prefere a bebida por ser refrescante e por agradar mais o paladar dos amigos.

Ele tem ficado mais atento à seção de bebidas nos supermercados e percebeu que existe cada vez mais variedade de marcas.

Para os jantares com os amigos, costuma levar algumas latas ou long necks, porque podem consumir individualmente. A escolha acaba sendo determinada pelas opções que estiverem na geladeira do supermercado: é chato chegar com cerveja quente, que ainda precisa gelar.

Nem todas as embalagens e nem todas as marcas de cerveja são oferecidas geladas nos supermercados.



TER 9

Em alguns dias da semana, quando está voltando do trabalho pra casa, no começo da noite, o Marcelo passa no supermercado do bairro para comprar itens pontuais, que estão faltando em casa.

Ele e a esposa sempre trocam mensagens por WhatsApp pra listarem, juntos, o que precisa ser comprado pra abastecer os armários e a geladeira. O supermercado, apesar de pequeno, atende bem as necessidades deles e oferece todos os produtos de consumo frequente.



A ida semanal ao mercado, pra pegar itens do dia a dia pra casa, tem menos chances de incluir cerveja quando a compra é feita no início da semana.



DOM 7

SEG 8

Em alguns domingos, ele aproveita pra fazer um pequeno churrasco com o irmão na sua casa. O irmão leva alguns cortes especiais de carne e o Marcelo compra cervejas pensando no sabor que combina com a receita.

Marcelo sente que essas noções (de combinações de sabores) estão sendo mais divulgadas para o consumidor em geral. Gosta de aproveitar o acesso a essas informações pra fazer suas escolhas, baseado no prato que vai acompanhar a bebida. Muitas vezes, as dicas estão até nos rótulos das cervejas mais especiais.

Nessas situações, ele acaba comprando mais de uma marca diferente, pra poder fazer comparações. Muitas dessas compras são feitas em uma adega da cidade, que ele frequenta sempre que tem um tempo sobrando.



Nas quintas à noite, o condomínio fechado onde ele mora recebe uma pequena feira, com barracas de comida e bebidas. O Marcelo e a família aproveitam a comodidade pra jantarem por ali. A barraca preferida dele é a de "jantinha", o espetinho com acompanhamentos, muito comum em Goiânia.

A cerveja acompanha a refeição. Ele costuma tomar uma ou duas long necks, só pra esticar um pouco o momento, na companhia da esposa e da filha — e também pra ficar conversando com os vizinhos.







QUIOSQUE

LONG NECK 355ml

QUIOSQUE

LONG NECK 355ml

QUI 11

SEX 12

SÁB 13

DOM 14

SEG 15

TER 16

QUA 17

QUI 18

SEX 19

SÁB 20

DOM 21

SEG 22

TER 23

QUA 24

QUI 25

SEX 26

SÁB 27

DOM 28

SEG 29

TER 30

SUPERMERCADO

Pelo menos uma vez por mês, o Marcelo e a esposa tentam garantir uma noite só para os dois. Os avós ficam com a filha deles, e o casal sai pra um restaurante legal. Gostam de variar entre os lugares preferidos, mas também topam conhecer novas opções, geralmente recomendadas por algum cliente do Marcelo.

A ideia de uma noite especial também abre a porta pra pedidos mais especiais: tomam um vinho, um chopp ou provam drinks que não fazem parte do dia a dia. O garçom é um componente importante nesse momento, porque é a quem o Marcelo recorre para pedir dicas e ter a certeza que está escolhendo as melhores opções do cardápio.

VINHO

CHOPP

RESTAURANTE

LATA 350ml

SUPERMERCADO

APP DE DELIVERY

A família utiliza os apps de delivery, principalmente aos fins de semana. O pedido é quase como uma comemoração para o fechamento de mais uma semana e ajuda a celebrar o dia em que todos estão em casa.

Se não tem bebida na geladeira, o Marcelo pega o carro e vai até o supermercado mais próximo buscar cerveja e sucos gelados. Ele acha melhor sair de casa do que ficar restrito às poucas opções que os restaurantes oferecem pelos apps.

Apps de delivery tem poucas opções, e ele prefere garantir que vai tomar a bebida que quer (e não a que o restaurante oferecer pelo app).

Uma vez ou outra, ao longo do mês, o Marcelo encontra os amigos no meio da semana em um bar. Nessas situações, dividem uma garrafa de 600 ml ou tomam chopp, enquanto comem uma porção de tira-gosto.

O bar, pra ele, é um espaço onde pode confraternizar e se manter próximo da turma. A cerveja é a bebida que potencializa as celebrações e prolonga os momentos. Não é o momento do drink ou do vinho, é a cerveja que transforma o bate-papo numa experiência coletiva.

BAR

CHOPP

Apesar das idas constantes aos supermercados próximos de casa, todo mês a esposa do Marcelo faz uma compra grande em um hipermercado da cidade, onde vai em busca de boas marcas em promoção.

Ela sempre aproveita pra olhar as novidades, descobrir itens que não costumam encontrar nas compras semanais.

No hipermercado, dificilmente ela compra cerveja pra levar pra casa. O Marcelo prefere comprar para beber na hora (quando tem algum evento em vista). Ele acha que a ocasião define a bebida, então é melhor não arriscar a fazer um estoque.

HIPERMERCADO

SUPERMERCADO

APP DE DELIVERY

LATA 350ml

A JORNADA DO MARCELO

na rua

A JORNADA

DESPERTAR

A manhã começa com um tempo tranquilo o suficiente, por exemplo, pra se tomar um café da manhã em casa. Esse é um cuidado que muitas dessas pessoas têm antes de sair para os compromissos do dia.

Em alguns casos, alguém da família até traz pão fresco diariamente. Se não, ele é comprado na noite anterior, na padaria.

O início da manhã desse target é relativamente confortável. São pessoas que normalmente têm uma boa estrutura e suporte para suas tarefas matinais.

Costumam contar com padarias próximas e ter trabalhos em lugares acessíveis. Por isso, conseguem começar o dia sem grandes atribulações. Os horários estipulados são cumpridos, mas não é preciso acordar tão cedo pra começarem o expediente.



DESLOCAMENTO

O tempo previsto no trajeto até o trabalho (ou até outro compromisso do dia) não costuma passar muito de 30 ou 40 minutos. E, geralmente, o trajeto é feito de carro.

Nesse deslocamento diário da manhã, costumam ouvir notícias no rádio do carro ou podcasts no celular.

É um hábito de quem sempre está antenado nas notícias gerais. E de quem também tem interesses específicos, e está sempre buscando informações (e opiniões) especializadas.

Algumas pessoas desse perfil, principalmente as mais jovens, usam metrô (ou ônibus) — já que não têm um carro pra cada membro da casa. Mas, em muitos casos, quem pega transporte público consegue descolar uma carona até a estação com alguém da família.

Mesmo de transporte público, a locomoção costuma levar um tempo abaixo da média. Isso porque moram em localizações privilegiadas, próximas aos grandes eixos de transporte.



TRABALHO

Os horários de trabalho costumam ter um pouco de flexibilidade. Nesse perfil, em geral, estão profissionais bem qualificados, e que até supervisionam pequenas equipes (ou estagiários) em suas empresas. Aqueles que são profissionais liberais, já costumam ter uma carteira de clientes bem formada.

Quem ainda não está em um patamar mais estável da vida profissional, está com essa perspectiva. E quem é estudante e ainda está começando a carreira, costuma já ter um estágio legal e o suporte da família.

São pessoas que escolheram com o que querem trabalhar. E, até onde dá, também buscam escolher como querem trabalhar. Elas têm (ou estão construindo) carreiras com estabilidade. Planejam e focam exatamente nas oportunidades que desejam.

São pessoas que têm profissões dinâmicas — um dia não costuma ser igual ao outro. A rotina no escritório, de vez em quando, pode dar lugar pra um home office. Esse target, às vezes, também busca um café legal com wi-fi pra trabalhar (ou estudar, no caso dos universitários).



FINANÇAS ESTÁVEIS + BONIFICAÇÕES

O salário banca uma vida de padrão médio com alguns confortos — mas é preciso cautela para não ultrapassar nenhum limite. Até os pequenos gastos, somados, são vigiados por esse target pra que não perca o controle.

São pessoas que conquistaram uma renda formal suficiente para bancar todos os compromissos mensais (mas não para gastos muito extraordinários). Por isso, precisam dosar bem o que compram pra conseguirem manter um bom padrão médio de vida.

O trabalho garante uma renda que dá pra passar o mês com bom poder de consumo ao longo de todo o período (por isso, as pessoas desse perfil não buscam ganhar dinheiro extra fora do trabalho). De vez em quando, conseguem ver a renda aumentada com horas extras, gratificações e bônus.

ALMOÇO NO SELF-SERVICE

Essas pessoas costumam receber vale-refeição como benefício de suas empresas e, normalmente, almoçam na companhia de um ou outro colega de trabalho em um restaurante self-service, por quilo.

Variam de restaurante pra não comerem sempre "o mesmo tempero" no "mesmo ambiente". O VR garante esse prazer de variar. Existe uma preocupação em ter uma alimentação mais saudável no dia a dia. Por isso, o buffet precisa ter boas opções de salada.

O refrigerante entra de vez em quando junto com a refeição — já é comum, aqui, a preocupação em cortar excesso de açúcar.

Nesse perfil, quem é mais jovem, universitário, acaba cedendo mais vezes à vontade de comer sanduíches nas grandes redes de fast-food.

O BAR TRIVIAL PRO HAPPY HOUR

Em dias úteis, as pessoas desse perfil podem terminar o dia em um bar com os colegas do trabalho.

O bar do happy hour, quando junta muita gente, costuma calhar de ser mais popular do que aqueles que o target gosta de frequentar no fim de semana. Estar lá é uma espécie de "compromisso" profissional:

a cerveja dividida por todos incentiva a interação, e ajuda no relacionamento com os colegas, pois deixa as relações mais cordiais.

Esse bar, mais trivial, não significa que pode ser um lugar qualquer. São pessoas que primam minimamente pelo ambiente e alguma qualidade. Vão na expectativa de beber uma cerveja premium (de 600 ml) com o grupo, e não um litrão.

Já para o jovem universitário desse perfil, o ambiente do bar do dia a dia (na porta da faculdade) importa menos. Toma litrão numa boa, e até prefere essa garrafa pra render mais.

VOLTA PRA CASA

Quando volta pra casa depois do trabalho, esse target avalia quanto vai ficar no trânsito. O objetivo é garantir um tempo de qualidade depois do expediente (se já estão na rua e acontece um engarrafamento, costumam usar o Waze pra tentar escapar do tráfego mais intenso).

São pessoas que têm, no geral, flexibilidade pra sair mais cedo do trabalho por conta de algum compromisso ocasional (mesmo que tiverem que fechar algum trabalho em casa mais tarde, no notebook).

Na volta pra casa, alguns costumam passar na padaria pra comprar pão, leite, frios e alguma bebida pro jantar, por exemplo. Pra algumas pessoas, é um hábito diário. Nessa compra, pode entrar até algumas latas de cerveja, de alguma marca mainstream mais consagrada — pra relaxar e refrescar. A padaria também é o lugar pra pegar um bolo pra encorpar o café da manhã do dia seguinte.





PAIN POINT

Controla o consumo de álcool quando está entre os colegas de trabalho.

Seleciona minimamente os lugares em que bebe. Evita botecos simples demais.

A cerveja litrão é um downgrade no consumo do target. Por isso, sempre propõe a de 600 ml para o grupo.



PAIN POINT

As opções de cerveja na padaria costumam ser as mais comuns, com uma ou outra marca premium.

COMODIDADE EM CASA

Ao chegar em casa, podem tirar a maior parte do tempo restante do dia pra elas mesmas. Costumam ter diaristas, por isso limpar a casa é um trabalho que não demanda tanta preocupação e esforço — não precisam se ocupar com o grosso das tarefas domésticas.

As obrigações ficam mais restritas a cuidar dos filhos (quem é pai ou mãe), ou fazer alguma atividade da faculdade (para os estudantes).

Quando fazem jantar em casa, costuma ser algo mais leve, e de fácil preparo. Enquanto comem a pequena refeição, gostam de ver algum canal do pacote por assinatura na TV ou assistir algum filme. Às vezes, também lêem um pouco.

Quando passam a noite em casa, em dias de semana, essas horas que antecedem a ida pra cama são de relaxamento.



CUIDADOS PESSOAIS

Esse é um target que preza muito pela qualidade de vida. Por isso, costuma fazer alguma atividade como academia ou caminhada com regularidade (sempre perto do trabalho ou de casa, pra que o deslocamento não seja um incômodo — e também pra otimizarem o tempo).

Alguns buscam alternativas mais econômicas, como usar a academia do condomínio (ou a quadra, pra praticar um esporte com os vizinhos do prédio).

Além das atividades físicas, também entram aqui cuidados estéticos com alguma regularidade (como cabeleireiros e barbeiros). São pessoas que já podem investir algum tempo (e recursos) nisso.

Entrevistamos, inclusive, pessoas que gostam de frequentar barbearias que funcionam também como espaços de convivência e lazer (salões com mesas de sinuca e geladeiras com bebidas). Isso valoriza ainda mais esses momentos de cuidado próprio.



PAIN POINT

A busca por uma vida mais saudável e equilibrada (por questões de saúde e também estéticas) muitas vezes representa um freio na quantidade e na frequência do consumo de álcool.

SERVIÇOS PRA FACILITAR A VIDA

Os serviços que garantem algumas facilidades extras no dia a dia são rotineiros pra esse target. Os pequenos gastos com alguns supérfluos fazem parte da rotina, com moderação.

Como não estão sempre com carro, costumam usar Uber quando vão pra algum passeio — ou até mesmo no dia a dia, uma vez ou outra, caso isso signifique economia de tempo.

São pessoas que assinam serviços digitais, como Netflix e Spotify (esse último, principalmente as pessoas mais jovens desse perfil).

E, também, às vezes tem um membro da família que assina alguma revista ou jornal. Os dados da assinatura são divididos com todos, pra que tenham acesso à versão digital das publicações.



PROGRAMA LIGHT NA VARANDA

Quando está em casa em uma noite qualquer da semana, esse target gosta de preparar um momento especial de vez em quando. Quem mora em apartamento, aproveita a sacada pra montar uma pequena mesa pra família (ou algum convidado muito próximo).

A ideia é transformar uma noite normal da semana em algo fora da rotina, em casa mesmo. Pra isso, podem preparar um petisco — ou pedir uma pizza pelos apps de delivery.

A cerveja em latinha (geralmente de uma marca premium) é o formato ideal para o dia de semana. É aquela que, geralmente, fica na geladeira para o consumo no dia a dia. Mas se a intenção for deixar o programa bem especial, a cerveja dá lugar ao vinho — ou a algum drink feito em casa.





PAIN POINT

A cerveja se encaixa bem em celebrações do dia a dia, e traz alegria. Mas outras bebidas tem um poder de tornar mais especial o momento porque estimulam um pequeno ritual (enquanto a cerveja tem mais a vibe de descontração).

A "PREGUICINHA" EM CASA

A rotina semanal tem várias responsabilidades e atividades, e não costumam faltar oportunidades de lazer pra esse target. Por isso, nem sempre sair de casa num dia de fim de semana é a escolha mais desejada pra essas pessoas.

Às vezes, elas não querem nenhum compromisso e só preferem curtir a "preguicinha" em casa — a boa é se esticar no sofá e assistir seriado na Netflix. Comem uma pipoca ou pedem delivery, a depender da hora.

A cervejinha pra acompanhar normalmente é a latinha, do consumo do dia a dia. Se não tiver na geladeira, pode pedir a bebida junto com a comida do delivery (já que sair pra comprar cerveja, mesmo em um lugar muito próximo, quebra o objetivo de ficar em casa).

PAIN POINT

A cerveja do delivery (que é pedida junto com a comida) nem sempre chega na temperatura ideal para o consumo, e precisa ir para o refrigerador.

SUPERMERCADO

As compras principais pra casa são feitas no supermercado. Vão com frequência (uma ou até mais de uma vez por semana), de acordo com a necessidade. As boas redes de supermercado costumam ter lojas (no geral, de porte médio) no bairro ou na rota diária desse target — o que é uma mão na roda.

O grande motivo pra essas pessoas "baterem ponto" no supermercado é que, assim, aproveitam as ofertas específicas do dia da semana ("dia das frutas", "dia das carnes"). Essa frequência dá acesso aos itens mais frescos e com os melhores preços.

Outro ponto é que eles não têm necessidade de fazer uma compra programada para o mês inteiro, já que seu poder de compra é estável ao longo desse período.

No supermercado, essas pessoas andam cada vez mais atentas à seção de bebidas. Percebem que existem mais e mais opções de marcas de cerveja, e gostam de explorar isso. Costumam comprar cerveja pra constar na geladeira (e não em grande quantidade).

PAIN POINT

A ida semanal ao supermercado tem menos chances de incluir cerveja quando a compra é feita no início da semana — isso por conta do mindset do target nessas situações.

Nem todas as embalagens e nem todas as marcas de cerveja são oferecidas geladas nos supermercados.



Para o consumo de rotina, as latinhas são mais fáceis de serem acomodadas na geladeira (mesmo que prefira a garrafa, uma embalagem mais nobre).

CLUBE DE COMPRAS

O desejo por produtos diferenciados (mas a preços acessíveis) faz as pessoas desse perfil buscarem oportunidades como os "clubes de compra". Conseguem, assim, a possibilidade de encontrar marcas exclusivas e produtos importados.

Entram aqui também, com muita moderação, os empórios e lojas especializadas. Nesses lugares, está o paraíso dos vinhos e das cervejas especiais pra esse target. Quando visitam essas lojas, podem levar um ou outro rótulo pra experimentarem algo novo e saírem da rotina.

