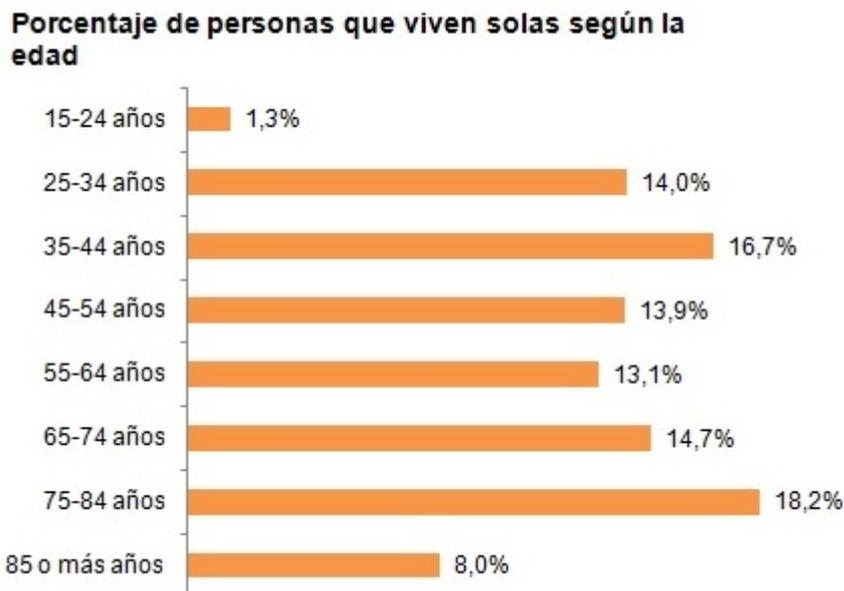


## SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

El cliente potencial al que se dirige “*Ilife*” son las personas mayores de 60 años, que viven solas y que padecen enfermedades de tipo cardiaco. Ya que el producto está dirigido a monitorear los datos más importantes respecto a la salud y sobre todo a problemas cardiacos, cuando la pulsera detecte un incidente mandará un aviso a emergencias, para que se socorra al paciente.

La razón por la que nos enfocamos en este segmento de la población es debido a que es un sector cada vez más creciente en España.

Según el Instituto Nacional de Estadística en España hay 4,4 millones de hogares unipersonales. Los cuales más del 40,9% de los hogares de una sola persona corresponde a personas de 65 o más años (es decir nuestro público objetivo), como se puede ver en el siguiente gráfico



Además, cada persona tiene alrededor de unos 6 infartos a lo largo de toda su vida, en España hay una media de 70.000 infartos al cabo del año y una vez alcanzada la edad citada las personas son más propensas a padecerlo.

En España hay una población de 47.519.627 personas. El 19,3% tiene más de 60 años, es decir, es más propensa a tener un infarto. La cantidad de personas mayores que viven solas es de 4.250.000, por tanto, el número de personas que puede sufrir un infarto en casa mientras están solas es bastante elevado. Con “*Ilife*” se busca reducir las posibilidades de muerte por infarto.

Esta pulsera ayuda a este sector tan desfavorecido de la población (tanto a ellos como a sus familias) a estar seguros y tranquilos en caso de padecer alguna enfermedad cardiaca y estar viviendo solos, debido a el control sanitario que esta ejercerá en ellos.

Respecto a los conocimientos o posible formación de los consumidores, no necesitan tener un conocimiento de funcionamiento acerca de la pulsera debido a que solo se la tienen que poner en su muñeca, conectarla al *Bluetooth* de su teléfono móvil y, dejar que esta haga su trabajo.

A continuación, se adjuntan unas gráficas con los datos de estos últimos años con respecto a los infartos. La primera hace referencia a los infartos totales por año y, la segunda a los infartos dependiendo del sexo.

Como se puede ver en el siguiente gráfico el número de muertes por infarto ha descendido, y con el producto se espera que estas cifras se sigan reduciendo porque está enfocado a poder intervenir antes. Además, también es un producto enfocado a ayudarte a llevar hábitos más saludables, lo que también ayuda a la salud cardiovascular.

