

**Pós Digital em UX, IHC - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE
JANEIRO (PUC-RIO)**

Sprint: Pesquisa com Usuários

Aluna: Marina Monteiro de Pamplona Côrte Real

Rio de Janeiro, 10 de Setembro de 2024.

MVP

Pesquisa exploratória sobre Compras Presenciais em Supermercados

Domínio de aplicação e sistemas existentes

Domínio de aplicação escolhido: Compras Presenciais em Supermercados

O domínio escolhido é compras presenciais no supermercado. Aqui, o foco está em entender as dificuldades que os consumidores enfrentam ao realizar compras físicas e se uma solução digital poderia ajudar a melhorar essa experiência.

2. Sistemas Existentes e Ideias para Melhorias

Existem diversas soluções digitais que já visam melhorar a experiência de compras, mesmo que o processo seja presencial. Alguns exemplos:

- **Aplicativos de listas de compras**

Categoria Nacional: Bring; Listonic; Lista de Compras (TK Solution); Buy Me a Pie; SoftList; Lista de Compras (Kiwi3); ListOn Free; A Lista de Compras; Minha Lista de Compras Fácil!.

Categoria Internacional:

Grocery - Smart Shopping List.

- **Ideia:** Permitem criar e organizar listas de compras, ajudando o consumidor a lembrar de tudo o que precisa comprar.
 - **Ideias que possam ser aproveitadas:** separação de produtos automático por categoria; sugestão de itens comprados com frequência; compartilhamento das listas; controle da despesa; controle da despesa mensal das compras de supermercado; compartilhamento e sincronização de listas de compras com familiares; insere itens por comando de voz;
 - **Oportunidade de melhoria:** Integração com mapas internos das lojas para localizar rapidamente os produtos dentro do supermercado, Integração com estoque dos supermercados (usuário faz a lista em casa e já sabe quais produtos os supermercados têm disponível e também o preço e total da compra).
- **Aplicativos de escaneamento de produtos e autoatendimento (ex.: apps de grandes redes de supermercados)**

Categoria Nacional: Meu Carrefour

- **Ideia:** Permite escanear produtos e pagar via o próprio celular, evitando o tempo gasto nas filas nos caixas.
- **Oportunidade de melhoria:** Solução mais ampla e acessível para diferentes supermercados, não apenas grandes redes.

3. Ideias, Oportunidades e Lacunas Identificadas

Com base nesses exemplos, algumas lacunas e oportunidades para melhorar a experiência de compras presenciais incluem:

- **Orientação no supermercado:** Muitas pessoas têm dificuldade em encontrar produtos específicos dentro do supermercado, o que gera frustração e perda de tempo.
 - **Ideia:** Um aplicativo que mapeie os corredores do supermercado e guie o usuário até os itens de sua lista.
- **Gerenciamento de tempo:** O tempo gasto em filas ou para se deslocar dentro da loja é um ponto negativo.
 - **Ideia:** Um sistema de agendamento de compras ou previsão de horários com menor fluxo de clientes, sugerindo o melhor momento para fazer as compras.
- **Sugestões de compras baseadas em histórico:** Muitos consumidores esquecem itens importantes em sua lista de compras.
 - **Ideia:** Um aplicativo que analise o histórico de compras e sugira produtos recorrentes que possam estar faltando, baseado no padrão de consumo do usuário.
 - **Ideia:** Um aplicativo que pode estar ligado à Alexa do Google para criação de itens da lista por meio de voz.
- **Experiência de fila:** As filas nos caixas são uma dor comum.
 - **Ideia:** Soluções de autoatendimento mais acessíveis ou integração com aplicativos de escaneamento de produtos para pagamentos digitais rápidos para minimizar o tempo nas filas.

Entrevista: Preparação

Definição dos papéis dos Potenciais Usuários

Estes são os usuários diretos que poderão servir de fontes de informações para a pesquisa. Eles formarão o grupo principal de entrevistados, pois são os que vivenciam os problemas que busco resolver e são os principais afetados pelas dificuldades nas compras presenciais e os que mais se beneficiarão da solução digital.

Os Stakeholders (Gerentes de Supermercado, Equipe de TI do Supermercado ou Equipe de Atendimento ao Cliente) podem ser consultados como fontes secundárias, em fases futuras desta pesquisa, quando for necessário entender aspectos mais técnicos ou operacionais relacionados à implementação da solução no ambiente do supermercado.

Potenciais Usuários

1) Consumidor Frequente

- **Descrição:** Pessoa que faz compras regularmente (semanalmente ou mais), seja para si ou para a família. Geralmente, está familiarizado com o processo, mas pode encontrar frustrações, como esquecer produtos, longas filas ou dificuldades em encontrar itens.
- **Exemplo:** Mães e pais que fazem compras semanais para a família ou para algum familiar.
- **Necessidades:** Agilidade nas compras, organização da lista, economizar tempo e dinheiro.
- **Por que entrevistá-los?** São os principais usuários do sistema e suas frustrações refletem diretamente as lacunas a serem preenchidas pela solução.