Essa compra é um complemento eventual da compra do supermercado. Lá, são comprados os itens do dia a dia e um ou outro produto especial de vez em quando. E, aqui, entram os produtos mais selecionados, comprados excepcionalmente.

PAIN POINT

O leque dos alcoólicos, ampliado pelas lojas especializadas, acaba dando mais espaço para a compra de bebidas como vinhos em vez de cerveja (que já são encontradas em boa variedade nos supermercados).



APPS DE DELIVERY

Na vida desse target, estão aprendendo a usar a comodidade dos apps de delivery. Eles costumam ter os principais serviços instalados no celular, e costumam comparar as opções (e os preços) em apps diferentes.

Usar vários apps é uma forma de ampliarem o hall de opções (e também de aproveitarem mais os descontos, já que usam com certa frequência).

É um target que está descobrindo os apps para fazer supermercado online em momentos muito extraordinários. E que já escolhe, inclusive, serviços específicos de entrega — como o Zé Delivery, só pra receber bebidas.

A compra de cerveja por delivery diretamente com os restaurantes fica aquém do que essas pessoas esperam. Um serviço especializado preenche várias dessas lacunas (a bebida vem mais rápido, mais gelada e por um preço menor do que o cobrado pelos restaurantes e lanchonetes nos apps comuns).

PAIN POINT

Restaurantes tem poucas opções de cerveja nos apps de delivery. E o target quer garantir variedade pra tomar a bebida que quer (e não a que o restaurante tem pra oferecer).



DESPERTAR PARA A HARMONIZAÇÃO

É um target que começa a dar os primeiros passos pra explorar sabores e harmonizações. Alguns aproveitam as seções de degustação em supermercados e pesquisam dicas básicas, pois começam a ter interesse de combinar as bebidas com as comidas.

Também têm a curiosidade de consultar painéis nos pontos de venda e rótulos das bebidas em busca de informações sobre harmonização.

Por estarem entrando nesse universo de consumo, algumas já baixam aplicativos específicos pra comparar bebidas — pois precisam de direcionamentos. Como, por exemplo, o app Vivino (um guia de compras de vinho).

PAIN POINT

A cultura da degustação de vinhos e destilados é mais difundida que a de cervejas.



AMIGOS EM CASA

Costumam receber um pequeno grupo de amigos e familiares (ou são recebidos por eles) pra um momento gregário em casa.

Se for durante o dia, esse evento pode ser um churrasco. Nesse caso, são assados até alguns cortes selecionados de carne.

Pra acompanhar o banquete, entram cervejas premium em grande quantidade. E até alguma mais especial — essa é tomada à parte, como degustação, para abrir o encontro.

Também são preparados drinks mais comuns, sem a pretensão de se preparar algo muito elaborado. Isso porque são pessoas com algumas referências de bons drinks, mas sem o conhecimento — e os utensílios — de um bartender.

Para o churrasco, a compra da carne mais selecionada é feita no açougue do supermercado — assim como a da cerveja especial. Já pra compra da cerveja premium, em maior quantidade, vale ir ao hipermercado e enfrentar a fila em busca dos melhores preço.



PAIN POINT

As cervejas mais especiais não são vendidas geladas nos canais de venda mais comuns. É preciso programar a compra pra gelarem antes do consumo.

Pega mal levar (ou oferecer) cerveja comum no churrasco com os amigos. A bebida premium tem um valor simbólico, além do sabor em si.

PAIN POINT

Fazer drinks exige conhecimento. É legal consumir a bebida preparada por profissionais, mas é difícil reproduzir em casa.



As marcas especiais de cerveja não costumam ter promoções tão boas nos hipermercados. No geral, as melhores ofertas são para as cervejas comuns e para as premium.

RESTAURANTES

Almoçar ou jantar fora em restaurantes, em alguns fins de semana, está dentro dos hábitos do mês desse target.

Vão a restaurantes comuns, fast-foods e franquias de praças de alimentação. E, com menos frequência, também conhecem restaurantes melhores, hamburguerias gourmet e pizzarias tradicionais.

A busca por sabores é uma busca por "novas experiências". É um target que tem vontade de fazer viagens, mas que não consegue bancar gastos extraordinários. Por isso, provar outros sabores é uma forma de possibilitar algo bem fora do seu cotidiano.

São pessoas que começam a ter algumas referências gastronômicas — e que vão buscar viver isso, depois, em algumas refeições em casa.

PAIN POINT

Bebida no restaurante é um acompanhamento bem moderado. Pra que consigam bancar a frequência de comer fora, não dá pra gastar tanto a cada saída.

A cerveja pode ceder espaço a uma taça de vinho quando acontece do jantar ser em um restaurante ou pizzaria mais sofisticado. A ideia é que é preciso uma "bebida mais nobre" pra estar à altura da ocasião e do prato.



BAR BADALADO

Uma noite especial em um bar um pouco mais badalado, seja em casal ou com amigos, é um programa que esse target tenta fazer quase todo mês — mas faz com uma frequência menor do que gostaria, por conta dos limites que precisa impor aos gastos.

Casais com filhos dependem, ainda, de um "vale night" dos avós — pra quem fiquem com as crianças e eles possam aproveitar uma noite.

No bar, aproveitam o clima pra curtir os drinks, que sabem que costumam ser preparado nesses lugares por bartenders bem treinados, e que estão lá justamente pra conseguir os melhores sabores das bebidas.

O drink elaborado faz parte da vibe do passeio, e eleva o aproveitamento do lugar na visão dessas pessoas. O mesmo acontece quando pedem um chopp, pois é percebido como uma bebida bem tirada de uma chopeira de qualidade.

PAIN POINT

Cerveja sai do radar diante do cardápio de drinks. Porque pedir cerveja, que é vendida em qualquer bar ou supermercado, se eles têm a chance de tomar um drink elaborado por um profissional?





MAIS TEMPO DE QUALIDADE EM CASA

menos tempo perdido com transporte público, o que abre mais possibilidades de momentos em família durante a semana.

MOMENTOS DE ALEGRIA NA VOLTA PRA CASA



RELAÇÃO COM O ÁLCOOL



REFRESCA O CORPO E REVIGORA O ASTRAL (CERVEJA)



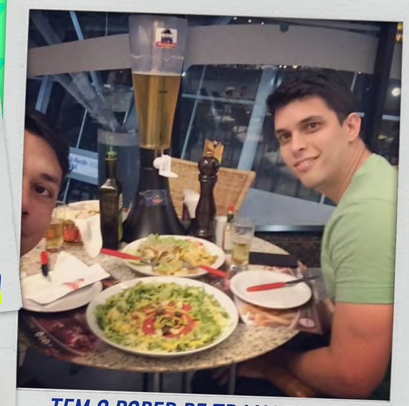
RELAXA, AJUDA A DESCANSAR E A SE DESLIGAR (CERVEJA, DESTILADOS E VINHOS)



DÁ SABOR MARCANTE E TORNA OS MOMENTOS ESPECIAIS (CERVEJA)



CONGREGA PESSOAS EM UMA EXPERIÊNCIA COLETIVA (CERVEJA)



TEM O PODER DE TRANSFORMAR RELAÇÕES FORMAIS EM RELAÇÕES INFORMAIS (CERVEJA E DESTILADOS)



POTENCIALIZA AS CELEBRAÇÕES E PROLONGA OS MOMENTOS (CERVEJA)



DESPERTA O INTERESSE EM HARMONIZAR, EXPLORAR NOVOS SABORES E COMBINAÇÕES (VINHO, CERVEJA, DRINKS)



ESTIMULA PEQUENOS RITUAIS, PROTOCOLOS E ETIQUETA PRA QUEBRAR A ROTINA (DESTILADOS, VINHO)



CERVEJAS COMERCIAIS E CERVEJAS ESPECIAIS NO MESMO COOLER

- AS TRADICIONAIS CONGREGAM AS PESSOAS EM UMA VIBE DE COLETIVIDADE
- AS SOFISTICADAS DÃO SABOR ESPECIAL E TORNAM OS MOMENTOS MARCANTES



VINHOS E CERVEJA "ARTESANAL" PARA UM PRATO MASTERCHEF

- VONTADE DE DESCOBRIR NOVOS SABORES E RECRIAR EXPERIÊNCIAS (DO RESTAURANTE E DO INSTAGRAM) EM CASA



DESTILADOS FINOS

- CELEBRAÇÕES IMPORTANTES MERECEM UMA BEBIDA QUE DEMANDE RITUAIS: A CERVEJA É DESPOJAMENTO E AINDA NÃO CRIOU UMA CERIMÔNIA SÓ DELA



RECRIAR MOMENTOS DENTRO DE CASA



a geladeira nova do Thiago oferece um atrativo a mais, que o influenciou na decisão de compra: o compartimento que gela as latinhas de cerveja em 10 minutos.

TIPOS DE CERVEJA PARA TIPOS DE MOMENTO

as hamburguerias e os espetinhos, como as ‘jantinhas’ de Goiânia, abrem espaço para essa percepção de que é legal combinar comida com cervejas de sabores diferentes.



a feira acontece toda as quintas no condomínio do Marcelo. É quando os vizinhos se reúnem e diversas barracas fazem a venda de comidas e bebidas.





A RELEVÂNCIA DOS FORMATOS PARA OS ENTUSIASTAS









	LATA	LATINHA	LONG NECK	GARRAFAS ONE WAY
embalagem:	é o principal formato das celebrações em casa, geralmente a embalagem mais constante nas promoções do supermercado, representando bom custo/ benefício para as cervejas premium	é o formato da cerveja para se refrescar em casa, ao longo da semana, porque pode ficar estocada na geladeira (para ser consumida devagar) sem tomar muito espaço dos outros alimentos	os 2 tipos de cerveja que esse target mais se interessa são distribuídos na versão long neck: a cerveja premium e a cerveja especial (importada ou artesanal). É um formato que representa individualidade	garrafas one way de diversos volumes (geralmente 500 ou 600ml), eventualmente entram na lista de compras especiais - aqueles produtos que fazem o target sair da sua rotina normal
drive de consumo:	Tem um volume referência, que facilita o cálculo de bebida para uma quantidade x de pessoas (sem desperdício). Também um tamanho que facilita a compra em grande quantidade, o transporte e o armazenamento na geladeira ou no cooler. De fácil descarte, não dá muito trabalho depois da festa.	Tem o tamanho certo pra um target que quer se refrescar, e não se embebedar. O volume da latinha faz a cerveja se encaixar em momentos de relaxamento do dia a dia, durante a semana de trabalho, em que manter o controle - e a dieta - é tão importante. Sensação de se manter dentro de um limite sadio	Porção individual que estimula a degustação, a experimentação de vários tipos e sabores - em casa. Ao mesmo tempo, é o formato mais presente nos bares e restaurantes que esse perfil frequenta, garantindo a preferência de marca em situações em grupo: nem todo mundo na mesa precisa tomar a mesma cerveja para o encontro fluir bem	Com formas diferenciadas, que evidenciam a percepção do aspecto artesanal, essas embalagens chamam a atenção de um perfil curioso por explorar novos sabores e marcas inusitadas. Além do aspecto visual, também valorizam o líquido pelo preço mais elevado, e pela quantidade menor do que a habitual - sugerindo a degustação como forma de consumo
canal principal:	hipermercado (aquela compra direcionada para os itens da festa)	supermercado (formato mais presente na seção da cerveja premium do que na prateleira de cervejas especiais)	bar e restaurantes (cervejas premium) supermercados bons (cervejas especiais)	clube de compras e empórios (mais diversidade, marcas inusitadas);

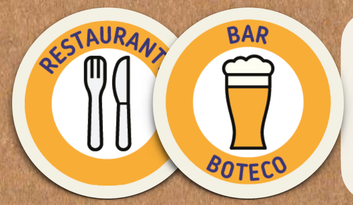








A RELEVÂNCIA DOS CANAIS PARA OS ENTUSIASTAS

canal	importância	frequência	produto	ponto forte	ponto fraco
 *supermercados pequenos e médios, de redes relevantes*	a proximidade, e a facilidade, permitem ao target fazer compras algumas vezes na semana, em busca de frescor e ofertas do dia	frequência de algumas vezes por semana, e compra de cerveja em volume médio: apenas para o consumo no dia a dia	latinhas soltas (o formato 269 gela mais rápido, modera o consumo e não ocupa espaço na geladeira)	fazem parte do trajeto, possibilitam compras rápidas sem demandar muito tempo para passar no caixa e para estacionar	pouca variedade de bebidas geladas, pouca variedade de marcas especiais (muitas vezes o cliente faz sugestão ao gerente)
 *bares e restaurantes mais triviais* *bares e restaurantes mais especiais*	lugares que, geralmente, tem um bom cardápio de comida - ainda que seja de petiscos. A cerveja divide o protagonismo com os pratos	alta frequência, porque é um target que consegue dizer sim às oportunidades: não tem muito problema com transporte e a conta não compromete o demais o orçamento	lugares simples, conta dividida: garrafa 600; lugares especiais: chopp e long neck, mesmo que a comanda não seja individual	experiência de bar, conversas e situações espontâneas/ ambiente sofisticado, situações de status (lugares especiais)	O cardápio de cervejas dificilmente surpreende. As cervejas especais são extremamente caras no ambiente de bar ou restaurante
 *aplicativos de entrega Zé Delivery, Rappi*	esse perfil está percebendo que a comodidade (dos aplicativos de entrega) nem sempre custa mais caro	frequência média, apenas em compras com um volume de cerveja considerável - para pequenos eventos, por exemplo	principalmente latas e long necks, dependendo da marca	cupons de desconto, rapidez na entrega do produto gelado, e possibilidade de deixar o processo mais transparente do que no disk entrega	em algumas praças (Goiânia, por exemplo), muitas distribuidoras fazem o trabalho de disk entrega e sem cobrar pelo delivery
 *hipermercados, lojas grandes de grandes redes*	é o canal com mais possibilidade de ofertas para compras maiores - em situações específicas de festa ou churrasco em casa	baixa frequência, mas compra de cerveja em grande quantidade, quando o target organiza algum evento	pack com várias latas, de cerveja mainstream em temperatura ambiente; garrfas one way de cervejas artesanais (menor volume)	variedade enorme de marcas. Promoções que só grandes redes têm o poder de negociar junto ao fornecedor. Cartão com vantagens	durante a compra no hipermercado, o target abre o app de delivery para comparar os preços: a diferença de preço precisa ser grande pra valer a pena
 *clube de compras (Sam's) e empórios com produtos exclusivos*	sortimento mais selecionado de produtos, espaço em que o target aprende sobre as marcas e capta referências	baixa frequência, baixo volume de consumo - mas espaço importante para criar relacionamento com esse perfil	garrafas one way de 600 ml, no estilo artesanal. Latão de 1 litro de cervejas importadas	espaço que privilegia marcas sofisticadas, com sabores inusitados. Lojas que estimulam a degustação e experiência com as marcas	preços mais altos, a cerveja divide a atenção com os vinhos e com os destilados - que são o grande foco das vendas nesse canal

UBER + ZÉ DELIVERY

comodidade em chegar no churrasco de mão abanando e pedir a entrega de bebida no local.



TOPAM PAGAR UM POUCO A MAIS PELA COMODIDADE



OS DRINKS COMO EXPERIÊNCIAS



MAIOR FREQUÊNCIA NO SUPERMERCADO

Marcelo mora próximo às boas redes da cidade e aproveita a comodidade para comprar de acordo com as promoções do dia: produtos mais frescos e com preços que cabem no bolso.

AS OCASIÕES PARA O PERFIL "ENTUSIASTAS"

OCASIÃO	HAPPY HOUR	CERVEJINHA EM CASA NO DIA A DIA	COMODIDADE DO DELIVERY	AMIGOS EM CASA	NOITES ESPECIAIS FORA DE CASA	COMPRAS ESPECIAIS
	São pessoas que têm mais facilidade de dizer "sim" aos convites, porque não dependem do transporte público (que limita tanto os horários dos targets que necessitam de ônibus ou metrô). O encontro com os colegas de trabalho em um bar, ao final do expediente, é uma forma de interagir além das questões formais, de expandir o círculo de amizades e fazer novos contatos profissionais. Geralmente acontece em bares de perfil executivo, onde o litrão não está presente - e a garrafa 600 faz a mesa ser gregária, unificada na conversa e na conta final.	É um target que perde menos tempo no deslocamento trabalho - casa, e por isso consegue ter mais momentos de qualidade ao final do dia. A paradinha na padaria, ou no supermercado, no caminho de volta, ajuda a levar pra casa alguns produtos que promovem momentos e trazem sabores únicos para pequenos momentos no lar: a cervejinha em lata 269 é um formato que permite o consumo em seguida porque gela mais rapidamente, mas sobretudo representa para esse target uma moderação no consumo durante a semana.	O delivery tem se tornado um hábito mais recorrente para esse grupo de pessoas, porque ajuda a simplificar as tarefas domésticas (como cozinhar ou ir ao supermercado). É um target que está disposto a pagar um pouquinho a mais por essa conveniência que faz com que eles economizem tempo - e assim possam aproveitar melhor o momento dentro de casa. Aqui estamos falando principalmente de aplicativos de entrega de comida, como Ifood e Uber Eats. Mas também esse é um target que está se familiarizando com o Zé Delivery, e descobrindo que ele pode ser um meio conveniente de se levar cerveja para um churrasco, por exemplo.	O foco não é aglomerar gente, mas receber bem: reunir pessoas em casa é uma oportunidade para caprichar - na hospitalidade e nas receitas. É um target que está começando a dar mais atenção à combinação de sabores. E essas situações em que se prepara a comida em casa são uma oportunidade de combinar um prato com uma cerveja diferente. A cerveja faz parte dessas situações, sendo uma mistura entre marcas pra se tomar despretensiosamente, e marcas pra se degustar. Todas elas se misturam no cooler. Destilados e vinhos também fazem parte desses momentos gregários, mas pontualmente (porque só a cerveja faz um encontro durar muito tempo, sem dar sono ou deixar todo mundo bêbado).	É o tipo de situação que acontece com menos frequência do que eles gostariam, porque acabam pensando no orçamento limitado: dia de jantar em um bom restaurante com a família, de sair apenas em casal para uma bar mais especial, ou de encontrar amigos em um programa mais refinado. Experiências marcantes que são vividas por essas pessoas que buscam sair do comum para vivenciar algo novo. O chopp toma o lugar da cerveja nesses estabelecimentos mais sofisticados. Vinho e drinks combinam bem com essas situações extraordinárias porque demandam alguns rituais que tornam o clima mais surpreendente	Pra se ter acesso a alguns ingredientes especiais e a preços "possíveis", esse target busca alternativas — como se associar a clubes de compras, por exemplo (que são uma forma de baratear o acesso a itens premium). Essas compras acontecem esporadicamente, como um adendo supérfluo à lista do supermercado normal. São produtos diferentes, inusitados, importados, que vêm trazer uma sofisticação para os momentos em casa (muitas vezes pra reproduzir as experiências que o target teve e estabelecimentos especiais). A cerveja especial (importada, artesanal) entra no carrinho, mas o foco maior é para os vinhos e destilados, que brilham mais nesses empórios.
EMBALAGEM PRINCIPAL						
CANAL						

OVERVIEW ENTUSIASTAS



SITUAÇÃO ECONÔMICA

Perfil com médio/alto poder de consumo: renda formal suficiente para todos os compromissos mensais (mas não para gastos muito extraordinários).

