

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO
FECAP

Análise e Desenvolvimento de Sistemas

Adeilson Nunes - 23025670

Bruna Cristina Lira - 24025837

Daniela Pauzer - 24025749

Enzo Sangiacomo - 24025841

Rafaela Coelho - 24026076

São Paulo

2025

Adeilson Nunes - 23025670

Bruna Cristina Lira - 24025837

Daniela Pauzer - 24025749

Enzo Sangiacomo - 24025841

Rafaela Coelho - 24026076

Representação do Público-Alvo (Personas)

Trabalho de Empreendedorismo e Transformação Digital:
Representação do Público-Alvo (Personas)
Projeto Integrado 2025-2
Apresentado à Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP
Orientador: Prof. Edson Barbero

Índice

Representação do Público-Alvo (Personas)	3
1. Persona – Mariana Ribeiro	5
2. Persona – Alberto Souza	8

1. Persona – Mariana Ribeiro



➤ **Objetivo-Chave:**

"Quero que meu restaurante seja lembrado, mas preciso entender como conquistar e fidelizar meus clientes."

➤ **Perfil**

- **Idade:** 27 anos
- **Trabalho:** Chef de cozinha e dona de um restaurante recém-aberto
- **Família:** Solteira, sem filhos
- **Localização:** São Paulo – SP
- **Renda mensal:** Em torno de R\$ 6.000 a R\$ 8.000 (classe média, em fase inicial do negócio)
- **Característica/Arquetipo:** Empreendedora iniciante, criativa e apaixonada pelo que faz

➤ **Comportamento**

Mariana é extrovertida, gosta de estar em contato direto com os clientes e adora mostrar os bastidores da cozinha nas redes sociais.

É muito guiada pela emoção e criatividade, mas já percebeu que precisa aprender a olhar os números para dar mais segurança às suas decisões. Improvisa bem no dia a dia, mas ainda está construindo uma rotina de gestão mais estruturada.

➤ **Objetivos**

- Tornar seu restaurante uma referência em **cozinha brasileira contemporânea**.
- Criar experiências únicas para conquistar clientes que valorizam qualidade gastronômica.
- Usar dados e tecnologia para pensar campanhas de fidelização mais certeiras.
- Aumentar a visibilidade do restaurante nas redes sociais.

➤ **Frustrações**

- Pouca experiência em gestão financeira e marketing.
- Apesar dos elogios, os clientes não voltam com frequência.
- Investiu em anúncios simples, mas não consegue medir o retorno.
- Sente a pressão da concorrência de restaurantes maiores e mais estruturados.

➤ **Motivações**

- **Incentivo:** Muito alto – acredita que a tecnologia pode ser seu diferencial.
- **Medo:** Alto – receio de não conseguir manter o negócio nos primeiros anos.
- **Crescimento:** Muito alto – sonha em consolidar sua marca em São Paulo.
- **Poder:** Médio – gosta de ter autonomia, mas reconhece que ainda tem muito a aprender.
- **Social:** Muito alto – busca reconhecimento e valoriza boas avaliações online.

➤ Bio

Mariana sempre foi apaixonada por gastronomia. Depois de trabalhar em cozinhas renomadas, decidiu realizar seu sonho e abriu o próprio restaurante, apostando em pratos autorais de **cozinha brasileira contemporânea**, que misturam tradição e inovação.

Apesar do talento indiscutível, descobriu que apenas cozinhar bem não basta. Os clientes elogiam, mas nem sempre voltam, e isso a deixa preocupada. Ela já tentou investir em divulgação nas redes sociais, mas não sabe se realmente funciona.

Hoje, Mariana entende que precisa de ferramentas que ajudem a conhecer melhor o comportamento dos clientes, medir resultados e criar campanhas mais estratégicas. Para ela, a tecnologia pode ser a chave para transformar visitantes ocasionais em clientes fiéis e garantir que seu restaurante se destaque no mercado.

2. Persona – Alberto Souza



➤ **Objetivo-Chave:**

"Preciso de informações rápidas e confiáveis para tomar decisões certas e manter meus restaurantes competitivos."

➤ **Perfil**

- **Idade:** 55 anos
- **Trabalho:** Empresário – dono de uma rede com 3 restaurantes
- **Família:** Casado, pai de dois filhos pequenos
- **Localização:** São Paulo – SP
- **Renda mensal:** Em torno de R\$ 10.000,00 a R\$ 18.000,00 (classe média/alta)
- **Característica/Arquetipo:** Líder visionário, sempre em busca de eficiência e crescimento

➤ **Comportamento**

Alberto é bastante comunicativo com a equipe e clientes, gosta de estar presente no dia a dia do negócio e costuma decidir de forma racional, mas sem deixar de lado o lado humano das relações. Ele confia em dados e números, porém não abre mão da sua intuição de empreendedor, que já o ajudou em várias decisões importantes. É organizado e planejador, mas sabe se adaptar quando precisa agir rápido.

➤ **Objetivos**

- Reunir todos os dados de vendas e clientes em um só painel.
- Conseguir identificar clientes fiéis e evitar que os inativos se percam.
- Acompanhar o desempenho de cada restaurante em tempo real.
- Reduzir desperdícios e aumentar a margem de lucro.

➤ **Frustrações**

- Perder tempo cruzando informações em planilhas separadas.
- Não conseguir medir direito o retorno das campanhas.
- Falta de clareza sobre quem são os clientes em risco.
- Sistemas diferentes que não conversam entre si (delivery, CRM, cardápio digital).

➤ **Motivações**

- **Incentivo:** Alto – acredita que a tecnologia pode simplificar a gestão.
- **Medo:** Médio – teme perder espaço para concorrentes mais digitais.
- **Crescimento:** Alto – sonha em expandir a rede de forma sustentável.
- **Poder:** Médio/alto – quer se consolidar como referência no setor.
- **Social:** Alto – valoriza reconhecimento, boas avaliações e a reputação da marca.

➤ Bio

A história do Alberto começou com um restaurante de bairro, focado em **comida italiana tradicional**. O negócio cresceu pelo esforço dele e pelo cuidado com os clientes, até que conseguiu expandir para uma **rede de três restaurantes em São Paulo**.

Com o crescimento, vieram também os desafios: a operação ficou mais complexa, o estoque precisa de controle maior, a concorrência está mais forte e os clientes se tornaram mais exigentes.

Hoje, Alberto sente que perde muito tempo tentando entender relatórios separados e planilhas manuais, o que acaba atrapalhando a tomada de decisão.

Mesmo assim, ele continua sendo um empreendedor visionário. Sabe que precisa de tecnologia para facilitar a gestão, fidelizar clientes e ter informações confiáveis sem demora. Seu objetivo agora é modernizar o negócio, reduzir perdas e manter sua rede cada vez mais competitiva.