

# **Estudo de Mercado para a Aplicação "Ate or Eat"**

Análise de Público-Alvo, Tendências e Prototipagem

Outubro de 2024

Instituto Piaget de Almada - Escola Superior de Tecnologia e Gestão Jean Piaget

Equipa do Projeto:

Catarina Valério (nº58546)

Diogo Piçarra (nº60589)

Lourenço Nobrega (nº60983)

João Montalvão (nº60965)

Rodrigo Pereira (nº60608)

# Conteúdo

1. Introdução .....	3
2. Análise do Público-Alvo .....	3
2.1. Segmentação .....	3
2.2. Necessidades e Preferências .....	4
3. Análise de Tendências em Redes Sociais .....	5
3.1. Principais Plataformas de Interação Culinária .....	5
3.2. Conteúdos e Formatos Populares .....	5
3.3. Integração com Redes Sociais .....	5
4. Focus Groups .....	6
4.1. Formação dos Focus Groups .....	6
4.2. Estrutura das Sessões .....	6
4.3. Observações e Análise .....	6
5. Conclusão .....	7

# 1. Introdução

O projeto "Ate or Eat" tem como objetivo desenvolver uma aplicação inovadora para recomendar receitas culinárias com base nos ingredientes que o utilizador tem em casa, utilizando inteligência artificial (IA). A aplicação é projetada para ajudar pessoas de diferentes níveis de habilidade culinária a explorar novas possibilidades na cozinha, de maneira personalizada e prática.

Com uma interface intuitiva e interativa, a aplicação busca atender tanto cozinheiros iniciantes quanto chefs profissionais e entusiastas culinários, promovendo a criatividade e eficiência na cozinha. Para atingir esse objetivo, a aplicação "Ate or Eat" apresenta várias funcionalidades, como:

- Recomendações personalizadas de receitas,
- Instruções passo a passo,
- Sugestões de substituição de ingredientes,
- Ferramentas para otimização do uso de alimentos.

Além disso, a aplicação incorpora receitas tradicionais portuguesas e pratos de diversas cozinhas internacionais, permitindo que os utilizadores descubram novos sabores e explorem opções culturais variadas.

Este estudo de mercado visa compreender as necessidades e preferências do público-alvo, identificar tendências relevantes em plataformas digitais e avaliar a eficácia de um protótipo da aplicação. A análise detalhada permitirá que a equipa de desenvolvimento adapte as funcionalidades da aplicação para oferecer uma experiência de usuário agradável e alinhada às expectativas dos utilizadores.

## 2. Análise do Público-Alvo

### 2.1. Segmentação

O público-alvo da aplicação "Ate or Eat" pode ser dividido em quatro grupos principais, cada um com necessidades, interesses e padrões de uso distintos. A segmentação detalhada ajudará a adaptar as funcionalidades da aplicação para atender melhor cada tipo de utilizador.

#### 1. Cozinheiros Iniciantes

**Perfil:** Pessoas com pouca ou nenhuma experiência na cozinha, que geralmente procuram receitas simples e fáceis de seguir. Este grupo valoriza tutoriais detalhados e passo a passo para evitar erros durante o processo de preparação das refeições.

**Necessidades:**

- Instruções claras e acessíveis.
- Receitas rápidas, com poucos ingredientes.
- Dicas básicas de cozinha (como cortar ingredientes, tempos de cozedura, etc.).
- Sugestões de pratos fáceis de adaptar de acordo com os ingredientes disponíveis.

## 2. Chefs Profissionais

**Perfil:** Cozinheiros com formação ou experiência profissional que procuram inspiração e novas ideias para elaborar pratos criativos e sofisticados. Valorizam receitas complexas, com ingredientes mais refinados e técnicas avançadas.

**Necessidades:**

- Receitas detalhadas e sofisticadas.
- Sugestões criativas de combinações de sabores e uso eficiente de ingredientes.
- Ferramentas de planeamento de refeições ou menus semanais.
- Possibilidade de adaptar receitas para diferentes contextos (catering, eventos, etc.).