São pessoas que concentram suas atividades produtivas dentro dos seus ramos de atuação, ou seja, não costumam gerar renda extra fora do trabalho principal - mesmo a maioria tendo percebido que a grana tem ficado mais curta para os grandes planos



DESLOCAMENTO

Inseridos nos grandes centros de comércio:

Possuem condições financeiras de morar nas proximidades do trabalho, o que faz com que o deslocamento - e o tempo perdido no trânsito - seja menor e mais calculado.

Com isso conseguem ter tempo de qualidade em casa, e mais possibilidade de momentos de lazer durante a semana



COMPRAS PARA A CASA

Compra principal no supermercado: alta frequência, de acordo com a necessidade.

Motivo: proximidade de boas redes de lojas no formato médio, possibilidade de aproveitar as ofertas pelo dia da semana (dia das frutas, dia das carnes). Busca por produtos mais frescos.

+

Clube de compras (ou empórios), em situações eventuais, para produtos especiais.

Motivo: desejo por experimentar produtos diferenciados, marcas importadas - mas que sejam ao mesmo tempo relativamente acessíveis



CONSUMO DE CERVEJA

O consumo de cerveja passou a ser um pouco mais moderado, com foco maior na qualidade do produto do que na quantidade, como forma de valorizar os momentos com a bebida.

As marcas premium já ganharam o espaço das marcas mainstream, e agora começam a dividir a atenção com as cervejas especiais - que despertam a curiosidade e geram experimentação.

Canal principal no consumo do dia a dia: o supermercado (o passeio pela prateleira das cervejas "artesanais")

Canal principal em momentos de grande consumo: o hipermercado para ofertas das marcas premium

EXCLUSIVOS

ÁLCOOL COMO INSTRUMENTO DE RECONHECIMENTO SOCIAL:

IMPORTÂNCIA DE PERTENCER A CLUBES, CONFRARIAS E GRUPOS DISTINTOS

GEORGES, 45
ADVOGADO > CLASSE A // GOIÂNIA

FELIPE, 37
MÉDICO > CLASSE A // SÃO PAULO

BRUNA, 21
ESTUDANTE > CLASSE A // RECIFE

na rua


OS
EXCLUSIVOS
ASSISTA AO VÍDEO
https://youtu.be/TJILW02KSq8



GEORGES

45, ADVOGADO // CLASSE A / GOIÂNIA

Georges é advogado, um dos associados do escritório onde atua diariamente, e professor em uma faculdade particular de Goiânia, onde leciona alguns dias por semana. Casado e pai de duas meninas, de 12 e 9 anos, ele tem uma rotina atribulada, que varia a cada dia, de acordo com os processos, viagens e clientes que precisa atender.

É um homem com gostos refinados, cuja situação financeira não é um empecilho para suas escolhas de consumo. Ele participa de uma confraria há pelo menos 20 anos: o grupo se reúne em uma tabacaria de forma espontânea, sem agendar encontros. É um jeito de relaxar com charutos e doses de whisky, ao mesmo tempo em que faz contatos profissionais e transita entre uma elite selecionada da cidade.

Responsável pelas compras de casa, o Georges considera o supermercado a sua terapia, o momento de relaxar das tensões da profissão. Diante das opções que possui, na maioria das vezes ele prefere comprar as bebidas em empórios especializados, onde encontra mais variedade e marcas que os supermercados mais tradicionais não distribuem.

A JORNADA DE GEORGES

SEG 1

Georges não tem hora certa pra acordar — varia de acordo com as responsabilidades do dia. Mas geralmente tá de pé quando as crianças saem para a escola.

Concentra no celular a agenda da semana, e tem também uma secretária que liga para avisar das reuniões, audiências e compromissos — no dia anterior.

Então seus dias não são todos iguais, e ele gosta dessa flexibilidade ao longo da semana. Mas precisa se organizar bem.



TER 2

Nos dias normais, ele sai de casa e segue direto para o escritório, que fica a 20 min de carro. Vai ouvindo as notícias no rádio, para estar por dentro dos assuntos do momento.

O trabalho varia de acordo com as ações judiciais que aparecem, mas muitas vezes envolve momentos de estudo das leis, reuniões com a equipe e visitas ao cliente.



RESTAURANTE



QUA 3

O almoço do dia a dia é por volta das 12h30, em algum restaurante por perto de onde ele estiver.

Muitas vezes ele almoça acompanhado de colegas ou clientes — quando isso acontece, troca o kilo por algum restaurante *à la carte*. Mas quase nunca bebe álcool no meio do dia, porque precisa estar 100% desperto no período da tarde. Sente dificuldade em encontrar produtos que sejam menos industrializados. Prefere um suco natural, ou de latinha em último caso: anda cortando o refrigerante da dieta.



Destilados marcam os momentos do escritório, a cerveja nem tanto.

QUI 4

De volta ao trabalho, o expediente geralmente não tem hora certa para terminar: muitas vezes vão embora a maioria dos funcionários, e ficam apenas a diretoria e outros profissionais mais sêniores.

Nesse *petit comité*, pra celebrar as conquistas e bons resultados, rola (de vez em quando) uma rodada de whisky no fim de tarde. É um momento em que o álcool é bem vindo dentro do ambiente profissional, porque significa poder e sofisticação.



EXCLUSIVOS

A JORNADA DE GEORGES

SEX 5

Alguns dias na semana o Georges dá aulas na faculdade. É mais um peso na sua agenda já atribulada, mas ser professor universitário traz reconhecimento e rejuvenesce as ideias.

Portanto ele só se libera dos afazeres depois de lecionar, e muitas vezes sai direto para um bar com a turma mais chegada (alguns alunos e acadêmicos amigos).

O bar é um ambiente de encontros importantes, e embora seja um momento de lazer, é também onde se constrói relações sociais que abrem portas profissionais.



Cardápio de cerveja artesanal nos bares é muito insatisfatório.

SÁB 6



Ele tenta reservar o fim de semana para a família, para se dedicar à esposa e aos filhos pequenos. Nem sempre consegue totalmente — porque o trabalho está entranhado no seu círculo de amizades: mesmo no clube do condomínio, em família, pode surgir uma conversa profissional que não espera a segunda-feira.

Churrasco é um programa frequente, porque consegue misturar pessoas, assuntos e interesses ao redor de uma mesa e ao lado de uma piscina. É quando rola uma cervejinha gelada, que mesmo não sendo a bebida predileta, coloca todo mundo no mesmo clima.

Preferência por consumir marcas premium, em menor quantidade; ambiente fica desagradável com bebedeira.

DOM 7



Domingo é o dia que ele a esposa percebem os produtos que estão acabando na prateleira de casa. Fazem uma lista e é o Georges quem gosta de passar no supermercado, ao fim do expediente, em algum dia no início da semana.

Fazer compras se transforma em um momento prazeroso, porque além dos itens básicos ele gosta de olhar as novidades e experimentá-las. É também uma quebra na rotina de trabalho. As filas e estacionamento tornam o momento supermercado em uma coisa chata, até para quem gosta de passear pelas gôndolas, por isso essa compra é feita em um empório, mais tranquilo e com público seleto, onde também pesquisa o preço de vinhos e bebidas finas.

Grandes marcas de destilados não estão nas prateleiras de supermercados tradicionais.



Pra quem passou a semana toda em compromissos, ficar em casa é um luxo. É quando ele tira tempo para ler um livro, ver TV com os filhos, cozinhar com a esposa alguma receita familiar.

É um dia sem compromissos, sem horários marcados, sem nenhuma obrigação de qualquer espécie. O delivery de pizza vem fechar as horas de preguiça: refrigerante para os filhos e vinho da adega para dividir com a esposa.





SEG 8

TER 9

QUA 10



Georges é integrante de uma confraria, e os participantes têm a tarefa de levar bebidas especiais aos encontros que eles promovem.

A busca por marcas exclusivas acontece em lojas especiais, com foco em importação de bebidas de alto padrão. São poucas pela cidade, e ele se desloca até elas sempre que precisa dar um presente — mesmo que seja para si próprio.

A percepção é que os supermercados, e até mesmo os empórios, não trabalham com marcas excepcionais, e cobram caro por produtos de baixa qualidade.

A dificuldade de encontrar bebidas diferentes para levar aos encontros: colocar na mesa um whisky difícil de ser encontrado, também faz parte da conquista do prestígio entre os membros.



Uma vez por semana, religiosamente, ele fecha o expediente em uma tabacaria — ponto de encontro da alta sociedade.

É um momento de relaxar, embora o ambiente seja bastante formal no tom e nas conversas sobre negócios e política. É uma roda fechada, de gente que se conecta pelo poder.

O charuto é sempre acompanhado por rodadas de whisky. O desembolso é grande, mas quase soa como um "investimento" nas relações pessoais.



QUI 11

SEX 12

na rua

A JORNADA DE GEORGES na rua

SÁB 13

RESTAURANTE

DRINK

Vez ou outra faz surgir uma oportunidade para um programa de casal. Sai pra curtir a noite com a sua esposa em algum bar, ou em algum restaurante mais refinado.

Nessa descoberta por novos sabores, eles gostam de provar os drinks de cada casa: parece simples, mas é algo que você não consegue fazer sozinho. Precisa de expertise pra preparar um bom drink, por isso tem que ser em um bom bar.

Gin, Rum, Vodka, Licores e outros destilados fazem parte do menu.

Dificuldade em replicar em casa as receitas de drink dos bares

DOM 14

SEG 15

SUPERMERCADO

TER 16

Como um dos donos do escritório, Georges não tem dia certo para receber seu dinheiro — porque não possui um salário fixo da sua atividade principal.

Seus rendimentos mais importantes são provenientes dos casos que ele esteja resolvendo no momento, e por isso guarda sempre uma parte do que ganha para manter uma regularidade nas suas contas mensais.

Possui alto poder de consumo durante todo o mês.

QUA 17

QUI 18

SEX 19

SÁB 20



FREESHOP

DESTILADO

Pelo menos uma vez por mês o Georges Viaja à trabalho. Algumas dessas viagens são internacionais, e por isso ele têm o hábito de trazer, do exterior, bebidas para a sua adega.

Antigamente ele passava sempre no freeshop, mas depois percebeu que o preço nem sempre compensava - se comparado ao preço do Empório: "pode ser que agora, com a alta do dólar, o freeshop volte a ser vantajoso".

O perrengue de carregar bebidas na mala, e o dólar alto que torna caro os preços no Brasil

Durante as viagens de trabalho, sua rotina muda completamente. Os jantares, por exemplo, são sempre em lugares especiais porque são parte da programação.

Ele tenta moderar na bebida, mas entende que ela é parte importante da socialização e que o álcool abre caminho para bons negócios. Whisky e destilados locais, artesanais, são as bebida mais frequentes

DESTILADO

VINHO

RESTAURANTE

Recusar o álcool é quebrar a dinâmica do grupo

DOM 21

SEG 22

TER 23

QUA 24

QUI 25

SEX 26

SÁB 27

DOM 28

SEG 29

TER 30

Georges até gostaria de ter algum esporte mais presente em sua vida, mas com a falta de rotina não consegue encontrar muito tempo no dia a dia para a prática de exercício (principalmente durante a semana).

De vez em quando vai caminhar na pista de cooper do parque, outras vezes aceita a provocação de amigos e joga uma pelada enquanto o churrasco não fica pronto.





FELIPE

37 ANOS, MÉDICO || CLASSE A | SÃO PAULO

Felipe é médico e mora sozinho em um apartamento próximo ao Parque Ibirapuera. Ele é pneumologista e reveza seus dias de trabalho entre as consultas em uma clínica (com expedientes mais tranquilos) e o acompanhamento de pacientes na UTI de um hospital da capital.

É um cara sofisticado, mas sem muitas formalidades, e estar em casa é um luxo que ele valoriza: a profissão possibilita uma vida sem preocupações financeiras ao mesmo tempo em que restringe os momentos de lazer.

Ele procura aliar o conforto com os melhores serviços: assina um clube de vinhos pra receber as garrafas na porta, consulta o sommelier quando vai a um restaurante, prefere ir a mercados menores (mas com bom sortimento de marcas e produtos) ao invés de enfrentar as filas dos hipermercados.

Normalmente, tem as manhãs livres e reserva esse período do dia pra se dedicar aos exercícios físicos e cuidar da saúde. Tem procurado cozinhar mais em casa, embora falte o tempo que gostaria pra se dedicar a essa arte. Também busca formas de se aperfeiçoar mais nas receitas, para surpreender a namorada e transformar esses momentos em um encontro prazeroso com amigos.

A JORNADA DE FELIPE

SEG 1

Felipe acorda por volta das 7h30 para tomar café e sair para fazer exercícios.

Ele não trabalha no período da manhã, nem no hospital e nem na clínica onde atende consultas. Então, aproveita o momento mais livre do dia para revezar entre as corridas no Ibirapuera e a academia do bairro — ambos próximos ao seu apartamento.

Há alguns meses, percebendo um ganho de peso, ele adotou hábitos mais saudáveis, incluindo a preocupação com alimentação.



O foco nos exercícios e em uma dieta mais balanceada fez diminuir o consumo de álcool (principalmente a cerveja) no seu dia a dia.

TER 2

Ainda na parte da manhã, sempre que precisa, o Felipe aproveita e faz pequenas compras em uma unidade do Minuto Pão de Açúcar.

Prefere o mercado express pela localização (ele passa em frente todos os dias), e também pela facilidade de estacionamento na porta. O lugar não tem filas longas, diferentes dos supermercados da região.

A bebida alcoólica nem sempre faz parte da lista, mas as latas de energético, sim. Ele consome a bebida com frequência nos dias de longas jornadas no hospital.



A variedade de cervejas é bem menor nas unidades express.



QUA 3

Felipe sai de casa para trabalhar por volta das 11h30. Almoça na rua, perto do hospital, em um restaurante self-service. Assim não precisa esperar o prato ser preparado e servido.

Nesses almoços do dia a dia, ele gosta de aliar a diversidade do cardápio com a praticidade do autoserviço. As refeições mais demoradas com pratos mais elaboradas ficam pro fim de semana.

O suco natural acompanha o momento.



QUI 4

O trabalho no hospital é muito cansativo. Ele supervisiona pacientes internados na UTI, por isso a jornada do dia às vezes extrapola o programado.

É por isso, inclusive, que ele evita marcar encontros com os amigos durante a semana, porque nunca sabe quando vai poder cumprir o combinado.

O jantar é no refeitório do hospital. Não se pode exigir muito da comida, mas ele já acostumou e não reclama. O energético que comprou no mercado acompanha a refeição e ajuda a manter o pique nas horas que ainda restam de trabalho.

Além da bebida, seu espaço na geladeira dos médicos tem sempre algumas frutas e snacks integrais.



EXCLUSIVOS

A JORNADA DE FELIPE

SEX 5

Na sexta-feira, o Felipe trabalha na clínica onde faz atendimentos agendados. É o dia mais tranquilo da semana, quando consegue construir uma agenda que é cumprida à risca: sabe a hora que entra e a hora que sai. No início da noite, já está em casa.

Diferente dos outros dias, é nessa ocasião que ele consegue se dedicar a um hobby mais recente: cozinhar. Começou buscando receitas na internet e se aventurando no fogão sem muito critério. Até que descobriu no supermercado os kits do Cheftime, caixas com ingredientes selecionados, já nas quantidades corretas e que ensinam o passo a passo da receita, de comidas e drinks.

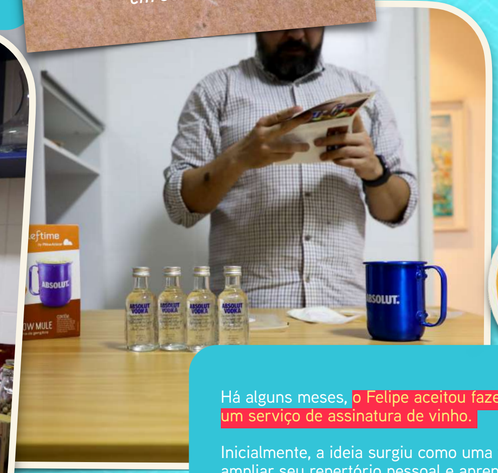
O Felipe virou cliente fiel do formato e ainda aproveita a estrutura que já tem, no conforto de casa.

