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

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.  
- 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.

### 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.  
- Possibilidade de personalizar receitas de acordo com preferências alimentares.  
- Sugestões de novos pratos e desafios culinários.

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

Perfil: Pessoas preocupadas em evitar o desperdício de alimentos e maximizar o uso dos ingredientes disponíveis em casa.  
Necessidades:  
- Ferramentas que sugiram receitas com base nos ingredientes disponíveis.  
- Dicas sobre como conservar ingredientes ou preparar pratos com sobras.  
- Integração com listas de compras ou planificadores de refeições.  
- Sugestões de substituições de ingredientes.

## 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.

# 3. Análise de Tendências em Redes Sociais

## 3.1. Principais Plataformas de Interação Culinária

### 1. Instagram

Instagram é uma plataforma visual onde utilizadores compartilham imagens e vídeos de refeições prontas. Hashtags populares como #foodie, #recipe e #plantbased permitem que as receitas ganhem visibilidade. Stories e reels são ótimos formatos para partilha de receitas rápidas ou tutoriais culinários.

### 2. TikTok

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.

## 3.2. Conteúdos e Formatos Populares

1. Receitas Rápidas e Simples: Vídeos de curta duração mostrando receitas fáceis de preparar são altamente populares.  
2. Truques Culinários ("Food Hacks"): Atalhos ou métodos criativos para melhorar a eficiência na cozinha são bastante compartilhados.  
3. Receitas com Sobras de Alimentos: Dicas sobre como utilizar restos de comida ou ingredientes quase vencidos são cada vez mais populares.

## 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.  
- Utilizar hashtags específicas, como #AteOrEatRecipes, para aumentar a visibilidade da aplicação.

# 4. Focus Groups

## 4.1. Formação dos Focus Groups

Tamanho: Grupos pequenos de 5 a 8 participantes são ideais, permitindo uma interação significativa.  
Diversidade: Cada grupo deve incluir representantes dos diferentes segmentos de público-alvo.

## 4.2. Estrutura das Sessões

1. Introdução: Explicar o objetivo da sessão e introduzir o protótipo da aplicação.  
2. Interação com o Protótipo: Os participantes testam as funcionalidades principais, como inserção de ingredientes.  
3. Discussão em Grupo: Discussão guiada para recolher feedback sobre as sugestões de receitas e chatbot.

## 4.3. Observações e Análise

Facilidade de Uso: Verificar se os utilizadores conseguem navegar facilmente na aplicação.  
Relevância das Sugestões: Avaliar se as receitas sugeridas foram adequadas.  
Áreas de Melhoria: Identificar funcionalidades que causaram dificuldades.

# 5. Conclusão

O estudo de mercado para a aplicação "Ate or Eat" revela insights valiosos sobre as necessidades do público-alvo. A aplicação tem o potencial de alcançar uma vasta audiência, proporcionando uma experiência personalizada e interativa. O feedback recolhido servirá como base para aprimorar o desenvolvimento da aplicação, garantindo que ela responda às necessidades dos utilizadores e ofereça uma experiência diferenciada no mercado das aplicações culinárias.