## 3. Entusiastas Culinários

**Perfil:** Pessoas que cozinham frequentemente por prazer e têm um interesse ativo em aprender novas técnicas e explorar sabores de diferentes cozinhas do mundo. Eles veem a cozinha como um hobby e uma forma de expressão criativa.

**Necessidades:**

- Variedade de receitas que explorem várias cozinhas internacionais.
- Instruções detalhadas de técnicas avançadas, para melhorar as habilidades na cozinha.
- Possibilidade de personalizar receitas de acordo com preferências e restrições alimentares.
- Sugestões de novos pratos e desafios culinários para expandir o repertório de receitas.

## 4. Indivíduos que procuram otimizar o uso de ingredientes

**Perfil:** Pessoas que estão preocupadas em evitar o desperdício de alimentos e maximizar o uso dos ingredientes disponíveis em casa. Este grupo é composto por indivíduos que valorizam a eficiência e a economia ao cozinhar.

**Necessidades:**

- Ferramentas que sugiram receitas com base nos ingredientes disponíveis.
- Dicas sobre como conservar ingredientes ou preparar pratos com sobras de alimentos.
- Integração com listas de compras ou planificadores de refeições.
- Sugestões de substituições de ingredientes para maior flexibilidade na cozinha.

## 2.2. Necessidades e Preferências

Para melhor compreender as necessidades de cada grupo, foi desenvolvido um questionário online, cujo objetivo é recolher informações diretamente do público-alvo sobre os seus hábitos e preferências culinárias. Este feedback será fundamental para ajustar as funcionalidades da aplicação "Ate or Eat" e garantir que ela ofereça uma experiência personalizada e eficaz. As perguntas abrangem temas como frequência de utilização, tipo de receitas preferidas, dificuldades ao cozinhar, e interesse por funcionalidades adicionais.

---

### 3. Análise de Tendências em Redes Sociais

As redes sociais desempenham um papel crucial no mundo da culinária, servindo como uma plataforma para partilha de receitas, dicas e inspiração. A aplicação "Ate or Eat" pode tirar proveito dessas plataformas ao seguir as tendências emergentes e integrar funcionalidades que aumentem o envolvimento dos utilizadores.

#### 3.1. Principais Plataformas de Interação Culinária

##### 1. Instagram

O Instagram é uma plataforma visual onde utilizadores compartilham imagens e vídeos de refeições prontas, acompanhadas por receitas e dicas. **Hashtags populares** como #foodie, #recipe, #homecooking, e #plantbased permitem que as receitas ganhem visibilidade rapidamente. **Stories e reels** são ótimos formatos para partilha de receitas rápidas ou tutoriais culinários, gerando interações rápidas e visualizações massivas.

##### 2. TikTok

O TikTok emergiu como uma das principais plataformas para vídeos curtos, com criadores a partilharem receitas rápidas e inovadoras. A tendência **#FoodTok** permite que receitas se tornem virais em questão de horas. **Vídeos de "food hacks"** ou truques culinários são altamente populares, tornando o TikTok uma plataforma-chave para promover a aplicação através de desafios virais ou partilha de receitas simples e eficazes.

#### 3.2. Conteúdos e Formatos Populares

##### 1. Receitas Rápidas e Simples

Vídeos de curta duração que mostram receitas fáceis de preparar são altamente compartilhados em plataformas como Instagram e TikTok. Estas receitas costumam focar-se em refeições que podem ser feitas com poucos ingredientes e em menos tempo, o que se alinha perfeitamente com a funcionalidade da aplicação "Ate or Eat" de sugerir receitas com base nos ingredientes disponíveis.

##### 2. Truques Culinários ("Food Hacks")

Vídeos que demonstram atalhos ou métodos criativos para melhorar a eficiência na cozinha têm alta taxa de engajamento. Incorporar uma funcionalidade de dicas rápidas na aplicação pode atrair utilizadores interessados em melhorar suas habilidades culinárias de maneira prática e divertida.