2) Consumidor Esporádico

- **Descrição:** A pessoa que faz compras presenciais com menos frequência pode não estar tão familiarizada com layouts de supermercados. Consumidor que já utiliza soluções digitais, como aplicativos de lista de compras, escaneamento de produtos ou pagamento digital.
- **Exemplo:** Jovens adultos que moram sozinhos ou com seu parceiro e fazem compras com menos frequência presencialmente e com mais frequência on-line e tem dificuldade com o layout ou encontrar produtos de uma sessão específica.
- **Necessidades:** Fácil navegação dentro da loja, assistência na lista de compras, economia de tempo.
- **Por que entrevistá-los?** Esse grupo pode destacar dificuldades diferentes, como fazer compras em um país que não conhece a língua, como a falta de familiaridade com supermercados grandes. Suas experiências com outras soluções digitais fornecem insights valiosos sobre o que funciona ou não no mercado atual.

3) Consumidor Idoso

- **Exemplo:** Aposentados que fazem compras no bairro.
- **Descrição:** Pessoas mais velhas que ainda fazem compras presenciais, mas podem ter dificuldades com alguma tecnologia existente ou com o deslocamento dentro do supermercado.
- **Necessidades:** Acessibilidade, orientação fácil dentro da loja e otimização do tempo gasto nas compras, dificuldades com uso de tecnologia,

- **Por que entrevistá-los?** Esse grupo é importante para garantir que a solução atenda a usuários que podem ter limitações físicas ou tecnológicas.

Definição do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para entrevistas.

Link do TCLE: <https://docs.google.com/document/d/1SbqAij2nUtJ6wvFqRbCiIQUth5E-TutsnEYiP3HWV8o/edit?usp=sharing>

Elaboração de um roteiro preliminar para entrevista piloto.

Usuários selecionados:

- 1) Consumidor Frequente
- 2) Consumidor Esporádico

Roteiro Preliminar (tempo definido para entrevistas 30 minutos):

Perguntas sobre Dados Demográficos

- Qual é a sua faixa etária?
- Qual é a sua ocupação e estado civil?
- Quantos filhos?
- Onde você mora?
- Quem é responsável por fazer as compras da sua casa?
- Você faz compras para quantas pessoas?

Rotina de Compras

Me conte sobre a última vez que você foi a um supermercado novo?

Fale sobre alguma vez que você decidiu ir a um supermercado e ao invés disso decidiu ir ao mercado pequeno?

Me conte sobre alguma vez que você decidiu ir a um grande supermercado e a ida não foi da maneira que você esperava? Me fale o que fez você se sentir dessa maneira?

Você poderia me contar como é, geralmente, a sua rotina de ir ao supermercado?

Em quais situações você costuma fazer compras em supermercado e o que influencia sua decisão?

Com que frequência você costuma fazer compras no supermercado?

Existe um dia ou horário específico em que prefere fazer suas compras? Se sim, por quê?

Planejamento Antes da Compra:

Como você se prepara para fazer as compras? Como você se organiza para garantir que não esqueça nada?

Como você organiza sua lista de compras?

Onde você costuma fazer suas compras de supermercado e por que escolhe esses locais?

O que influencia sua decisão sobre qual supermercado ir?

Por que você prefere comprar em determinado supermercado em vez de outro?

Como você decide onde comprar, caso tenha mais de um supermercado como opção? Por que?

Navegação no Supermercado:

Como você decide seu percurso dentro do supermercado para encontrar os produtos que precisa? Como decide por onde começar?

Como você se orienta dentro do supermercado para encontrar os produtos que precisa?

Onde você costuma encontrar mais dificuldade durante o percurso de dentro do supermercado?

Onde você costuma se sentir mais confuso ou perdido durante as compras? Por que? O que você fez para resolver o problema?

O que você costuma fazer para acelerar o processo de encontrar os produtos dentro do supermercado?

Desafios / Encontrar Produtos:

Qual é o maior desafio que você enfrenta para encontrar os produtos da sua lista? Por que?

Teve alguma vez que você não conseguiu encontrar algum produto? Como resolveu essa situação?

Existe alguma seção ou tipo de produto que você sempre acha mais difícil de localizar? Poderia me contar mais sobre isso?

Se precisar encontrar um produto que não compra com frequência, como você faz?

Algum fato curioso ou engraçado já aconteceu quando você não encontrou o produto da sua lista?

Como seria a experiência de compra ideal para você dentro do supermercado?

Encerramento

Obrigado por compartilhar suas experiências e pensamentos. Suas respostas são fundamentais para nos ajudar a entender como podemos melhorar a experiência de compra com nosso aplicativo.

