

# Cuoco

Relatório de Processos de Gestão e Inovação



UNIVERSIDADE DE  
**COIMBRA**

Francisco Silva [2022213583]  
Miguel Castela [2022212972]  
Miguel Cabral Martins [2022213951]  
Miguel Martins Cabral [2022216094]  
Nuno Batista [2022216127]  
Ulisses Rodrigues [2022215073]

20-12-2024

# **1 Introdução**

No âmbito da disciplina de Processos e Gestão de Informação, foi-nos proposto que criássemos um projeto que passava pelas etapas da génese de uma start-up, culminando numa apresentação final estilo pitch à turma na qual iríamos expor a nossa ideia e os detalhes da sua concretização. Este relatório documenta cada passo dessa jornada: desde a conceção até à validação da ideia, passando pelo desenvolvimento de um MVP funcional.

## 2 Proposta de Valor

O primeiro passo a neste processo foi identificar qual o problema que pretendíamos resolver através do nosso produto. Através de sessões de brainstorming, tornou-se claro que um mercado que tínhamos interesse em explorar era o dos estudantes deslocados e da sua adaptação no novo ambiente em que se encontram, dado que este é um tema que diz respeito a muitos dos nossos elementos de grupo. O ideia da aprendizagem da culinária foi uma das primeiras que surgiu neste sentido, dado que muitos jovens postos nesta situação nunca viveram juntos, e, como tal, não têm conhecimento sobre esta área.

Sendo que 70% da comunidade estudantil da UC é deslocada [1], é natural que muitos enfrentem dificuldades em manter uma dieta equilibrada devido a desafios como falta de tempo, habilidades culinárias limitadas e orçamento apertado. Essa realidade é frequentemente agravada pela dependência de opções pré-cozinhadas ou fast food, que são menos saudáveis e mais onerosas a longo prazo. Nesse contexto, a ideia deste projeto nasceu visando dar uma resposta ao seguinte problema: como tornar a aprendizagem culinária mais acessível e interessante para quem tem pouco tempo ou experiência?

Depois de analisar as diversas formas pelas quais poderíamos abordar esta questão, considerámos que a melhor forma de tomar partido da faixa etária abordada pelo nosso Customer Segment seria tomar uma abordagem de aprendizagem interativa. Inspirados por aplicações como o Duolingo, que mostrou o potencial desta modalidade tornando-se uma das aplicações de ensino mais populares do mundo ao transformar uma tarefa árdua numa experiência estimulante, decidimos criar algo que não fosse apenas uma compilação de dicas e receitas, tal como a maioria das plataformas de apoio na cozinha, mas também uma ferramenta que incentivasse uma relação mais divertida e interativa com a culinária.

Deste modo, o Cuoco (palavra “cozinheiro” traduzida para italiano), nome que decidimos dar ao produto, foi desenvolvido de modo a proporcionar aos estudantes deslocados da nossa comunidade que sofrem de inaptidão na cozinha uma aplicação de aprendizagem da culinária que envolve o utilizador em cada passo das receitas a serem ensinadas, de forma semelhante a um jogo, ao passo que a maioria das alternativas não têm esta componente de interatividade.

