

Propuesta de Valor



SafeWay LIFE

Un paso por delante del peligro

Safeway Life es una aplicación móvil innovadora centrada en la prevención y protección de las personas ante catástrofes meteorológicas como la DANA, inundaciones o lluvias extremas. La aplicación permite a los usuarios introducir información clave sobre su vida diaria, como el lugar donde viven, trabajan o estudian sus hijos, con el objetivo de ofrecer alertas y recomendaciones totalmente personalizadas en tiempo real.

El problema actual es que, durante este tipo de fenómenos meteorológicos, la información que reciben los ciudadanos suele ser general y poco útil para la toma de decisiones concretas. Muchas personas no saben si su vivienda es segura, si deben desplazarse, qué rutas evitar o dónde refugiarse. Esta falta de información personalizada genera miedo, confusión y situaciones de riesgo innecesarias, especialmente para familias con niños y personas mayores.

La solución que ofrece Safeway Life consiste en proporcionar información clara, directa y adaptada a cada usuario. La aplicación indica si el lugar en el que se encuentra una persona es seguro, recomienda refugios cercanos como pabellones o centros habilitados y propone rutas más seguras para desplazarse, evitando zonas inundadas o peligrosas. Además, los usuarios pueden comprar pulseras con geolocalizador destinadas a niños de entre 5 y 14 años y a personas mayores de 83 años, que vibran automáticamente cuando se encuentran en una zona de riesgo, aumentando su seguridad y la tranquilidad de sus familias.

Lo novedoso de Safeway Life frente a otras soluciones existentes es su alto nivel de personalización, su carácter preventivo y la combinación de tecnología digital con un dispositivo físico. No solo informa sobre el clima, sino que ayuda a tomar decisiones en situaciones críticas, centrándose en la protección de las personas más vulnerables y en la tranquilidad emocional de las familias.

Los factores clave que hacen que un cliente elija Safeway Life frente a otras alternativas son la seguridad, la prevención, la confianza y la tranquilidad. Los usuarios valoran especialmente la protección de sus seres queridos, la información en tiempo real adaptada a su situación personal y la posibilidad de anticiparse al peligro antes de que ocurra. Además la personalización de poner sus datos personales para asegurarse de que cada usuario este a salvo según donde se encuentren.



Segmento del

Mercado



SafeWay LIFE

Un paso por delante del peligro

Safeway Life se dirige a diferentes segmentos del mercado, teniendo en cuenta factores como la edad, la situación familiar y el nivel de responsabilidad sobre otras personas. La aplicación puede ser utilizada por cualquier ciudadano, pero existen segmentos con una necesidad especialmente alta de este servicio.

Uno de los principales segmentos está formado por adultos de entre 30 y 60 años con responsabilidades familiares. Dentro de este grupo se encuentran padres y madres con hijos en edad escolar, que buscan seguridad, control y tranquilidad durante situaciones de emergencia. Este segmento es el cliente principal, ya que son quienes toman la decisión de compra tanto de la aplicación como de las pulseras.

Otro segmento relevante son las familias con personas mayores de más de 83 años a su cargo. En este caso, el cliente vuelve a ser el familiar responsable, mientras que el consumidor final es la persona mayor que utiliza la pulsera. Estas familias valoran especialmente la geolocalización y las alertas físicas, ya que muchas personas mayores no utilizan smartphones de forma habitual.

Los niños de entre 5 y 14 años constituyen un segmento consumidor clave, aunque no son los compradores del producto. Las pulseras están diseñadas específicamente para ellos, permitiendo a los padres conocer su ubicación y saber si se encuentran en una zona segura durante una catástrofe.

En resumen, el cliente objetivo de Safeway Life son adultos responsables de su familia que buscan protección, prevención y tranquilidad, mientras que los consumidores finales son tanto estos adultos como los niños y personas mayores que utilizan las pulseras de seguridad.