SUPERMERCADO

DRINK

Fazer drinks exige expertise, é difícil preparar em casa aquele tipo de bebida que se consome em bons bares.





Felipe recebe os pagamentos da clínica e do hospital todo dia 10. Com uma renda alta, ele mantém o mesmo padrão de consumo até receber o salário seguinte, sem precisar se preocupar em equacionar seus gastos ao longo do mês.

Ele usa bastante o cartão de crédito pela facilidade, segurança e para acumular pontos de milhagem.

QUA 10

QUI 11

ASSINATURA

VINHO

Há alguns meses, o Felipe aceitou fazer parte de um serviço de assinatura de vinho.

Inicialmente, a ideia surgiu como uma forma de ampliar seu repertório pessoal e aprender mais sobre a bebida. Mas, a entrega à domicílio virou a garantia de ter sempre bons rótulos à disposição, com comodidade — sem que precise sair de casa para ir aos empórios especializados.

Todo mês ele recebe duas garrafas, com descrições do sabor, dicas e sugestões de harmonização: a adega de casa já está digna de um colecionador.



TER 9

Mesmo que já existam serviços de assinatura de cerveja, os vinhos ainda são as bebidas mais lembradas para esse tipo de investimento.
A assinatura ajuda os entusiastas com os aprendizados mais básicos. Mas, depois, acaba não trazendo mais tantas novidades além do trivial.

SEG 8



Sempre que precisa de algum item mais específico pra abastecer a casa, Felipe vai a um supermercado onde encontra um sortimento maior de produtos — o mercado expresso na esquina de casa não atende todas as demandas.

Como mora sozinho, a quantidade que precisa comprar de cada item é pequena.

Mesmo que encontre boas opções de cerveja no supermercado, ele raramente leva a bebida pra fazer estoque em casa. Suas compras de cerveja são mais espontâneas, pra beber na hora.

Cerveja tem um clima mais sociável, pra beber junto, e ele não curte muito abrir uma garrafa pra beber sozinho em casa.



SUPERMERCADO

DOM 7

Domingo é o único dia da semana completamente livre e, por isso, vive sem dar muita atenção para os horários. O almoço pode acontecer já no meio da tarde e costuma se dividir em duas ocasiões: pode ser um momento de casal ou um momento em família.

Independente da companhia, o dia livre pede um vinho, escolhido com a ajuda do sommelier do restaurante (se tiver um). Contar com uma orientação especializada, pra ele, dá acesso às melhores harmonizações.

RESTAURANTE

VINHO

Harmonizações com vinhos são mais valorizadas e exploradas nos restaurantes do que com cervejas.

SÁB 6

Nem todos os sábados são completamente livres. Geralmente vai até o hospital na parte da manhã, para acompanhar a evolução de seus pacientes mais debilitados.

Nas noites livres de sábado, Felipe gosta de sair com a namorada e com amigos pra jantar em restaurantes da cidade. A turma alterna seus endereços preferidos com outras apostas bem recomendadas.

São encontros mais descontraídos, em lugares badalados, mas com ares informais. E é esse tom de confraternização que abre espaço para o Felipe escolher a cerveja para acompanhar o jantar.

As cervejas mais especiais dos cardápios quase sempre estão disponíveis apenas em garrafas de 500 ou 600 ml. Se ninguém quer dividir com ele, prefere pegar alguma outra marca em formato long neck.

RESTAURANTE

GARRAFA ONE WAY

Garrafas de 500/600 ml pedem companhia para dividir. Sozinho é melhor ficar na long neck.

na rua

EXCLUSIVOS

A JORNADA DE FELIPE NA RUA

Se o dia foi muito cansativo e o Felipe não tem pique pra cozinhar, o jantar acaba sendo a comida que pede pelo aplicativo de delivery. No caminho pra casa já escolhe, pra não precisar esperar muito depois que chega.

Se lembrar que tem um suco em casa, não pede bebida. Caso contrário, acaba escolhendo um refrigerante zero em lata. Também é comum abrir uma garrafa de vinho, mesmo sozinho, pra relaxar depois de uma semana intensa.

Como o pedido já está pago pelo cartão no app, ele muitas vezes nem desce pra receber: o porteiro é parceiro, interfona e avisa que colocou a sacola no elevador até o andar dele. Aí é só tomar um banho, colocar o pijama e comer em frente a TV vendo um filme ou uma série na Netflix.

APP DE DELIVERY

Quando pega bebida pelo app, prefere pedir refrigerante ou suco porque acha que as cervejas chegam quentes.

SEX 12

SÁB 13

DOM 14

Quando acorda mais disposto no domingo, o Felipe gosta de sair para correr e, na sequência, tomar café da manhã em uma padaria mais sofisticada do bairro.

O momento vira quase um brunch, sem pressa pra terminar. Ele prefere consultar o cardápio e fazer o pedido na mesa, ao invés de escolher no sistema de buffet. Isso pra priorizar o conforto e pra usufruir do bom atendimento dos lugares.

Na saída, aproveita as opções variadas pra levar um pão pra casa.

PADARIA

SEG 15

TER 16

MERCADINHO MERCEARIA

QUA 17

QUI 18

SEX 19

SÁB 20





LATINHA 269ml

Além dos vinhos que recebe por assinatura, o Felipe também tem algumas garrafas de destilados no bar de casa. Se está com a namorada e recebe alguns amigos, às vezes se arrisca no preparo de algum drink que agrade a todos.

A motivação em preparar as bebidas está mais na curiosidade e no divertimento. E legal se aventurar em uma área que ele desconhece, principalmente quando tem com quem dividir o momento.

São nessas celebrações em casa, que também oferece aos convidados cerveja de latinha, a embalagem mais fácil de ser armazenada, com tamanho legal para uma pessoa e que é mais elegante para ser servida.

EMPÓRIO ADEGA

DESTILADO

A busca por produtos refinados faz o Felipe visitar alguns empórios da cidade quando pode. Em lojas especiais, ele consegue achar produtos exclusivos e e marcas de alto padrão, diferente da sensação que tem nos supermercados.

Ele gosta de ter na geladeira frios e antepastos que quebram o galho na volta do trabalho e servem para recepcionar amigos.

É também nesses estabelecimentos que ele compra garrafas de destilados, para compor o mini bar que tem em casa.

DOM 21

SEG 22

TER 23

QUA 24

QUI 25

SEX 26

ENERGÉTICO

MERCADINHO MERCEARIA

APP DE DELIVERY

LONG NECK 355ml

LOJA DE CONVENIÊNCIA

SUPERMERCADO ONLINE

Em alguns domingos, a vontade de sair de casa fica de lado, e ele quer mesmo é curtir a preguiça em casa.

Pra esses momentos, o roteiro ideal envolve um filme na TV, uma boa pizza, e uma cerveja comprada na conveniência mais próxima. As geladeiras dessas lojas garantem o necessário para o momento: boas opções de bebidas, diversidade de marcas e produtos gelados o suficiente para o consumo.

Os supermercados onlines — ou serviços como o Rappi, salvam quando é preciso fazer compras.

SÁB 27

DOM 28

RESTAURANTE

SEG 29

TER 30

LONG NECK 355ml

Campos do Jordão



Viagens curtas fazem parte da rotina do Felipe. Sem planejamento antecipado, quando dá vontade, ele gosta de pegar o carro e subir a serra ou descer para a praia.

Campos do Jordão é um dos seus destinos preferidos próximos à capital. Lá, ele se hospeda no centro da cidade, próximo aos restaurantes mais badalados e aproveita o contexto do lugar para provar os vinhos da região.





Bruna é estudante de Fisioterapia na Universidade Católica do Recife. Ela mora com os pais e a irmã em um apartamento na zona Norte da cidade, e batalhou para ter um closet só seu, que serve como cenário dos vídeos que grava para o Instagram, com tutoriais de maquiagens.

Ela viaja muito com a família, de duas a três vezes por ano eles se organizam para conhecer novos destinos. Em comum, todos sentem prazer em descobrir sabores, e se tornou comum as malas voltarem com garrafas de vinho e cervejas diferentes que encontram pelo caminho.

Até por isso, na última reforma do apartamento, a varanda da sacada ganhou um bar temático: mesinha, geladeira adesivada, taças compradas como suvenir em vários locais do Brasil e do mundo e quadros personalizados nas paredes.

O alto astral, animação e anseio por viver ao máximo a vida é típico da idade. Bruna tem acesso a lugares, experiências e bebidas que não a impedem de curtir situações mais coerentes com a fase universitária. Ela concilia bem as festas da faculdade (com misturas de bebidas doces e baratas) com os points badalados (com cervejas especiais e drinks mais elaborados).

BRUNA

21, ESTUDANTE UNIVERSITÁRIA // CLASSE A | RECIFE

A JORNADA DE BRUNA

Bruna acorda às 5h30 da manhã todos os dias. A aula só começa 7h30 e ela não precisa se preocupar em sair cedo porque ganha a carona do pai.

Mesmo assim, precisa de tempo porque gosta de ir arrumada para a faculdade: pensar na roupa, escovar o cabelo, fazer uma maquiagem.

O café da manhã acontece em família, a mãe assume a cozinha, organiza a mesa e todos iniciam o dia juntos.

SEG 1





AMBULANTE

A Bruna ganha uma mesada dos pais para cobrir os gastos com alimentação e lazer, mas aprendeu que, economizando no lanche, sobra mais para as saídas nos finais de semana.

Por volta das 10h ela tem um intervalo e aproveita para enganar a fome nas barracas dos ambulantes em frente ao prédio da faculdade. Com 4 reais ela monta um combo de cachorro-quente com suco de máquina.

TER 2





Quase todas as tarde da Bruna são livres. Faz aula de espanhol duas vezes por semana em um escola de idiomas perto de casa, mas no restante dos horários ela tenta matar o tempo:

Repassa as matérias da manhã para fixar o que aprendeu; assiste filmes e séries na Netflix, mas sente que quase zerou o streaming de tanto que consome o conteúdo da plataforma; também usa as tardes para gravar os tutorias de maquiagem queposta no Instagram.

Com mais de 2 mil seguidores, ela tenta transformar o hobby em uma forma de projetar sua imagem na cidade como influenciadora.

QUI 4



QUA 3



BAR BOTECO

Entre disciplinas teóricas e laboratórios, a Bruna fica na aula até às 12h. Quando o pai vai almoçar em casa, aproveita para buscá-la na faculdade. Quando ele decide almoçar no trabalho, a Bruna precisa contar com a carona da irmã — que já tem carro, ou pegar um Uber (cadastrado com o cartão de crédito da mãe).

Mas acontece também dela decidir almoçar com os colegas, como pretexto para tomarem uma cerveja juntos.

Os bares em volta da instituição são montados já pensando no público universitário: música alta na caixa de som, garrafas geladas de litrão e copos descartáveis para evitar problemas.



A JORNADA DE BRUNA

EXCLUSIVOS

SEX 5

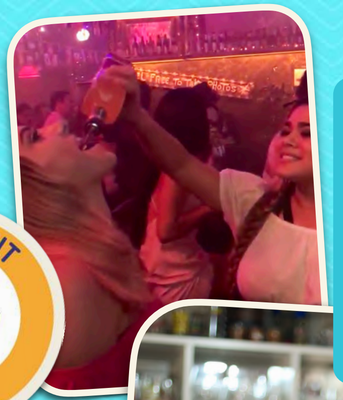
Todos os dias à noite a Bruna faz aula de crossfit em um box super moderno do Recife.
O espaço oferece aulas para grupos pequenos, divididos por horário (o agendamento é feito pelo próprio aluno através de um aplicativo).

No ato da matrícula a Bruna descobriu que a academia tem uma geladeira de Heineken e adorou a ideia. A cerveja passou a fazer parte do momento, como pré ou pós treino. Também se tornou comum os grupos transformarem o fim da aula em um happy hour improvisado na recepção: "a gente já treina pensando na recompensa. O crossfit é um ambiente pra socializar também"

A academia vende um cartão que dá direito a 10 unidades e os alunos podem ir pegando aos poucos. Quando completam a cartela, ganham uma long neck de brinde.

LONG NECK 355ml

CROSSFIT







A família da Bruna viaja bastante, cerca de três vezes por ano. Nesses passeios, os pais dela começaram com a tradição de comprar garrafas de bebidas como souvenir, uma forma de ter uma lembrança de cada região.

A coleção foi crescendo e motivou a mãe da Bruna a transformar a sacada do apartamento em um bar com mesinha, geladeira adesivada, taças de cerveja e quadros personalizados.

O espaço faz sucessos entre os amigos da família inteira e também virou o ambiente onde a família pode se reunir em dias especiais e nos mais cotidianos.

SEX 12





SÁB 6

Pra quem ralou nas aulas de segunda a sexta, o final de semana vem como prêmio. A Bruna frequenta as choppadas e open bares organizados pelas atléticas da faculdade. São festas marcadas e divulgadas com antecedência, então ela consegue construir um calendário dos próximos eventos.

Se o bar é pago, a preferência é pelos destilados e shots de cachaça, canelinha e chicletinho, as bebidas que dão grau mais rápido — gastando menos dinheiro.

Nos open bares, a cerveja entra no radar, mas como uma forma de abrir os trabalhos ou manter o nível alcoólico. Mas de forma geral, a Bruna considera ruim consumir uma bebida que estufa demais e a faz ir muito ao banheiro — sempre precário nesse tipo de evento.

LATA 350ml

DESTILADO

BALADA

Cerveja está no radar das festas universitárias, mas não é o consumo prioritário.



DOM 7

O fim de tarde no Recife Antigo é um dos programas preferidos da Bruna com as amigas. A região contempla uma diversidade de lugares para todos os bolsos.

Quando não estão afim de entrar em um bar, elas topam comprar três latões por 10 reais, preço unificado entre os ambulantes que vendem no local.

Cada uma paga um rodada pra não deixar a cerveja esquentar. Com a bebida em mãos, elas podem rodar pelas ruas sem muito critério, curtindo as bandas que se apresentam por lá nos finais de semana.

A geladeira de cerveja é legal, mas a parceria fechada com uma marca impede o consumo de outras marcas.



Desconfiança sobre o produto vendido pelos ambulantes. É melhor comprar cerveja do que apostar no destilado, que pode estar adulterado.

Pouca variedade de marcas entre os latões vendidos por esse preço.

LATÃO 473ml/550ml

AMBULANTE

SEG 8

TER 9

QUA 10

QUI 11



APP DE DELIVERY

LATINHA 269ml

Nas noites em que a família inteira está em casa e a preguiça de ir pra cozinha bate, eles recorrem aos aplicativos de delivery.

Sempre rola uma discordância sobre o tipo de restaurante, mas acabam entrando em um consenso porque não querem pagar duas taxas de entrega.

Na área das promoções, os combos raramente são de pratos acompanhados de bebidas alcoólicas. E, separado, o valor não costuma compensar. A sorte é que a casa geralmente tem estoque de cerveja e vinhos.

Combos de desconto não priorizam bebidas alcoólicas.

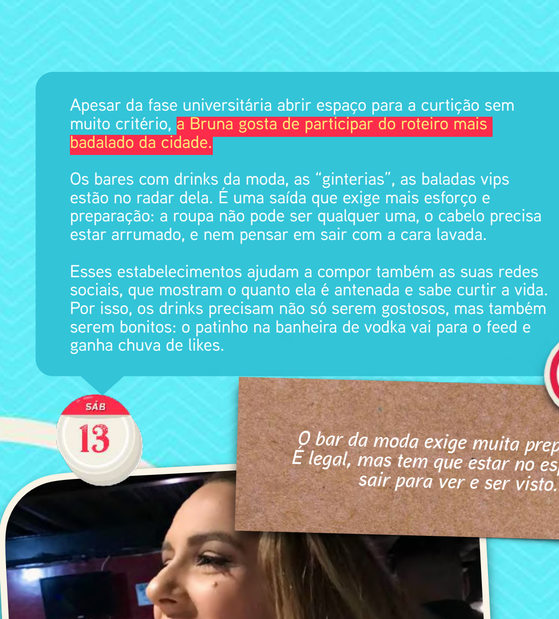
na rua

A JORNADA DE BRUNA

Apesar da fase universitária abrir espaço para a curtição sem muito critério, a Bruna gosta de participar do roteiro mais badalado da cidade.

Os bares com drinks da moda, as "ginterias", as baladas vips estão no radar dela. É uma saída que exige mais esforço e preparação: a roupa não pode ser qualquer uma, o cabelo precisa estar arrumado, e nem pensar em sair com a cara lavada.

Esses estabelecimentos ajudam a compor também as suas redes sociais, que mostram o quanto ela é antenada e sabe curtir a vida. Por isso, os drinks precisam não só serem gostosos, mas também serem bonitos: o patinho na banheira de vodka vai para o feed e ganha chuva de likes.





O bar da moda exige muita preparação. É legal, mas tem que estar no espírito de sair para ver e ser visto.

SÁB 13 · DOM 14 · SEG 15 · TER 16 · QUA 17 · QUI 18 · SEX 19 · SÁB 20 · DOM 21 · SEG 22 · TER 23 · QUA 24 · QUI 25 · SEX 26 · SÁB 27 · DOM 28 · SEG 29 · TER 30

SALÃO DE BELEZA

DRINK

LONG NECK 355ml

Uma ou duas vezes por mês a Bruna agenda a ida ao salão de beleza. Pintar, hidratar e escovar os cabelos leva tempo, ela já vai preparada para passar a tarde inteira por lá.