Condução e análise da entrevista-piloto e problemas encontrados:

A entrevista-piloto foi conduzida com um consumidor frequente, um homem de 40 anos, casado e com duas filhas. Durante a sessão, o entrevistado demonstrou incômodo com a quantidade excessiva de perguntas, que ele considerou repetitivas. Além disso, achou que a entrevista estava muito longa e cansativa.

Com base nesse feedback, fiz ajustes significativos. Reduzi a quantidade de perguntas, eliminando as redundantes, e reorganizei a ordem para melhorar o fluxo da entrevista. A pergunta principal agora vem primeiro, seguida pelas perguntas de apoio. Também inclui uma introdução no início da entrevista para me apresentar e explicar os objetivos da pesquisa, para dar contexto ao entrevistado. Ao longo das entrevistas as pessoas começaram a falar de compras on-line e por isso decidi incluir perguntas sobre esse contexto mesmo não sendo objetivo do estudo, mas poderiam me dar insights sobre soluções. Por fim, adicionei uma pergunta final para verificar se ele estaria disposto a participar de futuras pesquisas.

Roteiro Final

Introdução e Contexto

Bom dia me chamo Marina, sou aluna de Pós Graduação em IHC - UX da Puc- Rio e estou fazendo essa entrevista com o objetivo de entender as principais dificuldades e desafios encontrados durante as compras de supermercados para a construção de uma futura ferramenta digital que facilite esse processo. A pesquisa dura em torno de 20 minutos e não existem perguntas erradas. Se você se sentir desconfortável pode pedir para finalizar a qualquer momento.

Dados Demográficos e perguntas quebra gelo

Antes de começarmos, você poderia me falar um pouco sobre você?

- Com quem você mora?
 - Qual é a sua ocupação?
 - Quantas pessoas, incluindo você, vivem na sua casa? Quem é responsável pelas compras?
-

Planejamento Antes das Compras

Como você se prepara para fazer suas compras?

- Você faz uma lista? Como organiza essa lista?

Onde você costuma fazer suas compras?

- O que influencia a sua escolha de qual supermercado ir?
-

Rotina de Compras (atividades – frequência)

Como geralmente é sua rotina de compras de supermercado?

- Você costuma comprar para você ou para outras pessoas?
- Com que frequência você vai ao supermercado?
- Quais supermercados você prefere ir? Por quê?

Existe um dia ou horário específico em que prefere fazer suas compras?

- Por quê?
-

Navegação e Desafios no Supermercado

Quando você chega ao supermercado, como decide por onde começar suas compras?

- Você segue algum percurso específico?
- Existe alguma seção onde você costuma ter mais dificuldade em encontrar o que precisa?

Pode me contar sobre um desafio que você enfrentou para encontrar um produto específico?

- Como você resolveu isso?
- Como você se sentiu em relação a essa situação?

Já aconteceu de não encontrar um produto que procurava? O que você fez?

O que você costuma fazer para acelerar o processo de encontrar os produtos dentro do supermercado?

Compras on line

Você costuma fazer compras on- line? Por quê?

Quando você costuma fazer? Do que mais gosta? Do que menos gosta?

Encerramento

Se pudesse mudar uma coisa que tornaria suas compras de supermercado mais fáceis, o que seria?

- Como isso ajudaria você?
- Por que isso é importante para você?

Há mais alguma coisa que você gostaria de compartilhar sobre suas experiências de compra?

Se for necessário eu poderia contar com você para colaborar com alguma outra pesquisa?

Entrevista: execução

Apêndice com as transcrições da pesquisa:

Consumidor frequente 1

Ana Paula - em torno de 47 anos - Casada com 2 filhos

[Transcrição consumidoe frequente 1](#)

Consumidor Frequente 2

Fred - em torno de 40 anos - Casado com 2 filhas

[Transcrição Consumidor frequente 2](#)

Consumidor Frequente 3 (Entrevista não foi gravada)

Jimena - em torno de 50 anos - Casada com 2 filhas

[Consumidor frequente 3 - Respostas pesquisa qualitativa](#)

Consumidor Esporádico 1

Barbara - em torno de 35 anos - Casada sem filhos

[Transcrição Consumidor Esporádico 1](#)

Consumidor Esporádico 2

Priscila - em torno de 40 anos - Divorciada sem filhos.

[transcrição consumidor esporádico 2](#)

TCLE Assinaturas:

https://docs.google.com/document/d/1XGtnI_7Qc8QbAC0x9eNNaJT3woJ9fA8Hup_UWjBC_zA/edit?usp=sharing

Clique no Link do Arquivo do FigJam para visualizar a tabela:
<https://www.figma.com/board/mrs8TaHlm7fwAiUctS3j1k/Tabula%C3%A7%C3%A3o-dos-dados-da-pesquisa-qualitativa?node-id=0-1&t=anZs1zy2MgpuLqPu-1>

[illegible]

O objetivo da pesquisa é compreender as dificuldades que esses consumidores enfrentam ao realizar compras físicas e avaliar se uma solução digital poderia melhorar essa experiência.

