



MEMORIA DE VIDA

PROPOSICIÓN DE VALOR

La empresa Nexus ha creado un proyecto llamado “Memoria de vida” con el fin de: ayudar a despertar memorias y emociones positivas

La necesidad o problema que se **resuelve** en este proyecto es la pérdida de conexión emocional y de recuerdos en personas con demencia. A través de cajas multisensoriales personalizadas, se ayuda a despertar memorias y emociones positivas, mejorando la comunicación y el bienestar tanto de los pacientes como de sus familias.

Lo que hace **diferente** como grupo es la personalización profunda: cada caja se crea a partir de entrevistas con familiares para reflejar la historia de vida única de la persona. No es un producto genérico, sino una experiencia multisensorial hecha a medida que combina objetos, aromas y música significativos.

Y por lo tanto, **el cliente** lo paga por esa conexión emocional única, capaz de despertar recuerdos reales y mejorar la calidad de vida del ser querido.

Estos son algunos ejemplos, de **valor cualitativo** emocional: tranquilidad, alegría o nostalgia. Relacional: mejora la comunicación con familiares. Identidad: refuerza la sensación de quién es la persona. Experiencia personalizada: demuestra cuidado y atención a su historia de vida. Él **valor cuantitativo** sería secundario, como medir frecuencia de uso o cambios en indicadores de bienestar.

La **novedad** del proyecto es la experiencia única que combina objetos, olores y música personalizados, para que la persona pueda recordar o reforzar sus recuerdos.

Las **prestaciones** que ofrece esta empresa es la posibilidad de revivir recuerdos y activar emociones positivas. Funciona también como una herramienta terapéutica

para los profesionales y finalmente como un recurso afectivo para las familias y cuidadores.

La **personalización** esta hecha a medida según la historia de cada persona. Se facilita el trabajo apoyando a cuidadores y familiares en la conexión emocional.

La **marca** se construye desde un conocimiento auténtico hacia las personas, comprende las emociones, reconoce las historias y considera las experiencias propias. Así, la marca no solo habla, sino que está cerca, une a las personas y ofrece un apoyo amplio.

El **precio** es adecuado ya que ofrece un valor emocional y ayuda terapéutica, aparte de reducir riesgos evitando provocar recuerdos negativos usando materiales seguros para la persona.

La **disponibilidad**; el proyecto es fácil de solicitar y accesible para personas, familia y centros. Puede gestionarse por teléfono o formulario *online* y adaptarse a hogares, residencias o espacios terapéuticos garantizando un acceso rápido y cómodo a la experiencia personalizada.