### 3 Lean Model Canvas

#### 3.1 Modelo Atual

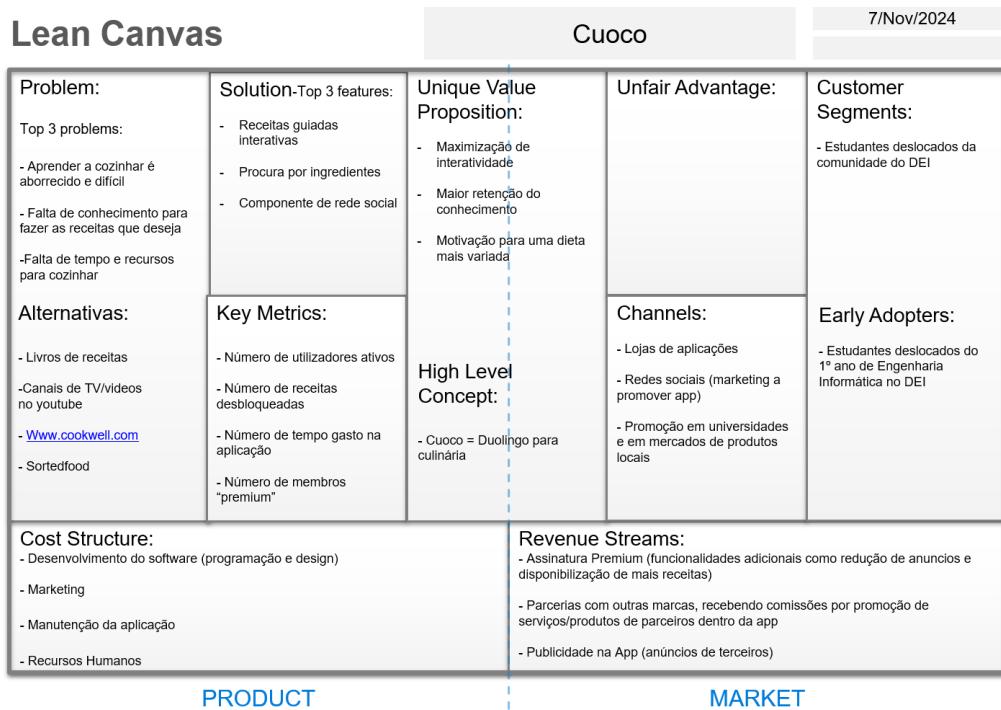


Figure 1: Lean Model Canvas Atual

Na versão atual do Lean Canvas, apresentamos um modelo de negócio validado com base no feedback dos utilizadores e na análise de mercado. Os elementos principais incluem:

- **Problem:** Do questionário feito e entrevistas a estudantes deslocados, os seguintes foram os problemas mais recorrentes:
  - A percepção de que aprender a cozinhar é aborrecido e complexo.
  - A falta de conhecimento necessário para executar receitas desejadas.
  - A falta de tempo e recursos para explorar a culinária.

- **Solution:**

- Receitas guiadas interativas, que utilizam a técnica da gamificação da aprendizagem para reter a atenção do utilizador. Estas serão focadas no rápido, barato e saudável.
- Filtragem por ingredientes, ajudando a encontrar receitas com os ingredientes já presentes em casa.
- Componente de rede social, que facilita a partilha de experiências e receitas, melhorando o engajamento com o produto.
- **Unique Value Proposition:** Embora já enunciada na secção anterior, o Cuoco é uma plataforma que procura promover uma dieta mais saudável e variada através da sua abordagem gamificada, que se foca na maximização da interatividade e da retenção de conhecimento, distinguindo-se dessa forma das alternativas.
- **Unfair Advantage:** Dado o âmbito deste projeto, não colocámos nenhuma vantagem competitiva neste campo.
- **Customer Segments & Early Adopters:** Embora este produto seja útil para um vasto leque de utilizadores, o foco foi posto nos estudantes deslocados da comunidade da Universidade de Coimbra pelas razões descritas acima. Dentro destes, projeta-se que os primeiros a integrar a aplicação (Early Adopters) serão os estudantes do primeiro ano, sendo que estes são os que mais se enquadram no perfil enunciado para os utilizadores da aplicação.
- **Alternatives:** Negócios como Cook Well e Sortedfood, tutoriais em plataformas dedicadas (canais de cozinha) ou não dedicadas (YouTube, etc..) ou até livros de culinária são todos meios muito utilizados na aprendizagem da culinária, sendo que, quando comparados com o nosso produto, existe uma diferença substancial no nível de envolvimento prático do utilizador no processo educativo.
- **Key Metrics:** Número de utilizadores ativos, receitas desbloqueadas e tempo de utilização são indicadores do nível de engajamento do cliente com a plataforma, enquanto que o número de adesões ao plano premium é, para além de tal, um indicador de sucesso financeiro.
- **High Level Concept:** Dado o sucesso já mencionado da aplicação de aprendizagem de línguas Duolingo e dos vários paralelos realizáveis entre as duas plataformas, uma forma simples de transmitir a missão do Cuoco é atribuir-lhe o conceito de “Duolingo para a culinária”.

- **Channels:** Promoção em redes sociais, lojas de aplicações e eventos universitários, dado que são meios com os quais a faixa etária alvo tem um alto nível de interação.
- **Cost Structure:** Para além do desenvolvimento inicial do produto e da manutenção do mesmo, os recursos humanos relacionados com estas operações estão também contabilizados no plano de custos, bem como os preços de marketing da plataforma, seja este por meios físicos ou digitais
- **Revenue Streams:** O Cuoco segue um modelo de assinatura Premium, que desbloqueia várias funcionalidades acrescidas à experiência gratuita, como a eliminação de anúncios de terceiros na plataforma (que por si são uma fonte de rendimento), novas receitas, e apoio nutricional (potencialmente recorrendo a IA). Adicionalmente, através da componente loja, é feita promoção a produtos e serviços de negócios locais relacionados com a área a troco de comissão.