Consumidor Frequente. Foram entrevistados três indivíduos com perfis semelhantes: duas mães e um pai, todos responsáveis pelas compras regulares de suas famílias.

Compilação dos Principais Pontos das Entrevistas

[illegible]

<https://www.figma.com/board/wLEoKKDpLcMjhmjQ0G9Bxy/An%C3%A1lise-dos-Principais-Pontos?node-id=0-1&t=QOm1oMkoQD7DFFal-1>

Comunicação dos resultados da pesquisa

Persona Primária: Consumidor Frequente



Viviane, 48 anos, é advogada, casada e mãe de duas filhas, uma de 5 e outra de 12 anos. Mora em um apartamento na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, e está sempre atenta ao bem-estar da família e ao equilíbrio das finanças. Geralmente, seu marido fica encarregado das grandes compras mensais em hipermercados e atacarejos, onde os preços são mais acessíveis e os produtos são vendidos em maiores quantidades. Enquanto isso, ela cuida das compras menores e semanais, focando nos itens essenciais que faltam no dia a dia.

Normalmente, ela faz a lista de compras escrevendo em um papel que fica em cima da bancada da cozinha; no entanto, acha difícil manter essa lista atualizada e sempre falta alguma coisa. Para facilitar seu dia, Viviane escolhe ir ao supermercado perto de sua residência. Ela prefere ir pela manhã, logo após deixar as filhas na escola, para evitar supermercados cheios. Além disso, opta por fazer compras em supermercados conhecidos, onde já está familiarizada com o layout, evitando assim perder tempo procurando produtos, mesmo que possam ser mais baratos.

Viviane tenta economizar o máximo possível e compara os preços dos produtos pela quantidade, buscando sempre a melhor relação custo-benefício. No entanto, ela se cansa de fazer cálculos mentalmente e gostaria de uma solução mais eficaz. Quando não encontra algum item da lista, tenta achar um funcionário do supermercado para perguntar, mas se sente bastante chateada, pois acaba perdendo ainda mais tempo.

Ela prefere fazer compras presenciais, pois já teve experiências negativas com compras online, como não receber os produtos adquiridos pelo aplicativo, além de achar que as compras acabam saindo mais caras do que ir a um supermercado físico.

Imagem: persona 1/ Consumidor Frequente

Trechos das falas dos entrevistados que levaram cada característica:

- *“E na minha casa moram eu meu marido e meus dois filhos um de 12 e uma de 5 anos.”*
- *Só que para a realidade do Brasileiro, né consumir produtos importados acaba encarecendo demais o orçamento, então a gente depende do hipermercado e até dos supermercados que trabalham com venda a granel com venda. Atacadas exatamente para tentar reduzir aí no final do mês para que o orçamento de compra de mercado não fique muito alto, né?”*

- Ela faz compras pequenas (1x na semana), as compras grandes, compras de mês, ela prefere que o marido faça.
- *"Hoje a situação se inverteu um pouco hoje, meu marido faz a maior parte das compras da casa eu faço menor parte das compras. Isso está relacionado também com o nosso o veículo, né de transporte hoje, ele utiliza o nosso carro para trabalhar então, já que ele está com carro para ele fica mais fácil de parar no mercado e fazer as compras do que eu aguardar o final de semana para isso, né?"*
- *"Isso sempre é meio caótico, mas o que a gente tenta usar de método é papelzinho mesmo, vai observando o que está faltando e vai escrevendo num papelzinho que fica ali em cima da bancada da cozinha todo o tempo. Mas sempre falta alguma coisa."*
- *"Preço a gente eu particularmente consumo muito aqui no supermercado próximo da minha casa que é o Zona Sul. É um supermercado é de eu diria de alto padrão, né? É por questões de distância, né?"*
- Costuma ir na parte da manhã depois de deixar as crianças na escola (diz que prefere fazer compras sem as crianças, pois elas tiram a atenção dela e não consegue focar em comprara preços.
- Não costuma ir nos dias de feira ou dias de promoção específicos do supermercado, acha que o supermercado fica muito cheio.
- *"Não gosto de ir num seu mercado novo e grande, mesmo que diga ser mais barato, porque eu vou perder muito mais tempo, porque eu não sei onde estão as coisas e aí, quando chega lá, eu tenho que ficar passando corredor por corredor para achar as coisas que eu preciso. "*
- *(Um sessão que persona tem dificuldade) "Acho que quando você vai comprar biscoito, porque eu nunca sei que biscoito que as crianças vão gostar, eu fico ali debatendo qual."*
- Se frustra e se irrita pois tenta fazer cálculos matemáticos de preço por quilo dos produtos para ver qual preço é mais barato. Já não consegue enxergar os preços direito e tenta fazer a conta de cabeça, e gostaria de fazer pelo celular mas ele esta com a lista.
- *"Perguntando para os funcionários, né? É a melhor forma. Fico bastante frustrada porque eu perco mais tempo quando ocorrem essas mudanças. Para o supermercado deve ser ótimo, mas para consumidor é muito bom não."*