Agentes y Socios

Clave:



En la empresa Safeway existen varios agentes o socios clave que permiten que el proyecto funcione correctamente. El agente más importante son las familias, ya que son los clientes principales: compran la aplicación y las pulseras inteligentes para proteger a sus hijos de entre 5 y 14 años y a las personas mayores de 83 años en adelante, además de usar activamente el servicio y generar los ingresos necesarios para la empresa. En segundo lugar se encuentran las empresas y el Estado, son clave para el funcionamiento de Safeway. Las empresas proporcionan la tecnología necesaria, fabrican y distribuyen las pulseras inteligentes, mientras que el Estado regula la actividad de la empresa, garantiza el cumplimiento de las normas de seguridad y protección de datos y puede aportar financiación pública o subvenciones. Gracias a este agente, Safeway puede operar de forma legal, segura y sostenible, generando confianza en los usuarios. Por último los socios clave aportan a Safeway la tecnología necesaria para que el producto funcione y llegue al cliente final. Los fabricantes de las pulseras inteligentes proporcionan tecnología de geolocalización como GPS, sensores de movimiento y sistemas de vibración, además de baterías de larga duración y conectividad con la aplicación móvil. Por su parte, las empresas de distribución aportan tecnología logística, como sistemas de seguimiento de envíos, gestión de almacenes y plataformas digitales de control de stock, que permiten que las pulseras lleguen de forma rápida y segura a familias, colegios y ayuntamientos

Fuentes de

Ingresos:



Las fuentes de ingresos de la empresa Safeway se dividen en dos fases y en distintos tipos de financiación. En una primera fase inicial, la empresa necesita una inversión para poder comenzar su actividad, que se obtendrá a través de financiación pública como ENISA, el apoyo del Ayuntamiento de Valencia y la participación de inversores privados, además del capital del emprendedor, ya que se trata de un proyecto de reciente creación que requiere recursos para desarrollar la aplicación y fabricar las pulseras.

En cuanto a los ingresos principales, Safeway obtiene beneficios mediante la venta de pulseras inteligentes, que representan una parte muy importante de los ingresos, y a través de la propia aplicación, que funciona con un modelo freemium: una versión gratuita que informa de zonas inundables y una versión de pago que ofrece rutas seguras, alertas avanzadas y la posibilidad de añadir más usuarios o miembros de la familia. A parte, los usuarios pueden disponer de un pack de pago donde los clientes pueden tener más de una cuenta para poner más de una localización personalizada, donde aparecen las rutas alternativas a las que están en peligro de inundación.

Los pagos se realizan directamente desde la aplicación utilizando métodos digitales como PayPal, lo que facilita el acceso a los clientes. En una segunda fase, cuando la empresa ya esté consolidada, se incorporarán ingresos adicionales mediante anuncios dentro de la app, siempre relacionados con la seguridad y los servicios útiles, para no afectar negativamente a la experiencia del usuario. En el segundo año, cuando Safeway sea más conocido, en la cuenta gratuita los usuarios tendrán anuncios, por lo tanto la empresa obtendrá beneficios por parte de las empresas promocionadas en los anuncios, esto dará a los usuarios la necesidad de pagar el premium.



Canales de distribución

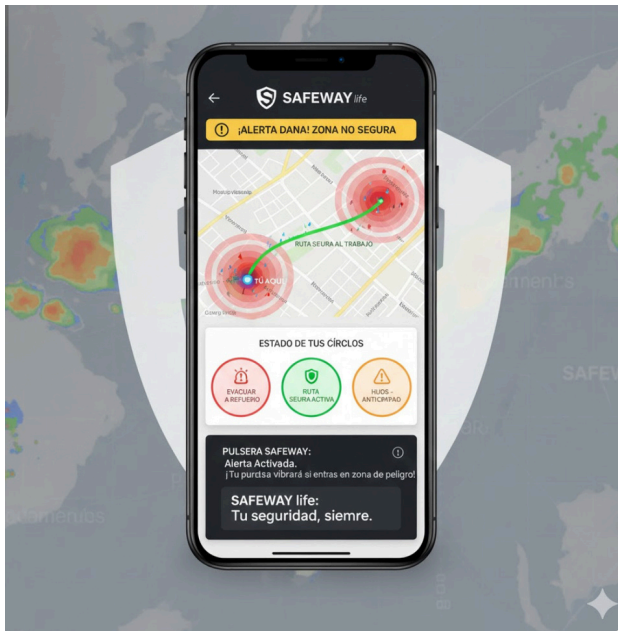


Canales de distribución:

Safeway distribuye su servicio principalmente a través de canales digitales, siendo la aplicación móvil el eje central, disponible para su descarga en App Store y Google Play, lo que permite un acceso inmediato al servicio en cualquier momento. La pulsera con geolocalizador se comercializa mediante la venta online a través de la web y la propia app, con envío directo al domicilio. Además, se establecen acuerdos con centros educativos, residencias de mayores y administraciones públicas, que actúan como canales institucionales para acercar el producto a colectivos vulnerables y facilitar su implantación en zonas con alto riesgo meteorológico.

Canales de comunicación:

Safeway se comunica con sus usuarios principalmente a través de redes sociales y la propia aplicación, utilizando mensajes claros y accesibles que transmiten seguridad y confianza. Las redes sociales permiten dar a conocer el servicio, concienciar sobre la prevención ante catástrofes meteorológicas y reforzar la imagen de la marca, por ello tendremos una cuenta en tiktok y otra en instagram. La aplicación actúa como canal directo de comunicación mediante alertas en tiempo real, notificaciones personalizadas y avisos de seguridad, asegurando una información rápida y efectiva en situaciones de emergencia.



Relación con los clientes



Nuestra relación con los clientes se basa en ofrecer seguridad integral y constante para todo su círculo familiar, desde los niños hasta las personas mayores. La aplicación y las pulseras geolocalizadoras proporcionan rutas fiables, alertas en tiempo real ante catástrofes meteorológicas y notificaciones inmediatas si algún miembro del grupo se encuentra en una zona de riesgo. Esta atención constante genera fidelidad, ya que los usuarios confían en que siempre tendrán información precisa y apoyo cuando lo necesiten. Además, contamos con un servicio de atención al cliente asistido por IA, y en caso de que no se resuelva un problema, un operador humano se encargará personalmente de ayudar, garantizando tranquilidad y reforzando la confianza del usuario en nuestro sistema. La combinación de seguridad y soporte continuo asegura que nuestros clientes permanezcan conectados y protegidos, consolidando su fidelidad hacia nuestra empresa.

Nuestro modelo de negocio combina un servicio freemium con suscripción premium y venta de pulseras geolocalizadoras. El servicio básico, gratuito, permite a los usuarios acceder al mapa de zonas de riesgo y registrar un único usuario, mostrando el valor de la seguridad sin compromiso económico. El servicio premium, mediante suscripción, ofrece funcionalidades avanzadas como registrar hogar, trabajo y escuela, personalizar la pulsera, crear un círculo de usuarios para proteger a familiares y personas mayores, y recibir rutas optimizadas y alertas en tiempo real ante catástrofes. La venta de pulseras complementa los ingresos y refuerza la protección integral. Este enfoque permite generar ingresos recurrentes mientras fomenta la fidelidad de los usuarios, que confían en nuestra plataforma para mantener seguros a sus seres queridos.

Recursos clave



El activo principal de la empresa es el producto, considerado un recurso físico, que abarca una aplicación móvil y un dispositivo de pulsera inteligente con función de geolocalización. La aplicación permite a los usuarios registrar sus ubicaciones habituales y recibir notificaciones meteorológicas en tiempo real, información sobre zonas seguras y rutas más seguras durante catástrofes como la DANA. La pulsera, dirigida a niños y a personas mayores de , produce vibraciones si el usuario se encuentra en una zona de riesgo y permite a los familiares localizar su posición. Este activo específico es crucial, ya que materializa la propuesta de valor enfocada en la prevención, la protección y la paz familiar

La logística y la infraestructura constituyen un recurso físico esencial para la empresa. A pesar de que la fabricación de las pulseras no se lleva a cabo internamente, la empresa debe rentar un espacio físico en este caso un local en Valencia para almacenar el inventario de pulseras, preparar pedidos y gestionar la distribución a los clientes : <https://www.idealista.com/inmueble/104313747/customZone=1#searchHL>. Este lugar facilita conservar el producto en circunstancias seguras y reguladas, gestionar los envíos y garantizar una reacción veloz ante un aumento de la demanda en casos de emergencias climáticas. Asimismo, la compañía dispone de la infraestructura tecnológica indispensable para administrar pedidos, inventario y el adecuado funcionamiento de la aplicación. Este elemento es fundamental para asegurar la accesibilidad del producto y la efectividad del servicio.

