

▼ Socios Clave

Vendedores de comida callejera dispuestas a promover el uso de la app; proveedores de mapas y geolocalización que suministren la infraestructura cartográfica; agencias de turismo local interesadas en rutas gastronómicas; y, a futuro, plataformas de [delivery](#) y marcas de alimentos o bebidas que patrocinen actividades dentro de FoodKadar.

▼ Actividades Clave

Desarrollo y mantenimiento continuo de la aplicación Android, incluyendo el motor de geolocalización y el "modo explorador"; moderación de contenido; soporte a usuarios y vendedores; campañas de marketing y alianzas para aumentar la base de puestos registrados; y negociaciones con anunciantes o socios de [delivery](#).

▼ Recursos Clave

Equipo de desarrolladores, base de datos georeferenciada de puestos y reseñas, e infraestructura en la nube para alojar servidores y servicios de mapas.

▼ Estructura de Coste

Desarrollo y mantenimiento de software; hosting y servicios de mapas; marketing y adquisición de usuarios; salarios del equipo central; soporte y moderación de contenido; y costes administrativos y legales asociados a alianzas comerciales y protección de datos.

▼ Propuesta de Valor

Para consumidores: descubrir fácilmente la comida callejera auténtica y confiable mediante un mapa vivo con reseñas, fotos y rutas temáticas;

Para vendedores: visibilidad digital gratuita que atrae nuevos clientes y ofrece herramientas de promoción;

Para anunciantes: acceso [hiperlocal](#) a un público interesado en gastronomía urbana y experiencias sociales alrededor de la comida.

▼ Relaciones con Clientes

Interacción principalmente autoservicio a través de la app, complementada por notificaciones personalizadas y gamificación; soporte in-app y en redes sociales para resolver dudas; y, para vendedores premium, atención dedicada para optimizar su presencia y analizar métricas.

▼ Canales

Google Play Store para descargas; redes sociales para atraer usuarios; colaboraciones con creadores de contenido gastronómico y medios locales; eventos de "food tours" organizados; y posible integración en apps de turismo urbano o [delivery](#) para ampliar el alcance.

▼ Segmentos de Cliente

Consumidores urbanos de 18-45 años que buscan experiencias gastronómicas auténticas y asequibles;

Vendedores informales de comida callejera interesados en visibilidad digital;

Anunciantes locales y plataformas de [delivery](#) que desean llegar a un público gastronómico específico.

▼ Fuentes de Ingreso

Publicidad in-app ([AdMob](#) y patrocinios de marcas), suscripciones [freemium](#) para vendedores que quieran destacar su puesto o acceder a estadísticas avanzadas, comisiones por pedidos gestionados a través de socios de [delivery](#), eventos gastronómicos patrocinados y, a mediano plazo, venta de datos anónimos de tendencias de consumo a instituciones de turismo o investigación de mercado.