- *“Quando ocorre um problema falta de um produto... existe uma dificuldade numa solução rápida. E isso não é rápido às vezes demora algumas horas e a gente acaba ficando sem o produto.”*
- *“Já tive vários problemas de não receber o produto que eu comprei pelo aplicativo.”*
- *“O produto acaba saindo mais caro... Além disso ainda há um custo do valor do frete.”*

Persona Secundária: Consumidor Esporádico



Raquel, 35 anos, é arquiteta e mora sozinha em seu apartamento próprio em Ipanema, na Zona Sul do Rio de Janeiro. Ela valoriza conveniência e praticidade ao fazer compras, frequentando supermercados próximos a sua casa ou no caminho para o trabalho. O preço dos produtos não é sua principal preocupação; o que realmente importa para Raquel é uma experiência de compra rápida e eficiente, em mercados organizados e pouco movimentados. Para evitar o estresse, prefere fazer compras em horários mais tranquilos, evitando dias de promoções ou feiras.

Raquel organiza suas compras com base em sua dieta pessoal, utilizando assistentes virtuais como a Alexa para criar listas por comando de voz, o que garante que ela não esqueça itens essenciais. Ela adoraria se a Alexa organizasse automaticamente suas listas de compras por categoria, facilitando ainda mais o processo de compra e ajudando-a a ir direto para as seções certas no supermercado. Suas compras não são programadas, ela adquire produtos conforme a necessidade do dia a dia ou para ocasiões específicas, como fins de semana. Ao chegar ao supermercado, Raquel segue direto para as seções necessárias, evitando percorrer o mercado todo. Ela evita hipermercados e atacados, considerando-os desorganizados e cansativos devido ao tamanho e à dificuldade em encontrar produtos rapidamente.

Quando não localiza algum item, sente-se desmotivada para procurar um funcionário, pois muitas vezes eles não estão familiarizados com o layout do mercado, o que acaba gerando ainda mais perda de tempo. Raquel aprecia os terminais de autoatendimento, que reduzem o tempo gasto nas filas, mas não gosta de fazer compras online por desconfiar da qualidade da seleção de produtos e achar inconveniente esperar pela entrega em casa.

Imagem: persona 2/ Consumidor Esporádico

Trechos das falas dos entrevistados que levaram cada característica:

“Moro sozinha, faço compras só para mim não tenho muita dificuldade de fazer compras não, porque normalmente eu saio determinada...”

“Mais próximo da residência ou mais próximo dos lugares que eu tô frequentando sempre a questão de proximidade com trajeto que eu faço ou da minha residência.”

“Então, eu acabo incluindo o mercado de acordo é na minha rotina assim, eu não tenho. Ah, eu gosto de ir no mercado às terças-feiras pela manhã, depois na minha academia não eu como cada dia para mim é um dia diferente, tem dia que eu tô em casa na cidade atendendo na rua, eu incluo nesse meu trajeto.”

“Às vezes pode ser uma compra de semana para fazer alimentação diária ou pode ser uma compra de final de semana que aí eu vou comprar coisas mais para mim mais doces de repente, se eu quiser beber alguma coisa um vinho ou frios a mais nesse sentido.”

“Então eu uso Alexa basicamente então tudo que eu vou lembrando ao longo do dia. Eu vou falando Alex, eu incluir morango na lista de compra. Aí ela já inclui e eu faço também a minha porque tem coisa que a gente esquece, né? Então quando eu lembro para mim. Já é o comando perfeito. E eu também faço essa lista baseada na minha dieta, né?”

“Seria maravilhoso (que a Alexa organizasse automaticamente suas listas de compras por categoria), mas isso ela eu acho que não faz tá? Eu acho talvez até faça eu não sei então.”