## 3.2 Evolução do Modelo

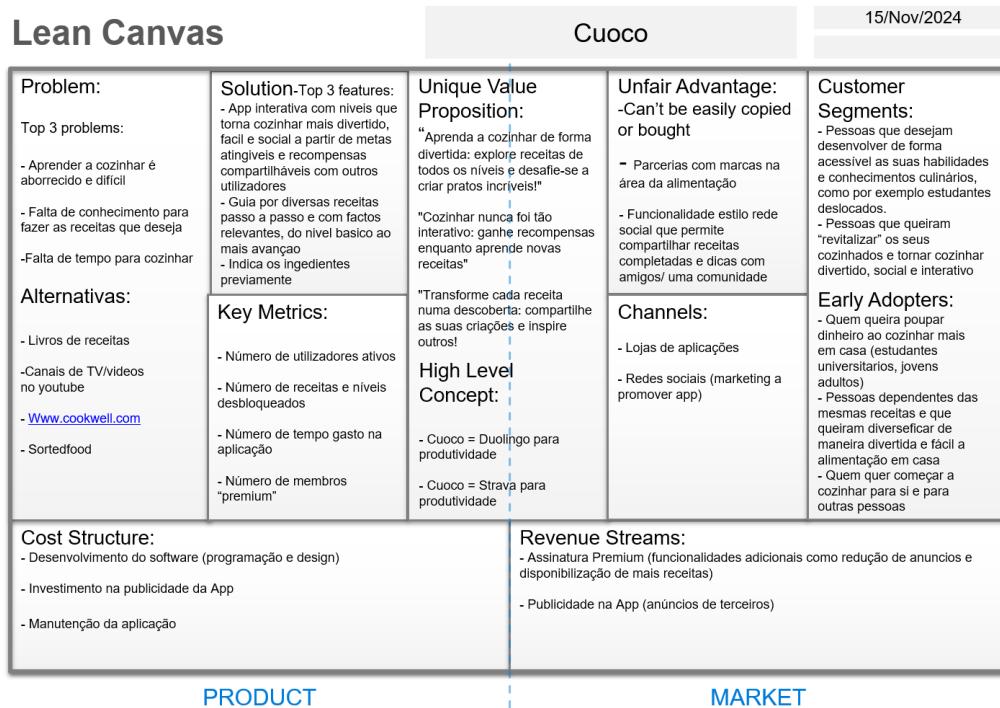


Figure 2: Lean Model Canvas Inicial

O Lean Model Canvas inicial serviu como ponto de partida para definir o modelo de negócio, mas, após obter feedback tanto de potenciais clientes como da professora da disciplina e discussões internas da equipa, várias áreas de potencial mudança foram identificadas, como a necessidade de simplificação de vários componentes do gráfico, entre outras.

Assim, eis as alterações feitas desde a primeira versão até à mais recente:

- **Problem:** A falta de recursos para dedicar à culinária foi englobada nos problemas a resolver, dado que a vida de um estudante deslocado é caracterizada, em muitos casos, por um orçamento apertado. Como tal, o Cuoco adaptou o seu foco de modo a resolver também este problema fornecendo receitas baratas em termos de ingredientes.
- **Solution:** Simplificação significativa e reorganização dos pontos enunciados.
- **Unique Value Proposition:** Simplificação significativa dos pontos enunciados e transformação dos mesmos em objetivos concretos.
- **Unfair Advantage:** Remoção dos pontos enunciados dada a natureza do projeto.
- **Customer Segments & Early Adopters:** Estreitamento do escopo de clientes a abordar e da projeção de Early Adopters.
- **High Level Concept:** Simplificação do campo apenas incluindo o conceito mais significante para o contexto da aplicação.
- **Fontes de Receita Sólidas:** A integração de parcerias com marcas e opções premium.
- **Channels:** Adição da promoção do Cuoco em universidades e negócios locais como opção de canal para o cliente. As universidades particularmente são um dos sítios onde existe maior abundância de pessoas com o perfil do nosso Customer Segment (no caso, no Departamento de Engenharia Informática da Universidade de Coimbra).
- **Cost Structure:** Adição de Recursos Humanos como fonte de custo, dado que o pagamento de salários é um componente crítico de qualquer projeto deste tipo.
- **Revenue Streams:** Adição da comissão pela promoção de negócios locais descrita na secção anterior.

