**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](#_Toc181091362)

[**2. Análise do Público-Alvo** 3](#_Toc181091363)

[**2.1. Segmentação** 3](#_Toc181091364)

[**2.2. Necessidades e Preferências** 4](#_Toc181091365)

[**3. Análise de Tendências em Redes Sociais** 5](#_Toc181091366)

[**3.1. Principais Plataformas de Interação Culinária** 5](#_Toc181091367)

[**3.2. Conteúdos e Formatos Populares** 5](#_Toc181091368)

[**3.3. Integração com Redes Sociais** 5](#_Toc181091369)

[**4. Focus Groups** 6](#_Toc181091370)

[**4.1. Formação dos Focus Groups** 6](#_Toc181091371)

[**4.2. Estrutura das Sessões** 6](#_Toc181091372)

[**4.3. Observações e Análise** 6](#_Toc181091373)

[**5. Conclusão** 7](#_Toc181091374)

# **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.