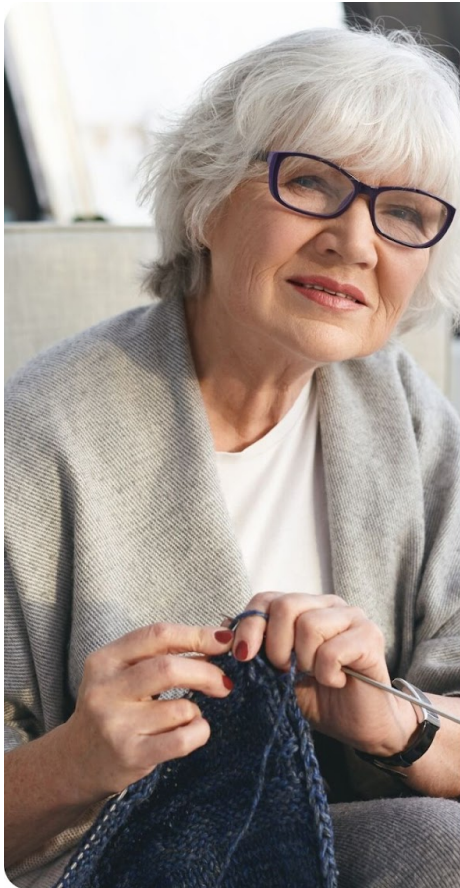
“Não sigo o percurso do supermercado, eu vou focada. Hoje, por exemplo, eu tô focada em comprar frios, porque tá faltando e vou direto freezer, entendeu? Quem define sou eu, sou meio objetivo, porque eu não suporto ir ao supermercado.”

“Eu sempre pergunto para alguém do mercado e nos mercados grandes, às vezes eles não sabem. Eu não sou desse setor tem que falar com a pessoa tá aí essa preguiça volta porque é uma perda de tempo, né que você fica ali sabe?”

“...uma coisa que eu tô gostando muito agora que eles estão botando é autoatendimento. Nossa isso eu acho ótimo assim, tá desafiando muito, eu acho que isso ajuda bastante.”

Ah eu queria que chegasse em determinada hora para conseguir me programar aí eu tinha que ficar disponível para o horário do supermercado, tipo Supermercado que determina não sou eu que determina. Achei doido, entendeu? Eu achei bem doido que eu falei, gente uma coisa para dar comodidade e agora eu tô servir no mercado porque tem que entrar na grade de horário deles.”

Elaboração de uma Protopersona (terciária) baseada no Consumidor Idoso



Manuela, 75 anos, é aposentada, casada, e vive com seu marido em um condomínio de prédios da Barra da Tijuca. Ela mantém uma rotina bem definida de compras, indo ao supermercado perto de sua casa duas vezes por semana, nas manhãs de quarta-feira e sexta-feira. Na quarta, aproveita as ofertas da feira no mercado, e na sexta, repõe os itens necessários para o fim de semana. Fiel aos supermercados que já conhece bem, Manuela evita explorar mercados novos ou com layouts alterados, preferindo a segurança e previsibilidade das lojas familiares.

Antes de sair de casa, Manuela organiza cuidadosamente sua lista de compras no papel, seguindo o trajeto habitual que percorre dentro do supermercado. Ela começa pelas seções de não perecíveis e deixa os itens mais delicados, como frutas, legumes e carnes, para o final, preservando assim a qualidade dos alimentos até o fim de sua compra. No entanto, qualquer mudança no layout do supermercado causa frustração e aumenta sua irritação, especialmente quando precisa pedir ajuda a funcionários. Além disso, a seção de carnes demanda uma atenção extra, já que ela se preocupa muito com a qualidade dos produtos.

Manuela não tem o hábito de fazer compras online ou usar aplicativos, pois já tentou e encontrou muita dificuldade em entender como funcionam. Ela gostaria de uma solução que tornasse mais fácil a localização dos produtos no supermercado e reduzisse o tempo de espera nas filas do caixa, além de apreciar a ideia de serviços personalizados voltados para idosos, que poderiam melhorar sua experiência de compra.

Imagem: Protopersona/ Idoso.

Principais Objetivos e Objetivos Específicos das Personas a serem suportados pelo sistema:

O principal objetivo das personas é Otimizar o processo de compras, dentro desse objetivo podemos dividi-lo em:

1. **Otimizar a gestão de listas de compras e controle de estoque da dispensa de casa**
 - **Criação e compartilhamento de listas de compras:** Persona gostaria de uma maneira prática de criar e compartilhar listas com outros membros da família.

- O sistema deve oferecer uma funcionalidade para criação de listas de compras com base em preferências pessoais, permitindo que sejam compartilhadas facilmente com familiares ou amigos.

- **Histórico de compras anteriores:** Armazenar listas anteriores para facilitar a criação de novas, baseando-se nos itens comprados regularmente.

- O sistema deve armazenar e organizar o histórico de compras anteriores, permitindo que o usuário reutilize ou modifique listas baseadas em compras passadas.

- **Organização por categorias:** Separar os itens por categorias para facilitar a localização e a revisão da lista.

- O sistema deve categorizar automaticamente os itens da lista, facilitando a organização e agilizando a experiência no supermercado.

2. **Facilidade em encontrar os produtos da lista:** A persona deseja localizar os itens rapidamente dentro do supermercado.