## 4 Produto / MVP

O produto desenvolvido para o projeto consiste num website que apresenta uma versão simplificada do que <sup>será/virá a ser a</sup> aplicação Cuoco, com o objetivo de demonstrar algumas das suas funcionalidades idealizadas e de recolher feedback dos utilizadores.

Segue uma análise detalhada das suas componentes e desenvolvimento.

### 4.1 Produto Atual

#### 4.1.1 Página Inicial

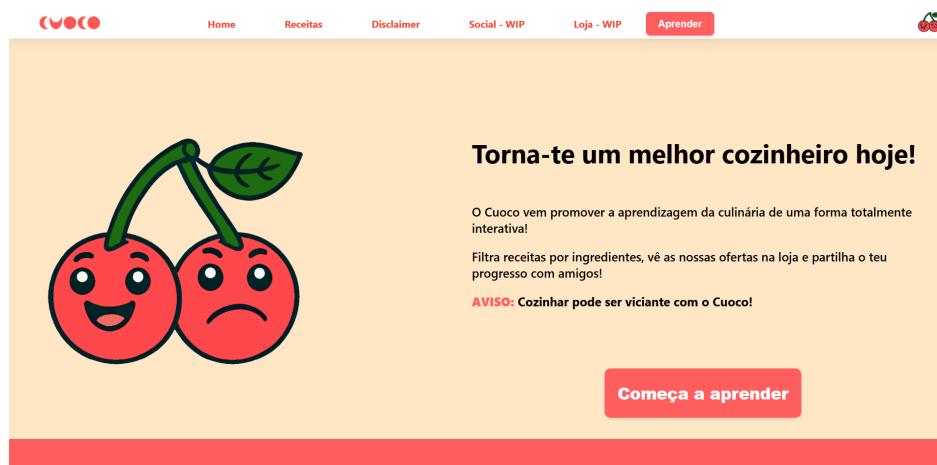


Figure 3: Página Inicial do Website

Caracterizada por um design minimalista e intuitivo, a página inicial procura cativar o utilizador que entra no website, apresentando-lhe de imediato a proposta de valor do Cuoco e um call-to-action. Acima é visível a barra de navegação, presente em todos os menus, que permite ao utilizador aceder a qualquer página com <sup>podem ser duas frases tp "facilidade. O design foi...."</sup> facilidade, embora o design seja feito com a passagem direta para a página principal de aprendizagem em mente, dado que esta é a que contém a funcionalidade mais importante. Adicionalmente, <sup>e Navegando/ao navegar</sup> navegando para baixo na página, o utilizador tem acesso a outras máscotes no estilo artístico do Cuoco, cada uma com frases motivadoras a acompanhar.

#### 4.1.2 Página de Receitas

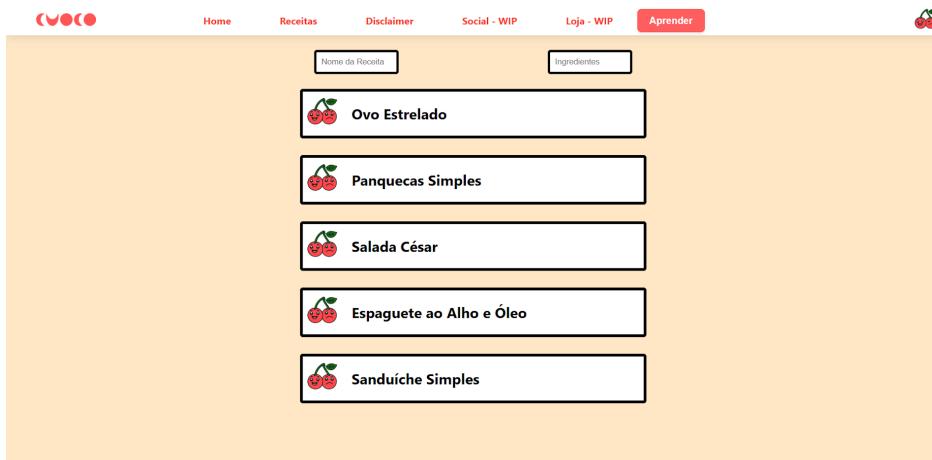


Figure 4: Página de Receitas do Website

A página de receitas serve como um compêndio dos tutoriais disponíveis no Cuoco, permitindo a filtragem por nome e por ingrediente, o que facilita imenso a conveniente procura por parte do utilizador. Ao clicar numa receita, o utilizador tem acesso a um tutorial escrito passo a passo, sendo que numa versão mais avançada da aplicação, seria possível refazer a aula interativa correspondente, sendo que esta seria desbloqueada na página de aprendizagem.