Los recursos humanos constituyen un recurso tangible fundamental para el desempeño de la empresa. Habrá un programador responsable del desarrollo y mantenimiento de la aplicación, un diseñador de la app que se encargará de crear una interfaz clara y accesible, y un director comercial que se ocupará de las ventas y alianzas estratégicas. Asimismo, habrá personal de marketing y redes sociales para promover el servicio y de servicios legales para asegurar el cumplimiento de la legislación. Estos recursos garantizan la calidad del producto y el desarrollo del proyecto.

Costes:



Para la estimación de nuestros costes, se ha considerado el uso de una oficina con espacio de almacenamiento destinado a la gestión y conservación de los productos de la empresa, con un almacén para guardar nuestros suministros de pulseras. Asimismo, se contará con una empresa de distribución externa que garantice la correcta entrega de las pulseras, permitiendo que estas lleguen directamente desde la fábrica o el almacén hasta el domicilio del cliente, asegurando así un alto nivel de satisfacción. Además, la empresa dispondrá de un equipo de marketing encargado de promocionar la aplicación y aumentar las ventas mediante estrategias de visibilidad y posicionamiento de marca, y así hacernos llegar a conocer por nuevos clientes. Por último, se ofrecerá un servicio de atención al cliente para la resolución de incidencias, tanto en el funcionamiento de la aplicación como en posibles problemas técnicos, con el objetivo de garantizar una experiencia de usuario fiable y de calidad. Utilizaremos un programador para hacer el prototipo de la aplicación y asegurarse de que todo funcione correctamente antes de publicarlo al mercado.

El modelo de negocio de Safeway Life se basa en una combinación de servicio freemium, suscripción premium y venta de pulseras geolocalizadoras. Por su parte, el servicio premium, mediante una suscripción mensual de 10 euros, ofrece funciones avanzadas como el registro de varias ubicaciones (hogar, trabajo y colegio), la creación de un círculo de seguridad para familiares, la personalización de pulseras para niños y personas mayores, y el acceso a rutas seguras y alertas en tiempo real ante catástrofes meteorológicas. La venta de pulseras geolocalizadoras por 25 \$, dirigidas a niños de entre 5 y 14 años y a personas mayores de 83 años, complementa los ingresos y refuerza la propuesta de valor centrada en la seguridad y la tranquilidad familiar.

ESTIMACIÓN DE VENTAS:

Valencia cuenta con aproximadamente 840.000 habitantes, de los cuales una gran mayoría dispone de teléfono móvil y utiliza aplicaciones de forma habitual. Teniendo en cuenta que Safeway Life es una aplicación de utilidad pública relacionada con la seguridad, se estima que durante el primer año entre un 10 % y un 15 % de la población podría descargar la aplicación, lo más probable es que estos usuarios utilicen la aplicación del tiempo, lo que supondría aproximadamente entre 85.000 y 125.000 usuarios. De este total, es razonable prever que alrededor de un 8 % a 12 % opte por la suscripción premium, lo que equivaldría a entre 7.000 y 15.000 usuarios premium en Valencia. Esta conversión se justifica especialmente entre familias con hijos y personas mayores a su cargo, que son quienes perciben mayor valor en las funcionalidades avanzadas. En cuanto a la venta de pulseras, considerando que no todos los usuarios

tienen necesidad de adquirirlas, se estima que entre un 20 % y 30 % de los usuarios premium compren al menos una pulsera. Esto supondría una venta aproximada de entre 1.500 y 4.500 pulseras durante el primer año en la ciudad de Valencia, principalmente destinadas a niños y personas mayores. Por lo tanto, los ingresos por suscripciones premium durante el primer año se situarían entre 840.000 € y 1.800.000 €, dependiendo del nivel de adopción. Los ingresos por la venta de pulseras durante el primer año se estiman entre 37.500 € y 112.500 €.

