



GUIA MIXARIA

C O M A B E M P A G A N D O P O U C O



Integrantes:

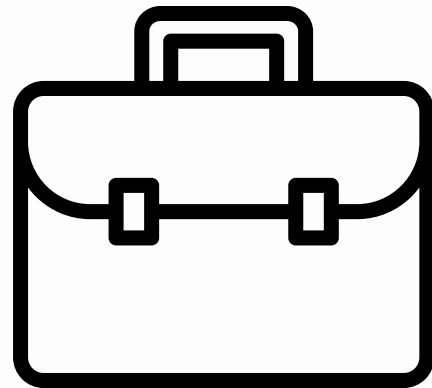


- Kevin Leite Martins
- Pedro Levi Carneiro dos Santos
- Samuel Lucas Santos

Inspirado em guias de restaurantes como o Guia Michelin e o Guia Veja Comer e Beber, o Guia Mixaria é uma **plataforma gastronômico** online focada exclusivamente na divulgação de pontos de venda de **comida de rua**, que visa **conectar comerciantes** não abrangidos por grandes plataformas de serviços dessa área, como iFood e Google, a **trabalhadores e estudantes** que possuem **poucos recursos** para se alimentarem no seu dia-a-dia.

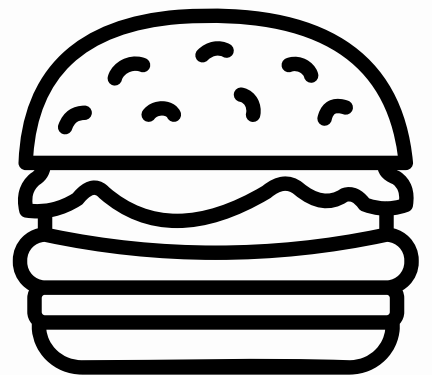


Dados da cidade de SP



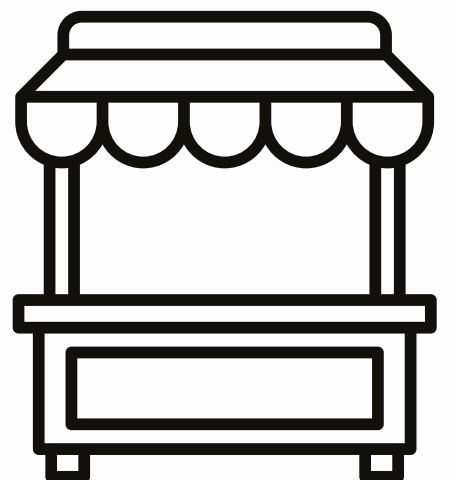
População Economicamente Ativa (PEA) na cidade de São Paulo:
Aproximadamente 7 Milhões

(IBGE/Panorama, 2022)



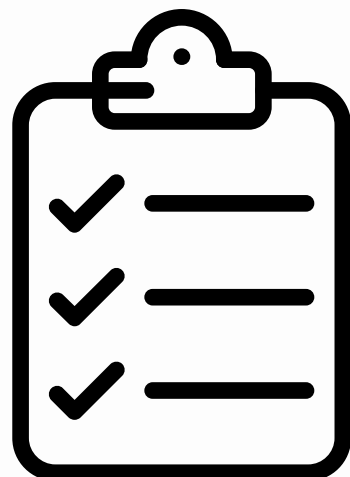
Valor médio de refeição completa:
Em torno de R\$60,00

(Pesquisa + Valor, Ticket, 2025)



Perfil de Trabalhadores Ambulantes em São Paulo-SP:
**45 Mil MEIs no CNAE
de Comércio de Alimentos**

(DIEESE-PMSP, 2024)



Permissões de Comércio de Rua (TPUs) Programa "Tò Legal!":
2893 Autorizações Totais,

(Site oficial To, Legal, PMSP, 2025)



8. Parceiros Chave

- Vendedores ambulantes.
- Prestadores de serviços de marketing e jurídico.
- Marcas e revendedores de insumos para lanches e comidas em geral.

+ Adicionar post-it

7. Atividades Chave

- Curadoria de Conteúdo: Busca constante por novos lugares e validação de preços.
- Manutenção Tecnológica: Atualização e segurança da plataforma (App/Site).