Isso pode ser suportado por funcionalidades como:

Um mapa interativo com um roteiro personalizado, baseado na localização dos itens.

- O sistema deve apresentar um mapa do supermercado, destacando o trajeto mais eficiente de acordo com a lista de compras, organizando itens por localização e categoria.

Identificação prévia de produtos que estão em falta, com sugestões automáticas de substitutos.

- O sistema deve notificar o usuário sobre produtos que estão em falta no supermercado e oferecer sugestões de substitutos disponíveis.

3. **Comparar preços de produtos com mais agilidade:** A persona deseja comparar rapidamente os preços entre produtos, facilitando a tomada de decisões durante as compras.

- O sistema deve permitir que o usuário compare rapidamente preços de diferentes produtos no supermercado, oferecendo rápida de consulta de valores.

4. **Saber o valor total das compras antes de pagar :** A persona deseja ter maior controle financeiro quando estiver fazendo as compras.

- O sistema deve calcular e exibir o valor total da compra conforme os produtos são adicionados à lista, fornecendo uma estimativa precisa antes de efetuar o pagamento.

5. **Reduzir o tempo nas filas de pagamento:** A possibilidade de pagar as compras diretamente pelo celular, sem necessidade de passar pelo caixa.

- O sistema deve permitir que o usuário finalize o pagamento de forma rápida via aplicativo, eliminando a necessidade de esperar em filas.

6. **Saber os horários mais tranquilos para realizar compras:** A persona gostaria de saber os horários menos movimentados do supermercado para que ela possa planejar suas compras com maior conveniência.

- O sistema deve fornecer ao usuário informações atualizadas sobre os horários mais tranquilos para realizar compras, ajudando a evitar momentos de maior fluxo.

Cenários de problema

Cenário 1 - Persona Primária: Problemas com a lista de compras

Após deixar as filhas na escola, Viviane segue rapidamente para o supermercado, pois está com pressa para chegar ao trabalho. Antes de sair, ela pega o papel com a lista de compras, que costuma ficar na bancada da cozinha, mas logo se dá conta de que está incompleta. Sem tempo para rever os itens que faltam, ela vai para o supermercado, tentando lembrar do que precisa no caminho.

Ao chegar, ela se dirige ao setor de biscoitos e, ao olhar para as prateleiras, percebe que não sabe exatamente quais biscoitos suas filhas realmente gostam. Chateada, ela não quer errar novamente e acabar comprando produtos que não serão consumidos, deixando as crianças desapontadas. Ela resolve escolher os que comprou anteriormente.

Ao chegar em casa e organizar as compras, Viviane percebeu que esqueceu itens essenciais como macarrão, feijão e molho de tomate. Para completar, uma das filhas ficou triste com os biscoitos que ela trouxe, pois não eram os que ela gostava, o que significa que, no dia seguinte, ela terá que voltar ao supermercado.

Trechos das falas dos entrevistados que levaram cada trecho do cenário:

- Costuma ir na parte da manhã depois de deixar as crianças na escola, diz que prefere fazer compras sem as crianças, pois elas tiram a atenção dela e não consegue focar em comprar preços.

- *“Isso sempre é meio caótico, mas o que a gente tenta usar de método é papelzinho mesmo, vai observando o que está faltando e vai escrevendo num papelzinho que fica ali em cima da bancada da cozinha todo o tempo. Mas sempre falta alguma coisa.”*
- *(Um sessão que persona tem dificuldade) “Acho que quando você vai comprar biscoito, porque eu nunca sei que biscoito que as crianças vão gostar, eu fico ali debatendo qual.”*

Cenário 2 - Persona Primária: Dificuldades na Comparação de Preços

Viviane está em um pequeno supermercado perto de sua casa, já que seu marido ficou com o carro e ela não pode ir ao hipermercado, onde os preços são mais acessíveis. Com a necessidade de economizar e reduzir as despesas no final do mês, ela se dirige à seção de carnes, onde tenta comparar os preços por quilo de diferentes cortes.

Com a lista de compras ocupando seu celular, Viviane tenta ler os preços nas etiquetas, mas os números pequenos e a iluminação do supermercado dificultam a visualização. Frustrada, ela tenta fazer cálculos mentais para descobrir qual opção é a mais econômica, mas os números se confundem em sua mente. Embora gostaria de usar a calculadora do seu celular para ajudá-la nessa tarefa, não pode, pois precisa da lista que está no bloco de notas do mesmo.

Sob a pressão do tempo e com as pessoas passando rapidamente ao seu redor, Viviane acaba escolhendo um produto que acredita ser mais barato, mas não se sente confiante em sua decisão. Ao passar pelo caixa, ela se questiona se realmente economizou e acha que os mercados poderiam ser mais claros em relação ao preço dos itens.

