Estudo de Mercado para a Aplicação "Ate or Eat"

# 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. Este estudo de mercado visa compreender o público-alvo, as tendências atuais no mercado e a interação com protótipos da aplicação.

# 2. Análise do Público-Alvo

## 2.1. Segmentação

Abaixo estão os principais grupos de público-alvo que a aplicação "Ate or Eat" pretende atingir:

### Cozinheiros Iniciantes

Pessoas com pouca experiência na cozinha, que procuram receitas fáceis e rápidas. Valorizam tutoriais detalhados.

### Chefs Profissionais

Profissionais que procuram inspiração para utilizar ingredientes de forma criativa e inovadora, buscando receitas mais complexas.

### Entusiastas Culinários

Amantes da culinária que gostam de explorar novas receitas, técnicas e pratos internacionais.

### Indivíduos que procuram otimizar o uso de ingredientes

Pessoas que querem evitar o desperdício de comida e maximizar o uso de ingredientes que já têm em casa.

## 2.2. Necessidades e Preferências

Para compreender melhor as necessidades destes grupos, foi desenvolvido um questionário online com as seguintes questões:

1. 1. Qual é o seu nível de experiência na cozinha?
2. 2. Com que frequência cozinha em casa?
3. 3. Qual a sua principal motivação para cozinhar?
4. 4. Qual a sua maior dificuldade ao cozinhar?
5. 5. Quando procura uma receita, o que é mais importante para si?
6. 6. Que tipo de receitas procura com mais frequência?
7. 7. O quão importante é para si receber sugestões de receitas com os ingredientes que tem em casa?
8. 8. Utilizaria uma aplicação de culinária que sugere receitas com base nos ingredientes disponíveis?
9. 9. Quais funcionalidades consideraria mais úteis numa aplicação de culinária?
10. 10. Que tipo de dietas ou restrições alimentares segue?
11. 11. O quão importante é a integração com redes sociais?
12. 12. Se pudesse pedir uma funcionalidade extra para uma aplicação de receitas, o que seria?
13. 13. Gostaria de receber dicas sobre como aproveitar melhor os ingredientes sobrantes?
14. 14. Que dispositivo utiliza mais para procurar receitas online?
15. 15. Estaria disposto a pagar por funcionalidades premium?

# 3. Análise de Tendências em Redes Sociais

Plataformas como Instagram e TikTok são populares para a partilha de receitas, dicas culinárias e truques rápidos. Vídeos curtos com receitas fáceis ou técnicas inovadoras ganham tração rapidamente. Receitas com ingredientes simples, truques culinários e sustentabilidade alimentar são tendências em alta. A integração com redes sociais permite aumentar o engajamento da aplicação, tornando-a mais atraente para o público.

# 4. Focus Groups

Para avaliar a usabilidade da aplicação, podem ser organizados focus groups com participantes representando diferentes segmentos do público-alvo. Durante estas sessões, é possível observar quais funcionalidades são mais intuitivas, quais receitas geram mais interesse, e como o chatbot responde às necessidades dos utilizadores.

## 4.1. Estrutura do Focus Group

1. Introdução: Apresentação do protótipo e explicação dos objetivos da sessão.  
2. Interação com o Protótipo: Os participantes exploram a aplicação, testando as funcionalidades.  
3. Discussão: Feedback sobre a usabilidade, sugestões de receitas e a interação com o chatbot.

## 4.2. Observações

Durante a interação, é importante observar o comportamento dos utilizadores, como navegam na aplicação, quais funcionalidades utilizam mais, e se encontram dificuldades.

# 5. Conclusão

Os focus groups e o questionário online fornecem insights importantes sobre como os diferentes segmentos de público interagem com a aplicação "Ate or Eat". Este feedback será essencial para ajustar o desenvolvimento da aplicação, garantindo que atende às necessidades dos utilizadores e oferece uma experiência intuitiva e valiosa.