+ Adicionar post-it

6. Recursos Chave

- Plataforma tecnológica (app, sistemas internos, API).
- Banco de dados.
- Equipe de desenvolvimento, produto, operações e suporte.

+ Adicionar post-it

2. Proposta de Valor

- Para o Usuário: Acesso rápido a experiências de baixo custo em gastronomia de rua; economia de tempo e dinheiro; descoberta de lugares "fora do radar" (do Google e do IFood).
- Para o Parceiro (Vendedor): Visibilidade para um público segmentado e com necessidade de consumo rápido e barato.

+ Adicionar post-it

4. Relacionamento com o Cliente

- Canal no WhatsApp para divulgação e envio de promoções.

+ Adicionar post-it

3. Canais

- Redes Sociais (Instagram/ TikTok etc.)
- QR codes em estabelecimentos parceiros.

+ Adicionar post-it

1. Segmento de Mercado

- Consumidor: Estudantes, jovens trabalhadores, turistas buscando experiências simples, pessoas que gostam de explorar a cidade sem gastar muito.
- Parceiros: Principalmente, vendedores de comida de rua, mas também pequenos bares e lanchonetes que não têm verba para divulgação de marketing.

+ Adicionar post-it

9. Estrutura de Custos

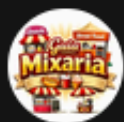
- Infraestrutura tecnológica (servidores físicos para backup e nuvem, TI, segurança).
- Desenvolvimento e inovação contínua da plataforma.
- Marketing e aquisição de usuários.

+ Adicionar post-it

5. Fontes de Renda

- Captura de leads (e-mail dos comerciantes) para repasse a fornecedores de insumos (ketchup, batatas congeladas, pão de hot-dog etc.).
- Integração com Google AdSense—isso pode render por cliques (CPC) ou impressões (CPM) de produtos de marcas relacionadas.

+ Adicionar post-it



Guia Mixaria | O Seu Guia Gastronômico

0 seguidor



Hoje



21:39 ✓

Venha descobrir as melhores barraquinhas de rua perto de você!!!! 🍔

21:41 ✓



Não perca a chance de economizar seu tempo e dinheiro comendo deliciosas comidas de rua, temos para todos os gostos!!! 🍷🍕🍔🌮🍟

21:43 ✓



Digite uma atualização



Jornada de Usuário do Guia Mixaria.

Empresa que conecta vendedores de comida de rua a usuários para compra de refeições