Trechos das falas dos entrevistados que levaram cada trecho do cenário:

- *“ Então a gente depende do hipermercado e até dos supermercados que trabalham com venda a granel com venda. Atacadas exatamente para tentar reduzir aí no final do mês para que o orçamento de compra de mercado não fique muito alto, né?”*
- *“Hoje a situação se inverteu um pouco hoje, meu marido faz a maior parte das compras da casa eu faço menor parte das compras. Isso está relacionado também com o nosso o veículo, né de transporte hoje, ele utiliza o nosso carro para trabalhar então, já que ele está com carro para ele fica mais fácil de parar no mercado e fazer as compras do que eu aguardar o final de semana para isso, né?”*
- Se frustra e se irrita pois tenta fazer cálculos matemáticos de preço por quilo dos produtos para ver qual preço é mais barato. Já não consegue enxergar os preços direito e tenta fazer a conta de cabeça, e gostaria de fazer pelo celular mas ele esta com a lista.

Cenário 3 - Persona secundária: Localização itens dentro do supermercado

Raquel decide visitar um supermercado novo que fica localizado em seu trajeto para o trabalho. Ela mora sozinha, embora não se preocupe com os preços, sua prioridade é a conveniência e a eficiência nas compras. Ao entrar, ela logo percebe que o layout é desconhecido e começa a se sentir desorientada.

Enquanto tenta localizar os itens essenciais de sua lista, Raquel se frustra com a dificuldade de encontrar o que precisa. Ela considera pedir ajuda a um funcionário, mas hesita, lembrando-se de que em mercados grandes muitas vezes os atendentes não têm informações claras sobre onde os produtos estão. Ela se sente desanimada, pois ela já passou por situações em que a busca por ajuda se transformou em uma perda de tempo.

Com o tempo passando e a sensação de estar desperdiçando seu dia, Raquel avalia a possibilidade de voltar ao supermercado que costuma frequentar, onde sabe que encontrará tudo de forma rápida e eficiente.

Trechos das falas dos entrevistados que levaram cada trecho do cenário:

"Mais próximo da residência ou mais próximo dos lugares que eu tô frequentando sempre a questão de proximidade com trajeto que eu faço ou da minha residência."

"Eu sempre pergunto para alguém do mercado e nos mercados grandes, às vezes eles não sabem. Eu não sou desse setor tem que falar com a pessoa tá aí essa preguiça volta porque é uma perda de tempo, né que você fica ali sabe?"

"Moro sozinha, faço compras só para mim não tenho muita dificuldade de fazer compras não, porque normalmente eu saio determinada..."

Cenário 4 - Persona secundária: Desalinhamento de Preços e Desconfiança

Raquel, que valoriza muito seu tempo e busca otimizar ao máximo suas tarefas do dia a dia, desenvolveu o hábito de estudar os horários mais cheios dos supermercados que frequenta. Ela analisa cuidadosamente os dias e horários mais tranquilos, tentando evitar filas e aglomerações para que suas compras sejam rápidas e eficientes. Ela gosta de ser objetiva e minimizar o tempo perdido e, de preferência, evitar interações desnecessárias com pessoas no supermercado, já que Viviane prefere um ambiente mais calmo e sem a pressão de filas ou espera.

No entanto, ela passou por uma situação frustrante: na gôndola de um supermercado, o preço de um produto estava mais baixo do que o valor cobrado no caixa. Ao perceber a diferença, sentiu-se lesada e incomodada com a falta de alinhamento na comunicação de preços. Após discutir o problema com o gerente, a situação foi corrigida, mas o incômodo permaneceu, pois Viviane sentiu que essa falta de transparência comprometeu sua confiança no estabelecimento.

Trechos das falas dos entrevistados que levaram cada trecho do cenário:

- *"Mas a questão de perder tempo na fila tipo, por isso que às vezes eu fico estudando. Qual é o horário que tá mais vazio. Ficar muito tempo incomoda você vê que eu não gosto de tipo pegar o supermercado com fila para pagar. Então eu fico meio que estudando o comportamento para ver qual é o horário que tá vazio. Qual é o dia da semana que é mais vazio para eu poder fazer as compras? Eu tento colocar todas as atividades, tipo a esse é o dia para fazer a compra porque tá mais tranquilo, entendeu? Porque eu não quero de preferência encontrar ninguém. Não quero pegar fila, tipo isso."*
- *"Às vezes o supermercado que pode deixar chateada que às vezes na gôndola tem um preço e você chega lá É outro preço é falta de alinhamento na comunicação e atualização dos preços, entendeu? Tá dizendo que é um preço, aí você chega lá tá muito mais caro. Isso aí foi chato, mas aí eu consegui resolver ...falei com gerente, o gerente fez o preço que eu vi lá que tava lá. Você sente assim lesando né?"*