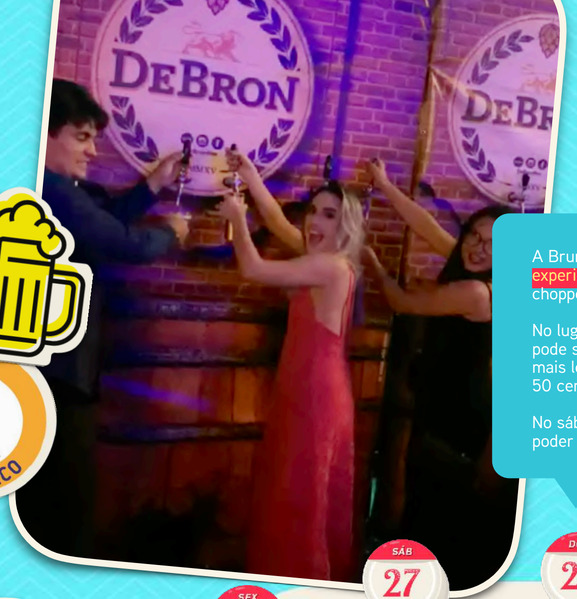
O lugar atende poucas clientes por horário para reforçar a imagem de experiência personalizada. Além disso, oferecem cervejas e drinks para as clientes durante o atendimento.

A Bruna comemora. Aproveita o profissional da casa para experimentar misturas que nunca provou ou pedir dicas para tentar repetir a bebida em casa.





APP DE DELIVERY

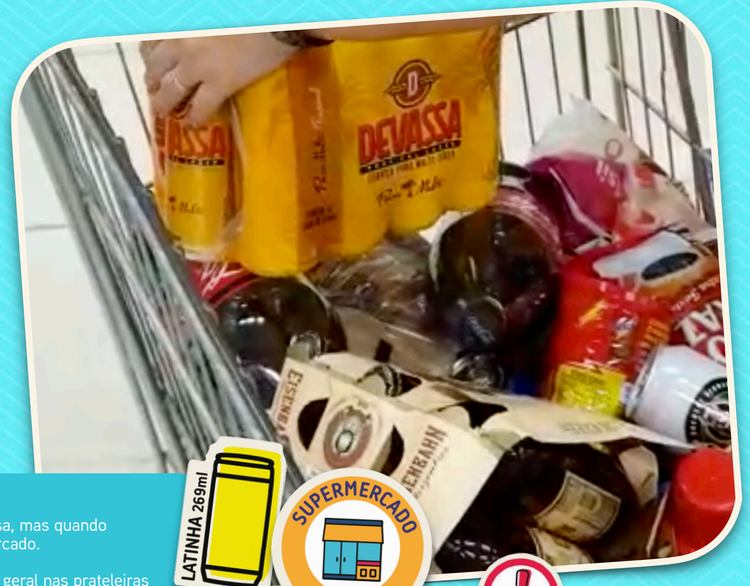


CHOPP BAR BOTECO

A Bruna gosta de estabelecimentos que permitem uma experiência mais ampla dos produtos e por isso adotou uma chopperia do Recife Antigo como a queridinha do momento.

No lugar, o cliente compra crédito em um cartão magnético e pode se servir nas torneiras com cervejas de vários tipos. O mais legal, é que ela não precisa encher o copo, pode colocar 50 centavos, por exemplo, para provar antes de decidir.

No sábado, a Bruna chega cedo pra pegar uma boa mesa e poder aproveitar a noite com conforto.



LATINHA 269ml

SUPERMERCADO

A mãe é a responsável pelas compras de casa, mas quando anima, a Bruna a acompanha até o supermercado.

Nessas ocasiões, ela aproveita para dar uma geral nas prateleiras de bebidas e descobrir as novidades no setor dos drinks prontos. Foi assim que descobriu o lançamento da Skol Beats GT e da Skol Beats Carva, duas latinhas que passaram a fazer parte do seu repertório de bebidas.

A cerveja sempre está na lista da família. A regra é comprar algumas unidades para o consumo do dia a dia. A mãe olha os preços, avalia as promoções e faz uma escolha mais livre de regras quanto a preço e embalagem.

Os lançamentos de bebidas alcóolicas demoram a chegar nos supermercados de bairro.

COMEÇO DO DIA

O dia geralmente começa com menos pressa para um target que, no geral, costuma ter um pouco mais de flexibilidade nos seus horários.

É dentro desse tempo mais livre que se organizam com o café da manhã, a agenda do dia e os combinados com a família — principalmente para os que têm filhos.

Até o trabalho, fazem um percurso que costuma ser curto — a maioria mora perto dos lugares onde seus compromissos acontecem, e ganham a vantagem de conseguir evitar engarrafamentos e o trânsito caótico.

No deslocamento, o rádio ajuda quem precisa ficar por dentro dos assuntos do momento. Os podcasts também auxiliam nessa atualização diária e é interessante para os que preferem segmentação de assuntos — cotidiano, mercado financeiro, política, cultura etc.

RECONHECIMENTO NO TRABALHO

Valorizam muito a carreira profissional, porque é de onde vem o dinheiro que financia a vida mais confortável que eles levam.

Apesar de terem profissões cujas funções costumam ser muito bem definidas, o trabalho pode variar de acordo com reuniões, atendimentos, viagens, e essas questões influenciam suas rotinas.

A vida financeira tranquila abre espaço para as buscas que vão além do dinheiro. São pessoas que querem também o reconhecimento profissional, mesmo que, para isso, precisem colocar mais um peso em suas agendas já atribuladas: o advogado topa dar aulas na faculdade, o médico participa ativamente dos congressos da área etc.

Para quem trabalha em escritórios, lugares com número de funcionários mais restrito, é comum organizarem um petit comité, para celebrarem as conquistas e bons resultados. Nesses encontros (de vez em quando) rola uma rodada de Whisky no fim de tarde. É um momento em que o álcool é bem vindo dentro do ambiente, porque significa poder e sofisticação.





PAIN POINT

Destilados marcam os momentos do escritório, a cerveja nem tanto.

ALMOÇO NA RUA

O almoço não costuma ser em casa e acontece em algum restaurante por perto de onde eles estiverem.

Costumam ir em estabelecimentos self-service, assim não precisam esperar o prato ser preparado e servido. Gostam de aliar a diversidade do cardápio à praticidade do autosserviço.

As refeições mais demoradas, com pratos mais elaborados, ficam para o fim de semana ou para quando almoçam acompanhados de colegas ou clientes. Nesse dia, trocam o kilo por algum restaurante à la carte.

Mas quase nunca bebem álcool no meio do dia, porque precisam estar 100% despertos no período da tarde. Sentem dificuldade em encontrar produtos que sejam menos industrializados. Preferem um suco natural, ou de latinha em último caso: andam cortando o refrigerante da dieta.

VOLTA PARA CASA

O dia que começou de um jeito mais livre, também segue para terminar assim. Geralmente, eles não têm um horário fixo para estar em casa — varia conforme as situações espontâneas que surgem na agenda.

Não costumam cozinhar no dia a dia. A estrutura que possuem em casa (família, funcionária) tem o controle da situação. Na geladeira ficam os quebra-galhos, alguma comida pronta, produtos congelados, frios que podem virar um lanche e, se necessário, podem pedir um prato por delivery.

É comum a refeição ser acompanhada de um drink ou uma taça de vinho, essa bebida que é consumida nos momentos mais cotidianos para relaxar.





HORA DE DORMIR

Para quem não precisa acordar muito cedo, o dia pode demorar a encerrar. É nesse horário que podem usufruir do conforto que têm em casa, ler um livro, ver um filme.

Não assistem muita TV aberta, mas gostam de acompanhar o jornal e dar uma passada na novela. Nos canais pagos, conseguem direcionar o conteúdo que consomem, acompanhando programas segmentados.

FIM DE SEMANA EM FAMÍLIA

Eles tentam reservar o fim de semana para a família. O trabalho consome as melhores horas de suas semanas, incluindo as noite em que precisam comparecer a eventos sociais. Por isso, consideram importante esse respiro para se dedicarem aos pais, esposas, maridos e filhos.

Nem sempre conseguem totalmente, porque, muitas vezes, o trabalho está entranhado até nos seus círculos de amizades, por onde transitam nesse momento de folga: mesmo no clube do condomínio, em família, pode surgir uma conversa profissional que não espera a segunda-feira.

Churrasco é um programa frequente, porque conseguem misturar pessoas, assuntos e interesses ao redor de uma mesa e ao lado de uma piscina. É quando rola uma cervejinha gelada, que mesmo não sendo a bebida predileta, coloca todo mundo no mesmo clima.

PAIN POINT

Preferência por consumir marcas premium, em menor quantidade: ambiente fica desagradável com bebedeira.



O LUXO DE ESTAR EM CASA

Para um target que costuma passar muitas horas da semana em compromissos, ficar em casa é um luxo. É quando a vontade de sair fica de lado, e ele quer mesmo é curtir a preguicinha de ficar no conforto do seu lar.

Eles tentam tiram um tempo para ler livros, ver TV, cozinhar alguma receita diferente. É um dia quase sempre raro, sem compromissos, sem horários marcados, sem nenhuma obrigação de qualquer espécie.

Pra esses momentos, o roteiro pode envolver a entrega de uma boa pizza e um vinho da adega.





PODER DE CONSUMO

Possuem alto poder de consumo e mantêm o mesmo padrão econômico durante todo o mês, sem precisarem se preocupar em equacionar os gastos ao longo das semanas. Recebem um salário que garante o pagamento de todas as obrigações — dele e da família, e que também é o suficiente para os consumos que extrapolam o essencial.

São pessoas com gostos mais refinados e a situação financeira que têm não costuma ser um empecilho para suas escolhas de consumo.

Muitas dessas pessoas recebem seus rendimentos através de suas próprias empresas, ou atendendo clientes particulares. Por isso, guardam sempre uma parte do que entra, em aplicações ou investimentos, como forma de garantirem uma regularidade nesse modelo de vida.

VIDA SAUDÁVEL

Eles tentam encaixar os exercícios físicos em alguma hora do dia, mesmo com uma vida quase sempre dominada pela falta da rotina.

Circulam entre as academias do bairro, nos estúdios de pilates, nos boxes de crossfit, mas também são adeptos da corrida no parque do bairro, um jeito de interagir com o ambiente externo — já que passam muito tempo em salas fechadas.

Também existe a preocupação com a alimentação. Eles andam testando comidas mais fitness, lendo os rótulos dos produtos e consumindo menos refrigerantes.





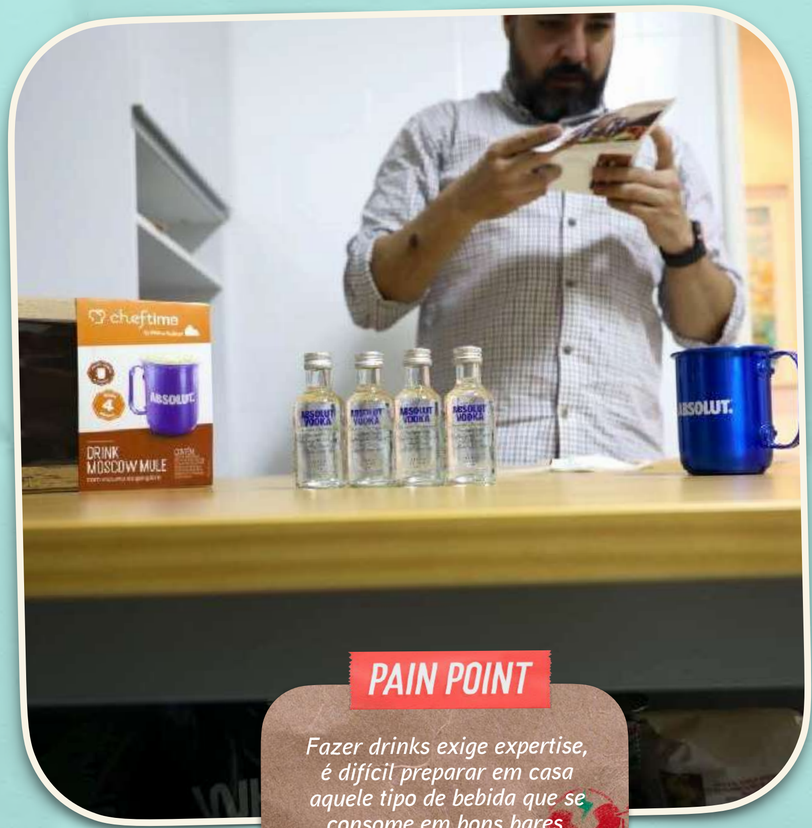
COZINHA PRÁTICA

Possuem uma rede de suporte na vida que não os obriga a cozinhar por necessidade. Existem outras saídas mais práticas, como os pedidos por delivery (Rappi, iFood, Uber Eats) e em supermercados online. Mas, são pessoas que, de vez em quando, gostam de realizar as tarefas doméstica por prazer, quase como um hobby que os ajude a relaxar.

Não é o preparo do arroz e feijão do dia a dia, é a ocasião em que se dedicam a fazer pratos gourmet, utilizando a estrutura que possuem em casa. Também acessam receitas na internet, acompanham programas de culinária na TV quando dá e compram livros dos chefs renomados.

Algumas pessoas buscam facilitadores nesse processo, como os kits do Cheftime, que são vendidos em supermercados. As caixas oferecem os ingredientes selecionados, já nas quantidades corretas e ensinam o passo a passo de uma receita — de comidas e drinks.

É uma solução que incentiva a aproximação com a culinária, ao mesmo tempo em que descomplica todo o processo anterior, de compras e preparação do alimento. Uma mão na roda para um target que preza pela comodidade.



PAIN POINT

Fazer drinks exige expertise, é difícil preparar em casa aquele tipo de bebida que se consome em bons bares.

UMA PASSADINHA NO SUPERMERCADO

Assim como na cozinha, o supermercado também é uma tarefa cotidiana que alguns deles gostam de fazer pra relaxar e esfriar a cabeça, não porque precisam.

A casa tem uma estrutura montada pra reposição, que não costuma contar com a ajuda desse target. Mas essa passadinha faz parte de uma compra mais despretenciosa, saindo do trivial, com a intenção de olhar as novidades e experimentá-las.

As filas e estacionamento não são convidativos e podem tornar a ida ao supermercado uma atividade chata, até para quem gosta de passear pelas gôndolas. Por isso, geralmente essa compra é feita em um empório, mais tranquilo, com público seleto, produtos exclusivos, onde também descobrem as novidades no setor dos drinks prontos e pesquisam o preço de vinhos e bebidas finas.



PAIN POINT

Grandes marcas de destilados não estão nas prateleiras de supermercados tradicionais.

SERVIÇO DE ASSINATURA

É mais comum nesse perfil o interesse em fazer a assinatura de serviços que entregam vinhos em domicílio. Eles entendem a ideia como uma forma de ampliarem o repertório pessoal e aprenderem mais sobre a bebida. É a garantia de terem sempre bons rótulos à disposição, com comodidade — sem que precisem sair de casa para ir aos empórios especializados.

Muitos acreditam que fazer parte de um clube assim agrega valor às experiências pessoais, porque eles já são consumidores frequentes da bebida. A contratação do plano mensal significa, também, uma boa economia, no final das contas.

Apesar de o serviço existir para diversos tipos de produtos, como livros, carnes especiais e cervejas, o vinho costuma ser o pedido mais comum entre eles. Recebem as garrafas com um material que descreve o sabor, dá dicas e sugestões de harmonização e, aos poucos, vão montando uma adega em casa digna de um colecionador.



PAIN POINT

Mesmo que já existam serviços de assinatura de cerveja, os vinhos ainda são as bebidas mais lembradas para esse tipo de investimento.

A assinatura ajuda os entusiastas com os aprendizados mais básicos. Mas, depois, acaba não trazendo mais tantas novidades além do trivial.

DIVERSÃO NO BAR

Curtem frequentar estabelecimentos que permitem uma experiência mais ampla. Estão sempre de olho nos restaurantes que oferecem diversidade de bebidas, com os destilados da moda, além de terem as festas vips no radar. Esses lugares ajudam a confirmar o seu perfil de pessoas antenadas, atentas às novidades e que gostam de curtir a vida de um jeito legal.

Gostam de fazer parte desse circuito mais badalado, mas também entendem que o bar é um ambiente de encontros importantes, mais democráticos, onde podem construir muitas relações sociais que abrem portas profissionais. A cerveja é a bebida gregária, que não é muito consumida cotidianamente, mas que une as pessoas da maneira mais democrática.

PAIN POINT

Cardápio de cerveja artesanal nos bares é muito insatisfatório.



BEBIDA PERMEANDO MOMENTOS MENOS ÓBVIOS

No dia a dia, muitos lugares frequentados por esse target, apresentam uma característica em comum. São ambientes que se transformaram em um mix de prestação de serviços e bar.

O crossfit tem uma geladeira de cerveja na recepção para atender aos alunos que querem fazer um happy hour na saída. A barbearia tem mesas de sinuca, máquinas de fliperama e um bar que vende de cafés a cervejas especiais. O salão de beleza oferece drinks às suas clientes durante as horas de atendimento.

A bebida alcoólica tem feito parte de momentos que, até então, não tinham essa finalidade. E eles gostam! Curtem estar em lugares que se diferenciem dos demais e que reforcem a sensação de experiência personalizada.



GRUPOS EXCLUSIVOS

Dentro desse perfil, estão as pessoas que participam de encontros fechados ou confrarias, com o intuito de dividir interesses em comum com um grupo selecionado. As reuniões acontecem semanalmente, para manter constante a troca de impressões sobre um determinado assunto — que pode ser uma bebida, arte, literatura.

