

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