#### 4.1.3 Página de Aprendizagem

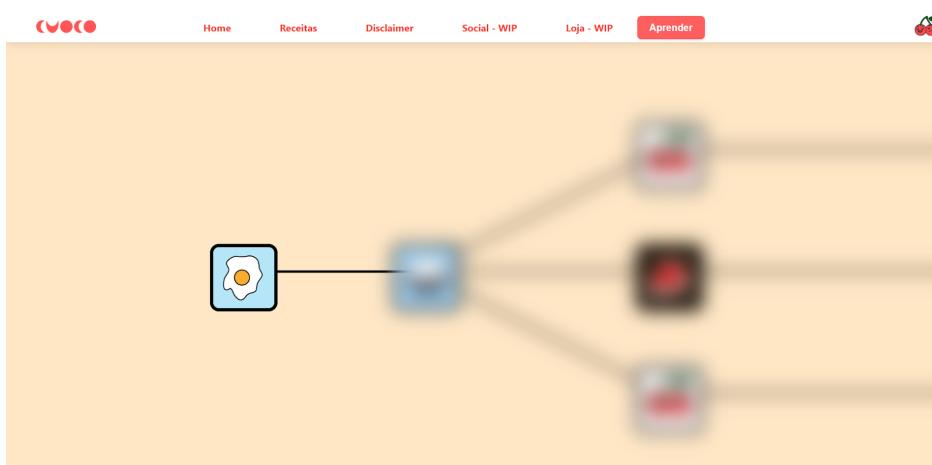


Figure 5: Página de Aprendizagem do Website

Esta página é o coração do Cuoco, contendo a funcionalidade mais importante da aplicação: a aprendizagem interativa de receitas. A maioria das receitas aparecem desfocadas, como seria o caso na numa versão posterior da aplicação para tutoriais ainda não desbloqueados pelo utilizador, sendo que as linhas mostram a progressão necessária para chegar a cada uma das receitas. Estas linhas formam uma árvore de aprendizagem, através da qual o utilizador poderia navegar usando o rato, permitindo à aplicação começar por receitas mais simples e ir progredindo para receitas mais complexas à medida que se ganha experiência. Ao clicar numa receita, um pop-up aparece no qual é possível aceder às versões interativa e escrita do tutorial. Atualmente, está implementada uma pequena demonstração deste tipo de funcionalidade, sendo que na receita acessível (ovo estrelado), existe um ambiente de simulação no qual o utilizador pode arrastar o ovo para a frigideira e estrelá-lo. Esta é, no entanto, uma versão altamente simplificada do que seria uma versão completa do produto, apenas servindo para demonstrar a ideia de interatividade que o Cuoco pretende trazer à aprendizagem da culinária, seguindo o propósito da disciplina.

TALVEZ FALAR DE COMO QUERIAMOS METER FÁCTOS INTERESSANTES E ASSIM ENQUANTO O TUTORIAL ESTA A DECORRER!  
TALVEZ FALAR TAMBÉM DO PERFIL, NIVEIS QUE AUMENTAM COM AS RECEITAS QUE VAIS COMPLETANDO

#### 4.1.4 Outras Páginas

Para além das páginas já mencionadas, o website contém ainda as seguintes componentes:

- **Página Disclaimer:** Contém o aviso legal obrigatório para os projetos feitos no âmbito da disciplina de Processos de Gestão e Inovação.
- **Página da Loja - Em progresso:** Seria o local onde o utilizador teria informação sobre o plano Premium e a sua subscrição e pesquisar e comprar ingredientes de negócios locais.  
FALAR DE UMA ABA PREMIUM QUE HÁVERIA PARA ASSINATES/ FUNCIONALIDADES EXCLUSIVAS A ESTES???
- **Página Social - Em progresso:** Uma componente de rede social que permitiria ao utilizador, entre outras funcionalidades, seguir outras contas, partilhar com elas as conquistas que alcançou na aplicação e participar em fóruns de discussão.  
PARTILHAR FOTOS DA COMIDA?????