É um momento de relaxar, embora o ambiente mantenha um tom bastante formal e as conversas girem em torno de assuntos mais sérios, como os negócios e a política. É uma roda que costuma ser fechada, geralmente um ponto de encontro de pessoas da alta sociedade, gente que usa a oportunidade para se conectar.

Nos grupos que o assunto gira em torno de um destilado, os participantes têm a tarefa de levar bebidas especiais aos encontros. A busca por marcas exclusivas acontece em lojas especiais, com foco em importação de bebidas de alto padrão. A percepção é que os supermercados, e até mesmo os empórios, não trabalham com marcas excepcionais, e cobram caro por produtos de baixa qualidade.

Nesse ambiente, é comum também o consumo de charutos. O desembolso geralmente é grande, mas quase soa como um "investimento" nas relações pessoais.





PAIN POINT

A dificuldade de encontrar bebidas diferentes para levar aos encontros: colocar na mesa um whisky difícil de ser encontrado, também faz parte da conquista do prestígio entre os membros.

VIAGENS

Seja a trabalho ou a lazer, eles estão sempre encaixando viagens mais curtas na rotina, geralmente sem muito planejamento antecipado.

Esses destinos abrem espaço para que essas pessoas diversifiquem seu repertório e descubram novidades, bebidas diferentes, rótulos regionais e drinks diversos.

É desses passeios que vêm muitas das garrafas que entram para a coleção pessoal e dão graça para o bar de casa.

O freeshop já foi um lugar que atraia olhares, principalmente para a compra de bebidas para a adega de casa, mesmo precisando carregar sacolas pelo aeroporto. Mas eles têm percebido que o preço não anda compensando.

PAIN POINT

O perrengue de carregar bebidas na mala, e o dólar alto que torna caro os preços no Brasil

ABERTO AO "SIM"

No final das contas, esse é um target muito aberto a assumir outros compromissos no dia a dia, a aceitar conhecer lugares que não frequenta e experimentar bebidas que nunca provou.

Isso porque tendem a perceber os convites que surgem como oportunidades de agregar novos contatos, novos conhecimentos e potencializar, ainda mais, uma vida de muitos privilégios.



O PRAZER DE FICAR EM CASA



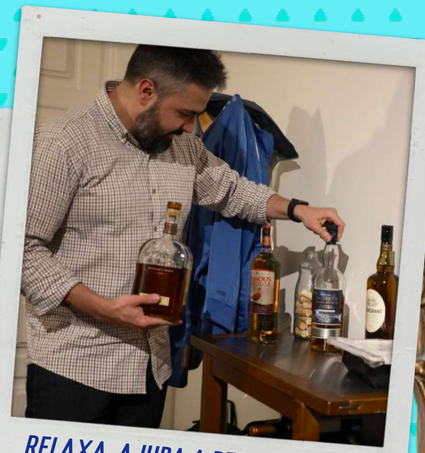
na rua

EXCLUSIVOS

RELAÇÃO COM O ÁLCOOL



REFRESCA O CORPO E REVIGORA O ASTRAL (CERVEJA, DRINKS)



RELAXA, AJUDA A DESCANSAR E A SE DESLIGAR (CERVEJA, DESTILADOS E VINHOS)



POTENCIALIZA AS CELEBRAÇÕES E PROLONGA OS MOMENTOS (CERVEJA)



DESPERTA O INTERESSE EM HARMONIZAR, EXPLORAR NOVOS SABORES E COMBINAÇÕES (VINHO, CERVEJA, DRINKS)



ABRE PORTAS DE GRUPOS. RECONHECIMENTO SOCIAL (DESTILADOS)



DEMONSTRA IDENTIDADE (O COMPORTAMENTO DE CONSUMO REFLETE PERSONALIDADE) (DESTILADOS, VINHO, CERVEJA)



ESTIMULA PEQUENOS RITUAIS, PROTOCOLOS E ETIQUETA PRA QUEBRAR A ROTINA (DESTILADOS, VINHO)



TEM O PODER DE TRANSFORMAR RELAÇÕES FORMAIS EM RELAÇÕES INFORMAIS (CERVEJA E DESTILADOS)

na rua













CERVEJAS PREMIUM EM SITUAÇÕES GREGÁRIAS

– UM NOVO PADRÃO DE QUALIDADE, QUE "APAGA" AS MARCAS TRADICIONAIS (ORIGINAL ROMPE ESSA BARREIRA NO BAR)

CERVEJAS ESPECIAIS GANHANDO RITUAIS

– ETIQUETA E PROTOCOLO PARA TOMAR UM PRODUTO QUE ATÉ POUCO TEMPO ERA SINÔNIMO DE DESCONTRAÇÃO (HARMONIZAÇÃO LEVADO A OUTRO NÍVEL)

DESTILADOS DA MODA, OU EDIÇÕES ESPECIAIS

– EXPERIÊNCIA VEM DA EXCLUSIVIDADE, DE UM SENTIMENTO DE PRIVILÉGIO: AQUILO QUE SE POPULARIZA PERDE O VALOR

SERVIÇOS DE ASSINATURA SIMPLIFICANDO



O UNIVERSO DAS CONFRARIAS E CLUBES:

RELAÇÕES EM UM CÍRCULO



A BEBIDA QUE ESTÁ EM LUGARES

MENOS ÓBVIOS DA ROTINA

o whisky no escritório de advocacia, pra celebrar as conquistas e bons resultados: o momento em que o álcool é bem vindo dentro do ambiente profissional, porque representa poder e sofisticação.







a academia vende um cartão com 10 unidades da cerveja. os alunos podem ir pegando aos poucos e, quando completam a cartela, ganham uma long neck de brinde.

A RELEVÂNCIA DOS FORMATOS PARA OS EXCLUSIVOS









	LONG NECK	LATINHA	GARRAFAS ONE WAY	CHOPP
embalagem:	Vem parar dentro de casa em almoços e reuniões menores, quando a quantidade de pessoas é mais controlada (mais pesada para se carregar em grande volume).	Formato que cai bem em eventos e festas em casa - celebrações em que são consumidas em grande quantidade. Por ser menor e mais fina, se torna conveniente para ser armazenada e servida (de forma elegante)	garrafas one way de diversos volumes (geralmente 500 ou 600ml), eventualmente entram na lista de compras especiais - aqueles produtos que fazem o target sair da sua rotina normal	Esse é um perfil que frequenta bares e restaurantes mais sofisticados, em que o chopp se sobrepõe à cerveja no cardápio.
drive de consumo:	Sensação de que o vidro preserva melhor o sabor da cerveja, e o volume garante o consumo individualizado. Beber direto da garrafa não pega mal, ao contrário da lata - que dependendo da situação exige copo. Para as cervejas especiais, a long neck estimula a experimentação e a individualidade no consumo	Fazendo as contas, sai mais caro o preço por litro. Mas para esse perfil, vale a pena por 2 motivos: o primeiro é que a cerveja da festa nunca esquenta (gela mais rápido, bebe-se mais rápido). O segundo é que a latinha ajuda a moderar o consumo alcoólico, serve em pequenas doses. É ainda é fácil de ser descartada	Com formas diferenciadas, que evidenciam a percepção do aspecto artesanal, essas embalagens chamam a atenção de um perfil curioso por explorar novos sabores e marcas inusitadas. Além do aspecto visual, também valorizam o líquido pelo preço mais elevado, e pela quantidade menor do que a habitual - sugerindo a degustação como forma de consumo	A cerveja é fácil de se levar para dentro de casa, mas um chopp bem tirado é um patrimônio do bar ou do restaurante - por isso ele ganha preferência na escolha - apesar de pesar muito mais na conta. Alguns deles, em situações extraordinárias têm o costume de comprar barril e alugar chopeira para alguma celebração mais caprichada. Mas parece ser difícil conseguir a mesma leveza e cremosidade de espuma que se tem nos lugares profissionais.
canal principal:	supermercado, lojas de conveniência e bares	supermercado	clube de compras e empórios (mais diversidade, marcas inusitadas);	bares e restaurantes









A RELEVÂNCIA DOS CANAIS PARA OS EXCLUSIVOS

canal	importância	frequência	produto	ponto forte	ponto fraco
bares e restaurantes executivos (happy hour) *bares e restaurantes da moda*	lugares que, geralmente, tem um bom cardápio de comida - e não apenas foco em bebida. A cerveja divide o protagonismo com destilados	alta frequência, porque é um target que valoriza muito as suas redes de relacionamento e mistura muito vida pessoal com vida profissional	lugares executivos, conta dividida: garrafa 600; lugares especiais: chopp e long neck, mesmo que a comanda não seja individual	experiência de bar, conversas e situações espontâneas/ ambiente sofisticado, situações de status (lugares especiais)	o cardápio de cervejas dificilmente surpreende. As cervejas especiais combinam mais com restaurantes do que com o clima de bar com amigos - divide a vibe
supermercados pequenos e médios, de redes relevantes	a proximidade, e a facilidade, permitem ao target fazer compras algumas vezes na semana, em busca de frescor e produtos para o dia	frequência de algumas vezes por semana, e compra de cerveja em volume médio: apenas para o consumo no dia a dia	latinhas soltas (o formato 269 gela mais rápido, modera o consumo e não ocupa espaço na geladeira)	programa de pontos de algumas redes oferecem ofertas personalizadas, de acordo com o histórico de compras	a variedade de bebidas geladas, em temperatura para o consumo, é apenas para cervejas premium: as especiais ficam fora da geladeira
aplicativos de entrega Zé Delivery, Rappi, iFood, Uber Eats	esse perfil está disposto a pagar um pouco a mais pela comodidade - ainda que o preço no supermercado seja menor	frequência média em apps de entrega (Zé Delivery) frequência alta em apps de comida (iFood)	principalmente latas e long necks, dependendo da marca	comodidade, rapidez na entrega do produto gelado, e possibilidade de deixar o processo mais transparente do que no disk entrega	em algumas praças (Goiânia, por exemplo), muitas distribuidoras fazem o trabalho de disk entrega e sem cobrar pelo delivery
clube de compras (Sam's) e empórios com produtos exclusivos	sortimento mais selecionado de produtos, espaço em que o target aprende sobre as marcas e capta referências	baixa frequência, médio volume de consumo - estoque eventual e moderado de cerveja especial em casa	garrafas one way de 600 ml, no estilo artesanal. Latão de 1 litro de cervejas importadas	espaço que privilegia marcas sofisticadas, com sabores inusitados. Lojas que estimulam a degustação e experiência com as marcas	preços mais altos, a cerveja divide a atenção com os vinhos e com os destilados - que são o grande foco das vendas nesse canal
lojas de conveniência, geralmente em postos de combustíveis	sempre no caminho de um target que se locomove de carro - compras de última hora, para consumo imediato ou em seguida	alta frequência, mas baixo volume de compra de cerveja - apenas para o consumo no momento, ou no dia	latinhas e long neck avulsas no dia a dia; pack em circunstâncias especiais (caminho de uma festa, por exemplo)	facilidade para parar e realizar as compras rapidamente, oferta ampla de marcas e formatos resfriados	preço alto, foco em marcas comerciais - menor oferta de produtos especiais ou artesanais

A COMPRA DE DESTILADOS EM EMPÓRIOS E ADEGAS

a maioria dos supermercados não vende marcas mais sofisticadas: é preciso recorrer às casas especializadas.




Usain Bolt
CELEBRATE YOUR NEXT VICTORY
GH MUMM CHAMPAGNE
#DareWinCelebrate
GH MUMM
The ULTIMATE GIFT
ROYAL SALUTE 21
ROYAL SALUTE SCOTCH WHISKY
BEBA COM MODERAÇÃO
BEEFEATER 24
THE SUPERIOR LONDON DRY GIN
BEBA COM MODERAÇÃO
CHIVAS REGAL 18 COLD SIGNATURE
1801
CHIVAS REGAL 12 BLENDED SCOTCH WHISKY
1801
CHIVAS REGAL Extra
BEBA COM MODERAÇÃO.
VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS.
O SUCESSO
É UM BLEND
CHIVAS
BLENDED SCOTCH WHISKY

EXCLUSIVOS

ASSINATURA PARA AMPLIAR O REPERTÓRIO PESSOAL







AS OCASIÕES PARA O PERFIL "EXCLUSIVOS"

OCASIÃO	CONFRATERNIZAÇÕES DO TRABALHO	CONVENIÊNCIA NO TRAJETO	CURTIR A CASA	VIDA EM UM CLUBINHO	NIGHT OUT	FORA DO COMUM
	Esse é um perfil que tem bastante dificuldade de separar vida profissional de vida pessoal - porque essas 2 coisas se misturam muito: boa parte do círculo de relações no trabalho acaba se entrelaçando nos laços de amizade. Portanto, essas confraternizações de trabalho são um pouco mais livres para esse target, e muitas vezes existe um limite mais permissível do álcool no ambiente profissional - como o nosso entrevistado Georges, quando abre uma garrafa de whisky no escritório, para celebrar alguma conquista. Nesse sentido, o próprio happy hour é uma situação comum, momento gregário em um bar para celebrar essas amizades de uma forma mais democrática. Whisky é uma bebida recorrente nessas celebrações	O carro é quase uma extensão da própria casa: ele é geralmente individual, e serve como um ponto de apoio. Dentro do carro ficam as roupas de ginástica, a sandália para dar descanso do salto na volta pra casa, e, muitas vezes, aproveita o deslocamento pela cidade para fazer as compras do dia a dia: lojas de conveniência são um quebra-galho para esse target, que não se importam de pagar um pouco a mais pela facilidade em parar, estacionar, e fazer uma compra rápida. É um canal importante para se comprar cerveja gelada, no caminho pra casa ou para uma reunião com os amigos.	Passar tempo em casa é algo bastante valorizado, para um perfil que está sempre fora dela: curtir o lar é um luxo, e estimula hobbies como cozinhar, cuidar das plantas, aprender a fazer pequenos reparos. Tudo isso mais por prazer do que por necessidade. Crescem os hábitos de serviços por assinatura, que ajudam a ressignificar os momentos dentro de casa. A caixa de vinho supresa, que chega para estimular momentos diferentes; a caixa de ingredientes do Cheftime, que vem ajudar no passo a passo da preparação de receitas sofisticadas; e até os produtos de limpeza em capsulas, que transformam a faxina em uma experiência. Assinatura de vinhos têm se tornado um serviço comum, e até se transformou em um presente inusitado	Esse perfil tende a se fechar em um círculo social equivalente ao dele - pelos lugares que frequenta, pelas pessoas que fazem parte do seu círculo de amizades, pelas grades do condomínio. Os momentos de celebração acontecem de uma forma mais programada (menos aberta ao improviso) - muitas vezes com uma estrutura profissional para cuidar dos preparativos. Da mesma forma, essas situações gregárias acontecem mais afastadas do ambiente da casa em si, e vão parar no salão de festas - a intimidade fica sempre mais preservada. A cerveja participa desses momentos em uma quantidade mais moderada. Destilados e drinks ganham protagonismo	Com tanto conforto dentro de casa, sair pra rua só faz sentido se o programa for em um lugar que valha a experiência: é um target que costuma frequentar bons restaurantes e bares, e faz isso com uma certa frequência (muitas vezes até mesmo em função do trabalho). Por isso, sair por prazer significa ir a lugares mais especiais, pra descobrir sabores e sensações que sejam realmente incomuns. As cervejas artesanais, ou especiais, casam bem com esses momentos, mas o drink do bartender ganha relevância por representar exclusividade e uma oportunidade singular de se consumir uma bebida assinada, referência da casa.	Esse target, que paga mais caro pelo serviços, é mais mimado pelos estabelecimentos - que tendem a oferecer uma experiência que fazem seus serviços irem além do convencional: o álcool está entrando em ambientes em que até pouco tempo ele não se fazia presente, através da cerveja long neck, que agora serve pra se matar o tempo na espera do salão de beleza; ou foi parar na geladeira pós treino de academias descoladas.
EMBALAGEM PRINCIPAL						
CANAL						

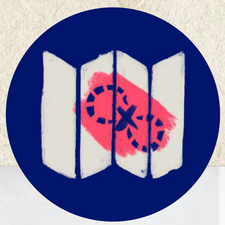
OVERVIEW EXCLUSIVOS



SITUAÇÃO ECONÔMICA

Perfil com alto poder de consumo: renda formal suficiente para as contas mensais e também para garantir eventuais gastos extraordinários.

Possibilidade de manter um padrão financeiro linear, o que faz com que seu comportamento econômico não sofra importantes alterações ao longo do mês (em função da data de recebimento do salário)



DESLOCAMENTO

Estão em meio dos grandes centros de comércio:

Com veículos individuais, e mais flexibilidade nos horários de trabalho, conseguem evitar horários de pico para chegar aos compromissos enfrentando menos o trânsito caótico.

Muitos fazem parte de grupos sociais distintos (clubes, confrarias, sociedades fechadas, etc) e tendem a se relacionar entre iguais, com momentos de lazer relacionados a esse micro-cosmo - o condomínio como um refúgio



COMPRAS PARA A CASA

Compra principal dividida entre o supermercado e o empório.

Motivo: pagar mais barato pelos produtos mainstream nas grandes redes, e ao mesmo tempo ter acesso a produtos exclusivos nos estabelecimentos premium.

+

Eventual compra online de produtos específicos: assinatura ou supermercado online

Busca por produtos mais selecionados, que não são encontrados em qualquer rede



CONSUMO DE CERVEJA

A cerveja divide o protagonismo com outros tipos de bebidas alcoólicas - em especial os destilados finos e os vinhos.

Ao mesmo tempo, ela ainda reina em situações gregárias por ter a capacidade de prolongar os momentos - e principalmente, pelo seu aspecto mais democrático.