Maria Rita

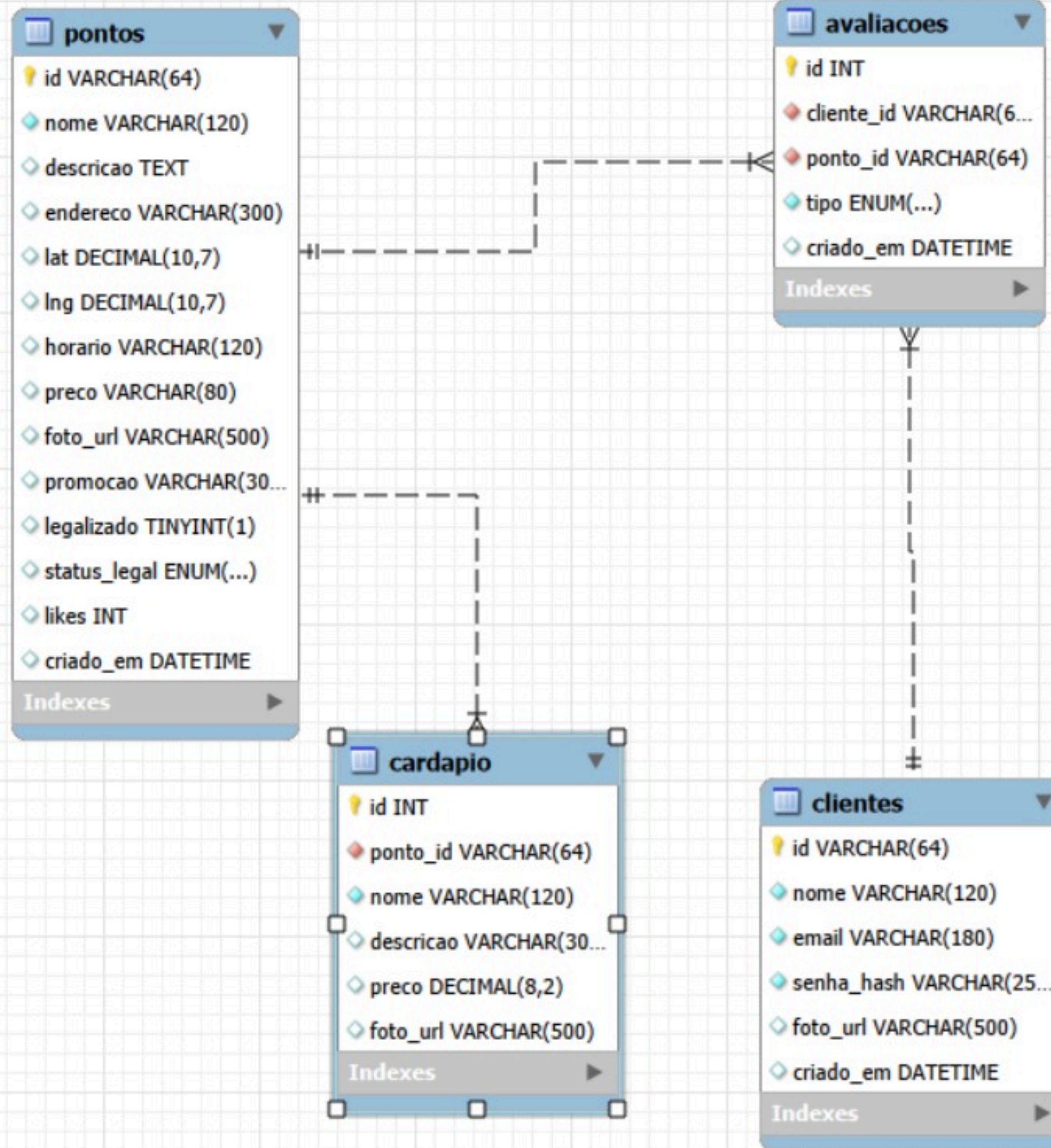
Atendente de telemarketing e estudante de ADM que passa o dia todo fora de casa e ganha um VR de R\$ 30.

Idade: 20

Estado civil: Solteira

Residência: Itaquera

Etapas	Etapa 1 - Tela inicial	Etapa 2 - Relação de pontos de venda conforme a opção de filtro escolhida	Etapa 3 - Análise das informações disponíveis no perfil e avaliação do ponto de venda.	Etapa 4 - Rota no Google Maps.
Ações chave	Filtro da opção por locais mais próximos, menores preços e preferências dos usuários;	- Interação com o carrossel com os pontos de venda ordenados a partir do filtro escolhido - Selecionar um ponto de venda.	Analisa o perfil do ponto de venda para ver se ele atende as condições conforme escolhidas e solicitação de coordenadas de direcionamento até o local.	O usuário precisa criar uma conta e/ou fazer o login em sua conta já criada para abrir a rota até o ponto de venda no Google Maps.
Fazendo	 Maria Rita está buscando na internet opções de alimentação baratas e mais próximas da sua localização;  Ela acessa a plataforma (Guia Mixaria) pela internet, sem a necessidade de baixar qualquer tipo de aplicação.  Ela tem quatro opções para acessar a informações sobre o ponto de venda conforme sua necessidade no momento: "Destaques da rua", "Mais Próximos", "No Precinho" e "Melhores Avaliados"	 Após clicar no botão na forma de card para a opção desejada, ela é direcionada para um carrossel relativo ao filtro escolhido.  Ela visualiza o tipo de comida no card do ponto de venda, clica nele e é direcionado para o perfil desse ponto.	 Confere as informações no perfil do vendedor escolhido e verifica sua distância até lá.  Tem a opção para avaliar o ponto de venda, com os botões "já visitei" e "gostei".  Ela clica no botão "Rota" que abre o Google Maps no seu celular com a rota para chegar caminhando até o ponto de venda escolhido.	 Visualiza a rota até o ponto de venda escolhido.  O usuário segue para o ponto de venda com o direcionamento no Google Maps, já ajustado para sua necessidade de transporte até o local.
Emotions	   	 	  	   



Obrigado
pela atenção

Jornada de Usuário do Guia Mixaria.