## 4.2 Evolução do MVP

Comparada com a atualidade, a versão inicial do MVP era muito mais simples, contendo apenas a página inicial e a página de aprendizagem, contendo muitos poucos dos elementos de interatividade que estão presentes no website. Assim, à medida que o projeto foi evoluindo, a estética geral do website foi melhorada significativamente, incluindo uma reformulação da página inicial,

que passou a incluir o call-to-action. Adicionalmente, a página de receitas foi adicionada como uma funcionalidade inteiramente nova, foi implementada a demonstração simples de um tutorial interativo e os indicadores das páginas em progresso foram situados.

Tocando no tópico das funcionalidades em progresso, para além dos objetivos de desenvolvimento pré-definidos, a equipa falou também com estudantes que integram o perfil de um Early Adopter para obter feedback acerca do produto e de como este poderia ser melhorado. Das entrevistas realizadas, três pontos principais foram identificados como áreas de melhoria para o produto, que fariam também parte de um futuro desenvolvimento da aplicação:

- **Informação da Receita:** A integração de uma janela relativa a cada receita, potencialmente ao dar *hover* da mesma, que mostraria, entre outros, informação nutricional, o tempo de preparação, o número de porções e o nível de dificuldade.
- **Bases da Culinária:** Dado que o nosso Customer Segment é caracterizado pela sua inexperiência na cozinha, a integração de dicas e secções de aprendizagem sobre técnicas básicas de culinária nas lições interativas, relacionadas com a receita atual, seria uma mais-valia para o produto. Estas secções poderiam depois ser compiladas na página de aprendizagem de modo a formar um curso paralelo de culinária básica.
- **Receitas Saudáveis e Variadas:** Uma das preocupações que a equipa se adaptou para abordar foi a de promover uma dieta saudável entre os utilizadores, pelo que o foco nas futuras receitas disponíveis na aplicação seria em receitas saudáveis e equilibradas. Para além disto, a inclusão de receitas de várias culturas e dietas, incluindo vegetarianas e vegan, seria também uma prioridade para abrir o leque de opções disponíveis.

## 5 Divulgação

Desde a conceção do projeto, o branding foi uma preocupação constante, dado que a identidade de um produto é um dos fatores mais importantes para a sua aceitação pelo público. Tanto a escolha do nome, que, para além de se relacionar com o tema do negócio (culinária), é também fácil de memorizar e engraçado de pronunciar, como a das cores de tema e do logótipo foram pensados de modo a serem atrativos para o nosso Customer Segment, seguindo sempre um registo coloquial. Foi assim construída a imagem do Cuoco, que seria usada e expandida nos vários meios de divulgação do produto.

### 5.1 Instagram



Figure 6: Publicação 2 - Frente

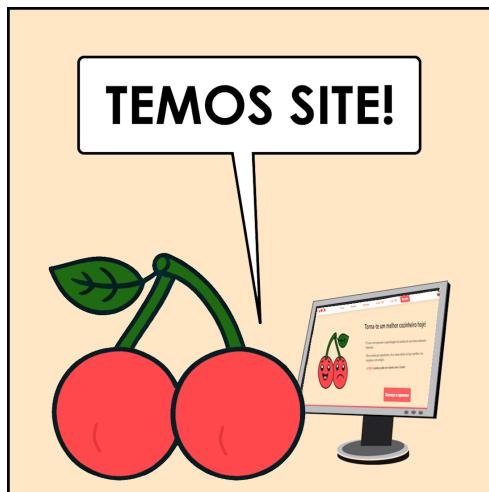


Figure 7: Publicação 4 - Frente

O Instagram foi a rede social escolhida para a divulgação do Cuoco, dado que é a rede social mais popular entre os jovens portugueses [2] e que permite a partilha de imagens e vídeos, o que é ideal para a promoção de um produto desta natureza. O estilo de publicação feito pela conta @app.cuoco convergiu com a direção artística tomada no início do projeto, procurando criar interesse público através da partilha de imagens trabalhadas de modo a personificar as personagens logótipo do Cuoco.