Canais principais no consumo do dia a dia: supermercado/ lojas de conveniência

Canal principal nos momentos de grande consumo: supermercado

BATALHADORES

AGREGADORES

AMPLIFICADORES

ENTUSIASTAS

EXCLUSIVOS

SAIR DE CASA É UM LUXO

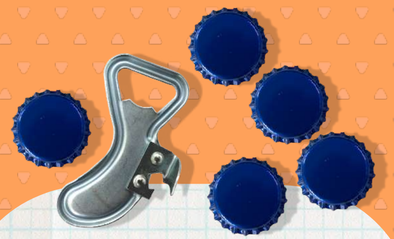
O BAR COMO EXTENSÃO DA CASA



Sair de casa custa um dinheiro que ele não tem. Ida e volta somam 10 reais de transporte público, e isso é uma quantia relevante para quem vive de salário mínimo:

Precisam encontrar lazer dentro de casa - ou na vizinhança. Os bares do bairro se transformam em um refúgio de casa - e a proximidade permite o fiado

O BAR COMO LUGAR DE ENCONTRO



O salário é contado, mas dinheiro bem gasto é aquele que promove momentos felizes.

São pessoas muito sociáveis, que estão sempre cercadas de amigos. Essa vida em conjunto, com a colaboração de cada um, possibilita a fartura - principalmente nos programas em casa.

O bar é lugar de encontro, porque mesa cheia significa diversão maior e conta menor (no rateio pra cada um)

O BAR COMO ESPAÇO PÚBLICO



É um perfil que tenta expandir sua realidade: com muito jogo de cintura, consegue transitar entre diversos grupos, busca referências na rua para inspirar o comportamento da família em casa, e dos amigos.

Nessa gangorra entre diferentes universos, vai do bar pé sujo à balada da moda. Faz acontecer, mesmo com pouco dinheiro: quando não rola sair, Netflix + Delivery é um mimo que faz o sofá da sala virar um programa divertido

O BAR COMO EXPERIÊNCIA



Uma certa estabilidade vem de um certo controle: esse é um target que pode se dar ao luxo de sair com alguma frequência, conhecer lugares mais sofisticados vez ou outra - **vive experiências que depois servem para ser replicadas dentro de casa**, para dar sabor aos momentos do dia a dia normal, em que as despesas precisam ser mais regradas.

A receita do hambúrguer famoso ganha uma versão caseira, a cerveja de sempre dá lugar a sabores inusitados, e a brincadeira é fazer o lar não se transformar em um ambiente repetitivo

O BAR DA CASA

CURTIR A CASA É UM LUXO



A agenda profissional e social se misturam, e fazem com que se gaste muito tempo fora do lar (nem sempre por prazer)

Por isso, ficar em casa é muito valorizado. Curtir os momentos em família e redescobrir tarefas simples - como cozinhar, cuidar das plantas - pode se transformar em um hobby.

Sair pra rua pra se divertir só é bom quando **o programa faz valer a pena abrir mão do conforto** que se tem em casa

na rua

MODERAÇÃO DO ÁLCOOL

PRESSÃO SOCIAL

DECISÃO PESSOAL

BATALHADORES

ÁLCOOL COMO RECOMPENSA, COMO MERECIMENTO PELO ESFORÇO

o consumo tende a ser mais frequente, diário

AGREGADORES

ÁLCOOL COMO AGREGADOR E AMPLIADOR DA RODA DE AMIGOS

o consumo tende a ser mais exagerado, intenso

AMPLIFICADORES

ÁLCOOL COMO COMBUSTÍVEL PARA SE TRANSITAR EM VÁRIOS GRUPOS

o consumo tende a ser mais influenciável, sugestionável

ENTUSIASTAS

ÁLCOOL COMO INGREDIENTE PARA INCREMENTAR O SABOR DOS MOMENTOS ESPECIAIS

o consumo tende a ser mais casual, circunstancial

EXCLUSIVOS

ÁLCOOL COMO INSTRUMENTO DE RECONHECIMENTO SOCIAL

o consumo tende a ser mais coletivo, social

na rua



BATALHADORES

O menor desembolso permite ao target incluir a cerveja em momentos de deslocamento, principalmente na volta do trabalho para a casa.

Permite também que ele beba uma marca melhor, que na versão 269 custa o mesmo valor da cerveja popular de 350

AGREGADORES

O menor desembolso permite ao target incluir a cerveja em momentos de deslocamento, principalmente na volta do trabalho para a casa.

Permite também que ele beba uma marca melhor, que na versão 269 custa o mesmo valor da cerveja popular de 350

AMPLIFICADORES

Formato pouco relevante ao target, por apresentar menos vantagem na relação custo/benefício, e por fazer menos parte dos seus momentos

ENTUSIASTAS

Embalagem mais elegante;

Quantidade ideal para tornar o consumo mais comedido no dia de semana;

Que gela mais rápido para o consumo imediato;

E que não ocupa muito espaço no refrigerador de casa, facilitando o armazenamento

EXCLUSIVOS

Embalagem mais elegante;

Quantidade ideal para tornar o consumo mais comedido no dia de semana;

Que gela mais rápido para o consumo imediato;

Que não ocupa muito espaço no refrigerador de casa, facilitando o armazenamento;

Embalagem estimula o consumo rápido, evitando que a cerveja esquente

OCASIÃO

Situações de consumo “on the go”, em ruas de comércio popular e nos arredores dos terminais de transporte público.

Faz parte de combos (espetinho + cerveja)

Situações de consumo “on the go”, em ruas de comércio popular e nos arredores dos terminais de transporte público.

Faz parte do passeio à bomboniere, no fim do expediente

Situações em casa, quando a promoção do hipermercado faz compensar esse formato frente à lata 350 (raramente ocorre)

Prevalência em situações cotidianas, em casa, pulverizadas ao longo dos dias de semana.

Prevalência em situações cotidianas, em casa, pulverizadas ao longo dos dias de semana.

Presente também em pequenas celebrações em casa

CANAIS











na rua





EM TODAS AS PRAÇAS, PERCEBEMOS A "LATINHA 269" SENDO O FORMATO OFERECIDO POR AMBULANTES (PRINCIPALMENTE NOS ARREDORES DOS TERMINAIS DE TRANSPORTE PÚBLICO): MENOR DESEMBOLSO


LATINHA 269ml
PUDEMOS NOTAR, PRINCIPALMENTE EM GOIÁS, A "LATINHA 269" SERVINDO COMO UMA ESCADINHA DAS MARCAS PARA OS PERFIS 1 E 2 (EM SITUAÇÕES DO DIA A DIA): O VOLUME MENOR FAZ A MARCA FAMOSA FICAR NO PREÇO DAS MARCAS POPULARES
NSG
TRADE MARK
269 ml



PRINCIPALMENTE EM SÃO PAULO, NOS SURPREENDEMOS COM A RELEVÂNCIA DA "LATINHA 269" PARA OS AGREGADORES, EM UM HAPPY HOUR IMPROVISADO, VIA BOMBONIERES OU MERCADOS DE PEQUENO FORMATO



EM TODAS AS PRAÇAS, PERCEBEMOS A "LATINHA 269" SENDO RELEVANTE PARA UM TARGET DE MAIOR PODER AQUISITIVO, POR PROPORCIONAR O CONSUMO MAIS IMEDIATO (FÁCIL DE GELAR), DEPOIS DAS COMPRAS NA VOLTA PRA CASA

na rua



BATALHADORES

Das embalagens em lata, é o formato que tem **melhor custo por ml**.

É uma quantidade que permite compartilhar a cerveja entre duas pessoas, no copo.

Promoções em ambulantes (3 por 10 reais) possibilitam o consumo gregário em situações “on the go”

AGREGADORES

Das embalagens em lata, é o formato que tem melhor custo por litro.

Possibilidade de beber com fartura, para um target que consegue realizar (mais constantemente) momentos de celebração com amigos e família.

Ao mesmo tempo, **é um formato que pode gerar muito desperdício**

AMPLIFICADORES

Formato pouco consumido pelo target (sensação de que a cerveja **esquenta muito antes de ser totalmente consumida**).

Embalagem mais restrita a eventos em que a compra de cerveja demanda muito tempo em fila: melhor garantir uma embalagem maior

ENTUSIASTAS

Além do consumo muito pontual da cerveja comercial latão (em eventos populares), esse formato está ficando mais comum a esse target por conta das **marcas de cerveja especiais e importadas** (que variam de 500ml até 1 litro).

EXCLUSIVOS

Além do consumo muito pontual da cerveja comercial latão (em eventos populares), esse formato está ficando mais comum a esse target por conta das **marcas de cerveja especiais e importadas** (que variam de 500ml até 1 litro).

OCASIÃO

Celebrações gregárias em casa em casa (quando cada um leva um pouco de cerveja);

Situações de consumo via ambulantes, em ruas de comércio popular e em grandes eventos

Está presente em grandes celebrações em casa (embora não seja o formato mais comum desses momentos).

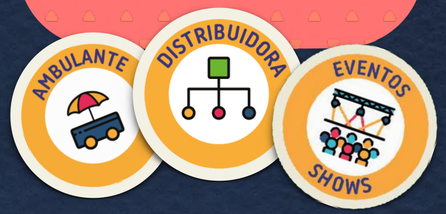
Está presente em festas e shows (principalmente os mais populares)

Presente em festas de rua, festas universitárias e grandes celebrações mais populares (como shows, eventos de muita aglomeração)

Eventualmente presente em casa, em momentos de degustação, ou em situações de cozinha em grupo, de harmonização com algum prato especial

Eventualmente presente em casa, em momentos de degustação, ou em situações de cozinha em grupo, de harmonização com algum prato especial

CANAIS











na rua

PUDEMOS NOTAR O "LATÃO 473" SENDO MUITO RELEVANTE EM SITUAÇÕES DE FESTAS DE RUA/ SHOWS/ FESTAS POPULARES: MOMENTO EM QUE EXISTE FILA PRA COMPRAR CERVEJA



PERCEBEMOS O "LATÃO 473" MUITO FORTE EM PERNAMBUCO, PRINCIPALMENTE EM PROMOÇÕES 3 POR 10, VIA AMBULANTES. NESSE FORMATO HÁ PREVALÊNCIA DAS MARCAS POPULARES, E CONCORRENTES AMBEV





BATALHADORES

Formato clássico, é a embalagem unânime entre todas as marcas populares (e que por isso permite uma fácil comparação de preços).

A medida é referência de consumo individual, e isso ajuda a mensurar melhor o cálculo da quantidade certa para uma confraternização em casa.

É a embalagem com mais promoções nos pontos de venda de auto-serviço

AGREGADORES

Formato clássico, é a embalagem unânime entre todas as marcas mainstream (e que por isso permite uma fácil comparação de preços).

A medida é referência de consumo individual, e isso ajuda a mensurar melhor o cálculo da quantidade certa para uma confraternização em casa.

É a embalagem com mais promoções nos pontos de venda de auto-serviço

AMPLIFICADORES

Formato clássico, é a embalagem unânime entre as marcas mainstream e marcas premium (e que por isso permite uma fácil comparação de preços).

A medida é referência de consumo individual, e isso ajuda a mensurar melhor o cálculo da quantidade certa para uma confraternização em casa.

É a embalagem com mais promoções nos pontos de venda de auto-serviço

ENTUSIASTAS

Formato clássico, é a embalagem unânime entre as marcas comerciais, mas não é comum para cervejas mais especiais.

A medida é referência de consumo individual, e isso ajuda a mensurar melhor o cálculo da quantidade certa para uma confraternização em casa.

É a embalagem com mais promoções nos pontos de venda de auto-serviço

EXCLUSIVOS

Formato clássico, é a embalagem unânime entre as marcas comerciais, mas não é comum para cervejas mais especiais.

A medida é referência de consumo individual, e isso ajuda a mensurar melhor o cálculo da quantidade certa para uma confraternização em casa.

É a embalagem com mais promoções nos pontos de venda de auto-serviço

OCASIÃO

Situações diversas, principalmente em casa, sendo elas cotidianas ou de celebrações gregárias (compra coletiva no distribuidor)

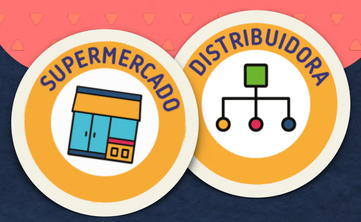
Situações diversas, principalmente em casa, sendo elas cotidianas ou de celebrações gregárias (compra coletiva no hipermercado)

Situações diversas, principalmente em casa, sendo elas cotidianas ou de celebrações gregárias (compra aproveitando as promoções das grandes redes

Situações em casa, sendo elas cotidianas ou de celebrações gregárias - embora já divida espaço no cooler com garrafas de cerveja especiais

Situações em casa, sendo elas cotidianas ou de celebrações gregárias informais - embora momentos especiais combinem mais com garrafas de vidro

CANAIS











na rua


EM GOIÁS E EM PERNAMBUCO, COM MAIS RECORRÊNCIA, PERCEBEMOS O HÁBITO DO CONSUMIDOR BAIXA RENDA (BATALHADORES) DE JUNTAR LATINHAS (TODAS ELAS, DE QUALQUER TAMANHO) PARA VENDER O ALUMÍNIO
LATA 350ml



BATALHADORES

Sensação do litrinho já ter sido financeiramente mais vantajoso do que é hoje em dia - mesmo assim a embalagem retornável ainda barateia um pouco o consumo.

Estimula um consumo mais imediato, porque não é uma embalagem fácil de ser estocada.

Inconveniente de ter que lidar com os cascos depois de vazios, porque juntam insetos e causam mau cheiro em casa

AGREGADORES

Sensação do litrinho já ter sido financeiramente mais vantajoso do que é hoje em dia - mas às vezes ainda é possível encontrar uma boa promoção nesse formato.

Estimula um consumo mais imediato, porque não é uma embalagem fácil de ser estocada.

Inconveniente de ter que lidar com os cascos depois de vazios, porque juntam insetos e causam mau cheiro em casa

AMPLIFICADORES

Embalagem que já foi mais agressiva em termos de promoção. Hoje ficou pouco relevante para um target que busca ofertas em supermercados por toda a cidade (através de aplicativos) - e por isso consegue opções mais vantajosas nas embalagens em lata.

ENTUSIASTAS

Esse público conhece o litrinho das gôndolas de supermercado, mas essa embalagem nunca fez muito sentido para ele, que não tem o costume de usar packs retornáveis, e no one way a economia não se torna relevante.

Outro motivo é o interesse dessas pessoas em marcas mais premium, que não são ofertadas nesse formato.

EXCLUSIVOS

Esse público conhece o litrinho das gôndolas de supermercado, mas essa embalagem nunca fez muito sentido para ele, que não tem o costume de usar packs retornáveis, e no one way a economia não se torna relevante.

Outro motivo é o interesse dessas pessoas em marcas mais premium, que não são ofertadas nesse formato.

OCASIÃO

Situações de consumo individual em casa, em momentos do dia a dia, já que essa não é uma embalagem própria para um consumo em grande quantidade. Estimula uma relação entre o comerciante e o cliente: casco na confiança

Situações de consumo individual em casa, em momentos do dia a dia, já que essa não é uma embalagem própria para um consumo em grande quantidade

Esse perfil deixou de comprar esse formato, porque sente que o preço não justifica mais os inconvenientes (peso, armazenamento, troca de vasilhame)

Não faz parte de uma ocasião de consumo

Não faz parte de uma ocasião de consumo

CANAIS





na rua

PUDEMOS SENTIR A EMBALAGEM "LITRINHO 300ML" SENDO UM FORMATO MAIS AGRESSIVO NO INTERIOR DE SÃO PAULO (MOGI GUAÇU) E EM RECIFE.