##### 3. Receitas com Sobras de Alimentos

Dicas sobre como utilizar restos de comida ou ingredientes quase vencidos são cada vez mais populares, especialmente em contexto de maior preocupação com a sustentabilidade. Promover esta funcionalidade nas redes sociais pode gerar forte engajamento e criar uma imagem positiva para a marca.

#### 3.3. Integração com Redes Sociais

A aplicação pode beneficiar de uma **integração direta com redes sociais** permitindo aos utilizadores:

- Partilhar as suas criações diretamente no Instagram ou TikTok.
- Participar em desafios culinários, como recriar receitas sugeridas pelo chatbot.
- Utilizar hashtags específicas, como #AteOrEatRecipes, para aumentar a visibilidade da aplicação nas plataformas.

Além disso, colaborar com **influenciadores de culinária** para promover a aplicação pode ser uma forma eficaz de alcançar um público mais amplo e gerar tração rapidamente.

---

## 4. Focus Groups

Os focus groups desempenham um papel vital no processo de desenvolvimento da aplicação, permitindo uma avaliação detalhada da experiência do utilizador, usabilidade e eficácia das funcionalidades. Através da observação direta, os desenvolvedores podem identificar áreas de melhoria e obter sugestões práticas.

### 4.1. Formação dos Focus Groups

- **Tamanho:** Grupos pequenos de 5 a 8 participantes são ideais, permitindo uma interação significativa entre os participantes e o facilitador.
- **Diversidade:** Cada grupo deve incluir representantes dos diferentes segmentos de público-alvo, como cozinheiros iniciantes, chefs profissionais e entusiastas culinários.

### 4.2. Estrutura das Sessões

1. **Introdução**  
Explicar brevemente o objetivo da sessão e introduzir o protótipo da aplicação. Os participantes devem ser incentivados a explorar o sistema sem orientação inicial para observar reações naturais.
2. **Interação com o Protótipo**  
Os participantes testam as funcionalidades principais, como inserção de ingredientes, sugestões de receitas, interação com o chatbot e navegação na interface.
3. **Discussão em Grupo**  
Após a fase de interação, inicia-se uma discussão guiada para recolher feedback. Questões como "O que acharam das sugestões de receitas?" ou "O chatbot foi fácil de usar?" podem ajudar a direcionar a discussão.

### 4.3. Observações e Análise

- **Facilidade de Uso:** Verificar se os utilizadores conseguem navegar facilmente na aplicação e se as instruções são claras.
- **Relevância das Sugestões:** Avaliar se as receitas sugeridas foram adequadas aos ingredientes indicados e se o chatbot compreendeu bem as interações.

- **Áreas de Melhoria:** Identificar funcionalidades que causaram dificuldades e obter sugestões dos participantes sobre como melhorar a interface ou as opções de personalização.
- 

## 5. Conclusão

O estudo de mercado realizado para a aplicação "Ate or Eat" revela insights valiosos sobre as necessidades do público-alvo e as tendências em plataformas digitais. Ao segmentar o público de forma eficaz e ao seguir as tendências de redes sociais, a aplicação tem o potencial de alcançar uma vasta audiência, proporcionando uma experiência personalizada e interativa.

Os focus groups também destacaram a importância de uma interface intuitiva e de sugestões de receitas relevantes com base nos ingredientes disponíveis. O feedback recolhido servirá como base para aprimorar o desenvolvimento da aplicação, garantindo que ela responda adequadamente às necessidades dos utilizadores e ofereça uma experiência diferenciada no mercado das aplicações culinárias.

Os próximos passos incluem ajustes baseados nas observações dos focus groups, otimização das funcionalidades mais valorizadas e a criação de campanhas de marketing digital para promover a aplicação nas redes sociais, utilizando influenciadores e desafios culinários para atrair novos utilizadores.