Empresa que conecta vendedores de comida de rua a usuários para compra de refeições



Maria Rita

Atendente de telemarketing e estudante de ADM que passa o dia todo fora de casa e ganha um VR de R\$ 30.

Idade: 20

Estado civil: Solteira

Residência: Itaquera

Etapas	Etapa 1 - Tela inicial	Etapa 2 - Relação de pontos de venda conforme a opção de filtro escolhida	Etapa 3 - Análise das informações disponíveis no perfil e avaliação do ponto de venda.	Etapa 4 - Rota no Google Maps.
Ações chave	Filtro da opção por locais mais próximos, menores preços e preferências dos usuários;	- Interação com o carrossel com os pontos de venda ordenados a partir do filtro escolhido - Selecionar um ponto de venda.	Analisa o perfil do ponto de venda para ver se ele atende as condições conforme escolhidas e solicitação de coordenadas de direcionamento até o local.	O usuário precisa criar uma conta e/ou fazer o login em sua conta já criada para abrir a rota até o ponto de venda no Google Maps.
Fazendo	 Maria Rita está buscando na internet opções de alimentação baratas e mais próximas da sua localização;  Ela acessa a plataforma (Guia Mixaria) pela internet, sem a necessidade de baixar qualquer tipo de aplicação.  Ela tem quatro opções para acessar a informações sobre o ponto de venda conforme sua necessidade no momento: "Destaques da rua", "Mais Próximos", "No Precinho" e "Melhores Avaliados"	 Após clicar no botão na forma de card para a opção desejada, ela é direcionada para um carrossel relativo ao filtro escolhido.  Ela visualiza o tipo de comida no card do ponto de venda, clica nele e é direcionado para o perfil desse ponto.	 Confere as informações no perfil do vendedor escolhido e verifica sua distância até lá.  Tem a opção para avaliar o ponto de venda, com os botões "já visitei" e "gostei".  Ela clica no botão "Rota" que abre o Google Maps no seu celular com a rota para chegar caminhando até o ponto de venda escolhido.	 Visualiza a rota até o ponto de venda escolhido.  O usuário segue para o ponto de venda com o direcionamento no Google Maps, já ajustado para sua necessidade de transporte até o local.
Emotions	   			

8. Parceiros Chave



- Vendedores ambulantes.
- Prestadores de serviços de marketing e jurídico.
- Marcas e revendedores de insumos para lanches e comidas em geral.

+ Adicionar post-it

7. Atividades Chave



Curadoria de Conteúdo: Busca constante por novos lugares e validação de preços.



Manutenção Tecnológica: Atualização e segurança da plataforma (App/Site).

+ Adicionar post-it

6. Recursos Chave



- Plataforma tecnológica (app, sistemas internos, API).
- Banco de dados.
- Equipe de desenvolvimento, produto, operações e suporte.

+ Adicionar post-it

2. Proposta de Valor



Para o Usuário: Acesso rápido a experiências de baixo custo em gastronomia de rua; economia de tempo e dinheiro; descoberta de lugares "fora do radar" (do Google e do IFood).

Para o Parceiro (Vendedor): Visibilidade para um público segmentado e com necessidade de consumo rápido e barato.

+ Adicionar post-it

4. Relacionamento com o Cliente



Canal no WhatsApp para divulgação e envio de promoções.

+ Adicionar post-it

3. Canais



- Redes Sociais (Instagram/ TikTok etc.)
- QR codes em estabelecimentos parceiros.

+ Adicionar post-it

1. Segmento de Mercado



Consumidor: Estudantes, jovens trabalhadores, turistas buscando experiências simples, pessoas que gostam de explorar a cidade sem gastar muito.



Parceiros: Principalmente, vendedores de comida de rua, mas também pequenos bares e lanchonetes que não têm verba para divulgação de marketing.

+ Adicionar post-it

9. Estrutura de Custos



- Infraestrutura tecnológica (servidores físicos para backup e nuvem, TI, segurança).
- Desenvolvimento e inovação contínua da plataforma.
- Marketing e aquisição de usuários.

+ Adicionar post-it

5. Fontes de Renda



Captura de leads (e-mail dos comerciantes) para repasse a fornecedores de insumos (ketchup, batatas congeladas, pão de hot-dog etc.).
Integração com Google AdSense—isso pode render por cliques (CPC) ou impressões (CPM) de produtos de marcas relacionadas.

+ Adicionar post-it