EM GOIÂNIA, EXISTE A PERCEPÇÃO DE QUE A ECONOMIA COM ESSA EMBALAGEM RETORNÁVEL JÁ VALEU MAIS A PENA



NO RECIFE VIMOS O "LITRINHO 330ML" PRESENTE EM ALGUNS BARES, E POR ISSO CHEGANDO A UM PÚBLICO AB (ENTUSIASTAS)



ENTRETANTO, EM TODAS AS PRAÇAS A RECLAMAÇÃO COMUM É DE QUE É UMA EMBALAGEM DIFÍCIL DE GUARDAR – PORQUE JUNTA INSETOS E CAUSA MAU CHEIRO NA CASA. POR ISSO TEM SE TORNADO UMA OPÇÃO MENOS RELEVANTE





BATALHADORES

Formato menos possível para um perfil que tem foco em preço: a cerveja sai muito mais cara do que na versões latas, e o vidro é descartado (a lata vira dinheiro)

AGREGADORES

Formato que abre espaço para marcas premium e para escolhas individuais em situações gregárias;

estimula o target a experimentar marcas que não costuma beber usualmente;

promove uma sensação de sofisticação, ao mesmo tempo que limita o consumo de um target acostumado a ter fartura;

AMPLIFICADORES

Embalagem presente nos bares mais sofisticados que esse perfil gosta de frequentar de vez em quando, e que quase sempre são estabelecimentos exclusivos de marcas premium;

a long neck na mão é um símbolo de identidade, representa personalidade, e combina bem com o clima de ostentação

ENTUSIASTAS

O formato é um upgrade em relação ao consumo normal do dia a dia, e indica uma situação mais caprichada:

geralmente é a embalagem para se aventurar na prateleira de cervejas especiais (tem um tamanho que permite a degustação);

e também é a embalagem que deixa mais bacana um encontro de amigos, com consumo mais moderado

EXCLUSIVOS

Long Neck na geladeira para momentos do dia a dia, rivalizando com a latinha 269 ml como um formato que representa um consumo permitido para situações cotidianas;

presente em bares e restaurantes freqüentados pelo target, também é a embalagem privilegiada nas geladeiras de supermercados, padarias e lojas de conveniência, sempre no ponto certo de consumo;

é o formato pra se aventurar na prateleira de cervejas especiais, porque permite a degustação

OCASIÃO

Raramente a long neck está presente em ocasiões de consumo desse perfil consumidor

Situações de bar com uma turma maior do que a de costume, ou situações de restaurante, quando a comanda é marcada individualmente - e a escolha de bebidas não precisa ser comum

Situações em locais mais exclusivos, points da moda (como bares e baladas) com comanda individual;
Momentos gregários, quando querem se dar de presente uma experiência diferente, “surpreender” ou “impressionar”

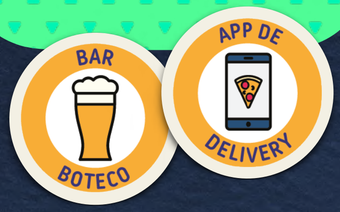
Geralmente momentos que envolvem comida, seja em casa (cozinhando) ou em algum restaurante casual (hamburgueria). O delivery via iFood ou Uber Eats também privilegia a long neck (que faz parte do cardápio de cervejas premium e também das cervejas especias)

Amplas situações de consumo, dentro de casa e fora dela. Representa uma relação mais ponderada com a cerveja, que invade a semana ao mesmo tempo em que também acontece em momentos de lazer - vai do churrasco de domingo com os amigos, ao jantar sem companhia, depois de um dia de trabalho

CANAIS









na rua



EM GOIÁS (GOIÂNIA E INHUMAS), PUDEMOS PERCEBER A "LONG NECK" SE POPULARIZANDO: MAIS PRESENTE EM ALGUMAS SITUAÇÕES GREGÁRIAS, DENTRO DE CASA (AGREGADORES), PRINCIPALMENTE POR CAUSA DA CERVEJA IMPÉRIO (AGRESSIVA EM PREÇO NA REGIÃO)

NAS CAPITAIS (SP, GYN, REC), PUDEMOS NOTAR QUE A EMBALAGEM "LONG NECK" É O FORMATO QUE ESTÁ LEVANDO A CERVEJA PARA LUGARES ONDE ELA AINDA NÃO ERA COMUM – CROSSFIT, SALÃO DE BELEZA...




A "LONG NECK" TAMBÉM É O FORMATO QUE TORNA POSSÍVEL OS ENCONTROS BAR EM ÉPOCA DE CRISE – PORQUE ESTIMULA A COMANDA INDIVIDUAL
LONG NECK 355ml
na rua



BATALHADORES

Formato que representa o melhor custo por quantidade de cerveja, entre todas as embalagens.

Por poucos centavos a mais do que a garrafa 600 ml, o target se sente ganhando muito mais cerveja e isso é percebido como uma vantagem por possibilitar uma conta mais barata no bar. Representa fartura - ainda que o consumo seja individual

AGREGADORES

Possibilita uma conta mais barata - principalmente para um perfil que é acostumado a reunir muita gente ao redor da mesa de bar. Uma economia que faz diferença em momentos de grande consumo:

é uma embalagem que deixa todo mundo mais à vontade para consumir, e que gera um sentimento de unidade - todo mundo bebendo a mesma marca, e dividindo a conta por igual

AMPLIFICADORES

Embalagem que só está presente em bares mais simples - ou no delivery do distribuidor, para consumo em casa (pra evitar o bar pé sujo) com os amigos do peito. Por isso representa ao target uma unidade (todo mundo bebendo a mesma marca e dividindo a conta), vibe que faz um faz contraponto aos momentos em que ele busca experiências mais sofisticadas, das quais esse formato não faz parte

ENTUSIASTAS

Embalagem pouco relevante a esse target, que tem um consumo mais direcionado a marcas premium, e que tende a ter um consumo mais individualizado (embalagens individuais)

EXCLUSIVOS

Embalagem pouco relevante a esse target, que tem um consumo mais direcionado a marcas premium, e que tende a ter um consumo mais individualizado (embalagens individuais)

OCASIÃO

Momentos do dia a dia, pra se refrescar do calor e refrescar as ideias, seja no bar (que é um respiro do ambiente da casa), ou na própria casa (com o produto comprado no bar, com casco em confiança)

Situações gregárias no bar, momentos de confraternização em que a mesa está sempre cheia de amigos, e aberta a receber quem mais quiser chegar

Momentos gregários, com os amigos mais chegados, em que a intenção é curtir o momento com simplicidade: seja no bar da esquina que esse perfil só frequenta nessas situações, ou seja em casa, via delivery do distribuidor

Raramente a garrafa litrão está presente em ocasiões de consumo desse perfil consumidor (a menos que ele seja universitário)

Raramente a garrafa litrão está presente em ocasiões de consumo desse perfil consumidor (a menos que ele seja universitário)

CANAIS







na rua



O FORMATO LITRÃO TRANSCENDE AS CLASSES SOCIAIS JUNTO AO PÚBICO UNIVERSITÁRIO.

PERCEBEMOS A EMBALAGEM "LITRÃO" MUITO PRESENTE NOS BARES DE PERIFERIA EM TODAS AS PRAÇAS.

MAS EM PERNAMBUCO PUDEMOS NOTAR ESSE FORMATO MAIS PRESENTE POR TODA A CIDADE: ATÉ EM SITUAÇÕES DE CONSUMO INDIVIDUAL





MUITAS VEZES A DIFERENÇA DE PREÇOS ENTRE A "GARRAFA 600 ML" E A "GARRAFA LITRÃO" É MÍNIMA: REGISTRAMOS ESSES VALORES APROXIMADOS EM TODAS AS CIDADES – PRINCIPALMENTE NAS PERIFERIAS



BATALHADORES

Formato padrão, presente em todos os bares - mas só faz sentido para esse perfil quando a diferença de preço entre a garrafa 600 e a garrafa litrão é considerável (quase sempre é um valor mínimo):

tem uma quantidade ideal para o consumo individual no bar - tamanho suficiente para se refrescar, demanda um tempo de consumo suficiente para esquecer um pouco os problemas da casa, e de bater um papo descompromissado

AGREGADORES

Formato padrão, está presente em todos os bares e garante uma oferta de marcas maior do que as disponíveis na garrafa litrão:

por isso é a embalagem que permite variar o sabor - e não ficar preso apenas nas marcas tradicionais;

estimula uma unidade na mesa, porque faz as pessoas dividirem a bebida e também a conta.

AMPLIFICADORES

A garrafa 600 é tão democrática quanto esse target tenta ser: tá presente em todos os bares, dos mais simples a alguns mais sofisticados - e isso faz com que seja um formato que acompanha bem o seu movimento pela cidade, transitando por vários grupos:

é uma embalagem que abraça tanto as marcas populares quanto as marcas premium, e isso tem valor para esse público que gosta de fazer um intercâmbio entre as realidades

ENTUSIASTAS

É a embalagem que estimula o ritual do bar, e isso dá um gosto diferente para a cerveja 600 - ainda que esse perfil possa pagar por um formato individual:

a graça está no clima gregário, no copo americano, na cortesia de um amigo servindo ao outro.

[Ao mesmo tempo, também é uma quantidade comum às cervejas especiais (em garrafas one way mais barrigudinhas) - mas que estão restritas em situações em casa, individuais ou com uma turma menor]

EXCLUSIVOS

É a embalagem que estimula o ritual do bar, e isso dá um gosto diferente para a cerveja 600 - ainda que esse perfil possa pagar por um formato individual.

Mas frequentemente é substituída pelo chopp, que acaba sendo a bebida gregária em estabelecimentos mais especiais.

[O volume de 600 ml também é uma quantidade comum às cervejas especiais (em garrafas one way mais barrigudinhas) - mas que ficam restritas a situações em casa, individuais ou com uma turma menor]

OCASIÃO

Momentos do dia a dia, pra refrescar as ideias: seja no bar (que é um respiro do ambiente da casa), ou na própria casa (com o produto comprado no bar, com casco em confiança).

Muito esporadicamente vem para eventos em casa, em engradados, via compra parcelada no supermercado

Situações gregárias, em bares mais centrais (geralmente em lugares em que a cerveja divide o protagonismo com uma comida) e com o consumo um pouco mais moderado - se é pra ter fartura, o litrão é a melhor opção porque barateia a conta do bar.

Situações gregárias, em diversos tipos de bares em que a conta é da mesa (e não consumação individual).

Exclusivamente sobre as retornáveis, o consumo acontece fora de casa, em situações de bar ou de restaurantes.

Exclusivamente sobre as retornáveis, o consumo acontece fora de casa, eventualmente, em situações de bar ou de restaurantes.

CANAIS











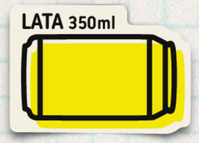
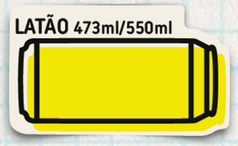
na rua



A "GARRAFA 600":

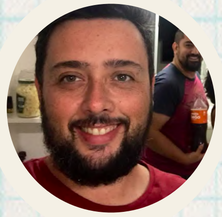
A BEBIDA É PREMIUM, MAS O RITUAL É O TRADICIONAL.

PACKAGING

	BATALHADORES	AGREGADORES	AMPLIFICADORES	ENTUSIASTAS	EXCLUSIVOS
 LATINHA 269ml	canal: ambulante ocasião: deslocamento importância: out of pocket	canal: bomboniere ocasião: happy hour importância: out of pocket	canal: supermercado ocasião: em casa importância: ofertas pdv	canal: hipermercado ocasião: em casa importância: gela rápido	canal: supermercado ocasião: em casa importância: moderação
 LATA 350ml	canal: distribuidora ocasião: múltiplas importância: g. ofertas pdf	canal: atacarejo ocasião: múltiplas importância: g. ofertas pdf	canal: grandes redes ocasião: múltiplas importância: g. ofertas pdf	canal: hipermercado ocasião: em casa importância: medida refer.	canal: supermercado ocasião: em casa importância: medida refer.
 LATÃO 473ml/550ml	canal: distribuidora ocasião: em família importância: dá pra dividir	canal: hipermercado ocasião: celeb. casa importância: fartura	canal: eventos ocasião: aglomerações importância: evitar filas	canal: eventos ocasião: aglomerações importância: evitar filas	canal: eventos ocasião: aglomerações importância: evitar filas
 LITRINHO 300ml	canal: mercadinhos ocasião: ind. em casa importância: em confiança	canal: mercadinhos ocasião: ind. em casa importância: em confiança	baixa relevância: o preço já foi mais motivador	baixa relevância: ausente no circuito do target	baixa relevância: ausente no circuito do target
 LONG NECK 355ml	baixa relevância: o preço não compensa a quantidade	canal: bar ocasião: grandes grupos importância: comanda ind.	canal: bar ocasião: dia especial importância: personalidade	canal: bar ocasião: casual importância: individualidade	canal: conveniên. ocasião: várias importância: moderação
 GARRAFA 600ml	canal: bar de balcão ocasião: qnd falta litrão importância: marcas pop.	canal: bar ocasião: gregária importância: conta compart.	canal: bar ocasião: gregária importância: conta compart.	canal: bar ocasião: gregária importância: ritual de bar	canal: bar ocasião: gregária importância: ritual de bar
 LITRÃO	canal: bar de balcão ocasião: grupo ou ind. importância: mais por menos	canal: bar ocasião: roda de amigos importância: fartura	canal: distribuidora ocasião: roda de amigos importância: fartura	baixa relevância: apenas circuito universitário	baixa relevância: apenas circuito universitário

SITUAÇÃO DEFININDO O CANAL

5. PREÇO
4. MARCAS CONSIDERADAS
3. CANAL
2. QUANTIDADE
1. OCASIÃO



1) O Ruben, ao sair do trabalho, ficou vontade de tomar uma cervejinha;
2) Ele ia comprar umas poucas latinhas no mercadinho mesmo, mas uns amigos ligaram e resolveram se juntar;
3) Pra comprar uns 4 fardinhos, achou que valeria ir ao supermercado porque lá o preço é sempre melhor;
4) Em uma prateleira muito vasta, ele fez uma seleção das marcas que mais gosta, com base em qualidade;
5) Dentre elas, a Bud era a que estava em oferta. Foi de Bud, porque disse gostar de cerveja boa!

PDV ESTIMULANDO A OCASIÃO

5. OCASIÃO
4. MARCAS CONSIDERADAS
3. QUANTIDADE
2. PREÇO
1. CANAL



1) A Renata faz compras a cada 15 dias, e tem o costume de ir sempre no mesmo hipermercado;
2) Ela sempre fica de olho em promoções, e naquele dia percebeu que várias cervejas estavam em oferta;
3) Pensou em levar uns 3 fardinhos, que era um tanto que não iria tomar muito espaço do porta-malas, e nem pesar muito no preço total da compra;
4) Skol e Itaipava estavam quase o mesmo preço. Levou Skol, porque todo mundo toma sem reclamar;
5) Com esse tanto de cerveja, viu que dava pra fazer uma galinhada e chamar a irmã e o cunhado pra um almoço de fim de semana. Daí resolveu buscar o frango caipira.

MARCAS DEFININDO O CANAL

5. QUANTIDADE
4. OCASIÃO
3. CANAL
2. PREÇO
1. MARCAS CONSIDERADAS



1) No perfil de promoções no Instagram, o Allan descobriu uma oferta de Stella, que é uma marca que ele tem gostado muito - mas que nem sempre dá pra tomar;
2) Quando o preço é muito bom, quem não corre não consegue aproveitar. Estava a pouco mais de 2 reais reais, valia a pena o trânsito pra ele chegar ao local;
3) Era promoção em uma distribuidora que ele não conhecia e nunca tinha ido, mas jogou no Google Maps;
4) No caminho, foi pensando se os amigos topariam um churrasco (ou um narguilé em casa), e foi tentando fazer uma vaquinha pra comprar a cerveja;
5) Deu pra fechar o churrasco com os amigos, então ele comprou uma quantidade suficiente para a galera;

	BATALHADORES	AGREGADORES	AMPLIFICADORES	ENTUSIASTAS	EXCLUSIVOS
S.E.L. AND MOBILITY	Low	←	→	→	High
PAYMENT	Daily or weekly	Every 15 or 30 days			Every 15 or 30 days, but it doesn't matter
PURCHASE DYNAMIC	Monthly & Daily	Once a month or 15 days & weekly			Every 15 days & weekly (3x)
IN HOME CONSUMPTION	Leaving home is a luxury	Leaving home is a way to expand network			Staying home is a luxury
MODERATION	Family respect	Social reputation			Health & wellness
STOCK BEER AT HOME	Financial losses	Home space restrictions (the discount has to be worth it)			No need

	BATALHADORES	AGREGADORES	AMPLIFICADORES	ENTUSIASTAS	EXCLUSIVOS
IMPROVE EARNINGS	Informal daily jobs	Multiple jobs or several types of bonuses			Executive compensations
BEER TRANSPORTATION	Heavy to carry (walk home)	Takes a lot of the car's space			If it's too heavy, I can pay to deliver it
PRICE	Out of pocket and more for less	Control			Best value for money
VARIETY	Low variety at POC, worse when cold	Variety of mainstream brands at POC			High variety, but low to buy it cold
VOLUME	Quantity above quality	Better for less			Quality above quantity
CHOICE OF PACKAGING	Aluminum can turns into money	Sharing the bottle brings friends together for the same purpose			Individual packaging shows identity

	BATALHADORES	AGREGADORES	AMPLIFICADORES	ENTUSIASTAS	EXCLUSIVOS
CONSUMPTION DRIVE	Lightness to quench the thirst and cool off	Beer makes the moments last longer (wine makes you sleep, spirits get you drunk fast)			Different flavors match different situations
EMOCIONAL BENEFIT	Mood refresh	Social gathering			Moments enhancer
PERMISSION TO DRINK	Alcohol and work does not mix together	Happy hour after work turns colleagues into friends			Achievements can be celebrated with alcohol
RETURNABLE PACKING	Enables daily consumption	Promotes abundance in group meetings of friends			Too much work: convenience is priceless
BEER AND FOOD PAIRING	Any meal gets special with beer	The "churrasquinho" culture is presenting new types of beer to a target who's learning to combine flavors			Harmonization is taking beer to another level
BEHAVIOR CODE	Beer means informality	Recent discovery that beer is not all the same (different types match different situations)			New beer recipes are creating new fancy rituals

	BATALHADORES	AGREGADORES	AMPLIFICADORES	ENTUSIASTAS	EXCLUSIVOS
P.O.C.	Street vendor Local market Distributor Bar	Street vendor Local market Distributor Bar C&C Supermarket Disk delivery	Supermarket C&C Distributor Bar LC Delivery Simple restaurants	Supermarket C&C Bar LC Bakery Apps Restaurant	Supermarket C&C Bar LC Bakery Apps Restaurant
PACKAGING					
1L	Budget (bar alone or w/ friends)	Budget (bar alone or w/ friends)	Friends	Downgrade	Nonexistent
600 ml	Rare	Bar w/ friends	Bar with friends	Bar with friends	Bar with friends
Small bottle	Budget (home)	Budget (home)	Not worth the trouble	Nonexistent	Nonexistent
Long neck	Nonexistent	Bar w/ large groups	Pub	Pub	At home
Can 269 ml	Out of pocket (on the go)	Out of pocket (on the go)	Cons. moderation (home)	Cons. moderation (home)	Cons. moderation (home)
Lata 350 ml	Democratic	Democratic	Democratic	Democratic	Democratic
Lata 473 ml	Budget (home)	Budget (street vendors)	Budget (street vendors)	Popular events	Popular events



TKS!

contato@vemprarua.com.br
Av São Luis, 187, piso 2 sala 19
www.vemprarua.com.br

na rua