-PRIMER AÑO: de actividad estará centrado principalmente en la implantación del producto, la captación de usuarios y la consolidación de la marca, siendo consciente de que es un periodo en el que resulta complicado obtener beneficios. Con un coste total estimado de 488.312,25 €, los esfuerzos se destinarán al desarrollo tecnológico, la estabilidad de la aplicación, la fabricación de pulseras y la creación de confianza entre los usuarios. Durante esta fase, la prioridad no será maximizar el beneficio, sino lograr una base sólida de usuarios, recopilar datos reales de uso y mejorar el servicio a partir de la experiencia de los clientes.

-SEGUNDO AÑO:, una vez validado el modelo de negocio y con una base de usuarios establecida, la empresa se enfocará en el crecimiento y la expansión. Se intensificarán las campañas de marketing digital, incluyendo colaboraciones con influencers, creadores de contenido y campañas en redes sociales como TikTok e Instagram, con el objetivo de aumentar la visibilidad de la aplicación. Además, se iniciará la expansión a otras comunidades autónomas con alto riesgo de fenómenos meteorológicos extremos, adaptando el servicio a cada territorio. En esta etapa, el aumento de suscriptores premium y la venta recurrente de pulseras permitirán avanzar hacia la rentabilidad y consolidar Safeway Life como una referencia en prevención y seguridad ante catástrofes.

AQUÍ ESTA NUESTRO LINK AL EXCEL DONDE SALEN NUESTROS COSTES TOTALES:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1s9TdLQbs1Rx_gAh_ysDZktMHu6AEOpAI/edit?gid=1509688525#gid=1509688525

Actividades clave



Para poder ofrecer una propuesta de valor basada en la seguridad, la prevención y la tranquilidad de las familias ante catástrofes meteorológicas, la empresa debe llevar a cabo una serie de actividades y procesos clave que aseguren el correcto funcionamiento del servicio y su utilidad real para los usuarios.

En primer lugar, la actividad más importante es el desarrollo, mantenimiento y actualización continua de la aplicación móvil. Este proceso incluye la programación de la app, la integración de información meteorológica y de emergencias en tiempo real, la actualización constante de mapas de riesgo y zonas seguras, y el cálculo de rutas más seguras según la situación meteorológica. Sin esta actividad, la propuesta de valor no existiría, ya que la aplicación es el eje central que permite informar, alertar y guiar a los usuarios en situaciones de peligro.

En segundo lugar, se encuentra la producción y gestión de las pulseras inteligentes con geolocalización, dirigidas a niños y a personas mayores de . Este proceso abarca la fabricación del dispositivo, su configuración técnica, la vinculación con la aplicación de los familiares y el control de su correcto funcionamiento. Las pulseras refuerzan la propuesta de valor al proteger a los colectivos más vulnerables, aportando tranquilidad a padres y cuidadores al permitir localizar a sus familiares y alertarles cuando se encuentran en una zona no segura.

En tercer lugar, se sitúan las actividades de comunicación y concienciación (marketing), necesarias para dar a conocer el producto y explicar su utilidad preventiva. Estas acciones incluyen campañas en redes sociales, colaboraciones con colegios, asociaciones de mayores y administraciones públicas, y acciones informativas que generen confianza en el servicio. Aunque no afectan directamente al funcionamiento técnico del producto, son esenciales para que los clientes conozcan la solución y decidan adoptarla.

Por último, la atención y soporte al cliente completa las actividades clave. Este proceso permite resolver incidencias, ayudar en la configuración de la app y las pulseras, y ofrecer asistencia rápida, especialmente en situaciones de emergencia. Una buena atención al cliente contribuye a la fidelización y a una percepción positiva de la empresa.