Pegando em exemplos concretos, a fig. 6 refere-se à imagem de capa da segunda publicação feita pela conta, que pretendia expor a proposta de valor do Cuoco ao público. De modo a atrair a atenção do utilizador, esta mostra as mascotes da aplicação a ter uma conversa entre si, estilo banda desenhada,

que alude ao conceito do aprendizagem da culinária, mostrando também parte da personalidade de cada uma das personagens. Dado que o objetivo principal da publicação era levar o utilizador a ler a descrição da mesma para saber mais sobre o propósito do produto, considerámos que a abordagem de criar uma ligação entre o utilizador e a imagem da marca fosse uma das formas mais eficazes de o fazer.

Da mesma forma, a fig. 7 mostra a imagem de capa da quarta publicação feita pela conta, servindo de anúncio oficial de que o website do Cuoco estava agora online e acessível para o público geral. Para além de ser uma forma de informar os seguidores da conta sobre o progresso do projeto, esta seria também a maior atratora de tráfego para o website, pelo que a imagem foi desenvolvida com o estilo do Cuoco mais um tom de entusiasmo e de modo a mostrar uma versão simplificada da página inicial do website, criando assim intriga acerca do produto.

Outras publicações feitas pela conta incluíram o aviso legal obrigatório para um projeto desta natureza, um conjunto de imagens temáticas que dariam ao utilizador a conhecer a equipa e os respetivos pratos favoritos, e um post que remetia para o pitch do produto feito no âmbito da disciplina. A data de publicação de cada uma destas foi espalhada estrategicamente no tempo para manter o interesse geral na conta e no projeto, e as subsequentes repartilhas na funcionalidade história do Instagram assistiram na sua visibilidade.

## 5.2 Website

O website desenvolvido, já descrito na secção anterior, era a plataforma para o qual queríamos direcionar o maior tráfego possível, dado que este era o ponto de contacto mais direto com o utilizador e o local onde este poderia experimentar o produto em primeira mão. De modo a retê-lo e a incentivá-lo a explorar o website, a página inicial contém um call-to-action convidativo que se liga à página principal de aprendizagem, que é onde a maioria do tempo no website deverá ser passado.

## 5.3 Pitch

Embora a apresentação do produto fosse uma requisito para a avaliação da disciplina e não um meio de divulgação digital, acreditámos que seria uma oportunidade valiosa para expor o Cuoco e receber feedback direto sobre o produto, dada a presença de vários potenciais clientes e profissionais da área da gestão. Considerámos, portanto, que seria necessário preparar uma apresentação que fizesse justiça ao produto e à sua identidade, e que fosse capaz de se distinguir pela sua criatividade perante o público presente. Como tal,

os slides da apresentação foram cuidadosamente trabalhados de modo a manter a atenção da plateia constante ao longo do pitch, envolvendo em grande medida as mascotes da aplicação e as várias facetas das suas personalidades, como visto na fig. 8.

No entanto, a equipa quis encontrar uma forma de criar um impacto ainda maior, e discutiu vários métodos para tal. Entre as ideias discutidas, surgiu a sugestão de usar t-shirts personalizadas com o logótipo do Cuoco durante a apresentação, procurando criar um momento de destaque durante a sessão (fig. 9). Com efeito, ao revelar o vestuário na ida para o palco, a equipa proporcionou um elemento de surpresa que foi muito bem recebido pelos presentes. Para além de ser uma forma de reforçar a identidade do produto, esta manobra confirmou também a ideia de como pequenos detalhes podem fazer uma diferença tão pronunciada na percepção do público.

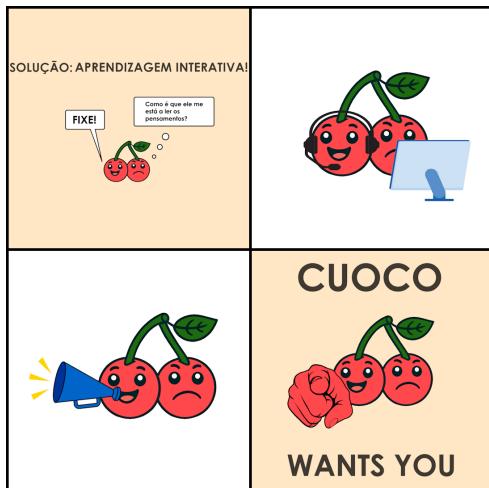


Figure 8: Imagens nos slides



Figure 9: Manobra no pitch

## **6    Métricas**

## **7 Conclusão**

## **8 Referências**

## **9 Autoavaliação**