SOCIOS CLAVE

			•				
<u>1.</u>	Prov	veedores	de	Ted	cnología	У	Componentes
ted bar cor pro mo dis	enología y co terías y otros mponentes s oveedor que onitoreo de c	mponentes. component on fundame ofrezca sens oxígeno en emás, esta	Esto inclues electrónentales parasores de fres sangre publication	ye fabrica icos esend a el rendi ecuencia d ede mard	intes de se ciales. La d miento de cardíaca de car la difer	ensores biomé calidad y la inno l smartwatch. e alta precisión rencia en la f	el proveedor de tricos, pantallas, ovación de estos Por ejemplo, un o tecnología de uncionalidad del reedores puede
у	la posibil	idad de	acceder	a las	últimas	innovaciones	s tecnológicas.
	2.	Desarrolla	dores	de	Softwa	re y	Aplicaciones
de: atr sm act de: qu ex	sarrolladores activa. Esto nartwatch, sin tividad física sarrolladores e son especia	de softwar incluye la no que tam a y persoi pueden ayi almente imp	e es crucia creación d bién ofrez nalización udar a impl ortantes en e resultar e	al para ci de aplicad can análi de la e lementar d el ámbito	ear una e ciones que sis de dat experiencia característi de la salu	xperiencia de no solo se tos de salud, del usuario cas de segurio d. Una buena d	o, asociarse con usuario fluida y integren con el seguimiento de o. Además, los dad y privacidad, colaboración con a funcional, sino usar.
	<u>3. lı</u>	nstituciones	de	Salud	У	Profesional	es Médicos
efe pro pro sol ay	ectividad del oporcionar da oducto. Adem bre las carac	smartwatch atos clínicos ás, los profe terísticas qu r el producto	en el mo s y estudio esionales due los pacio o, sino que	onitoreo dos que re e la salud entes rea	le la salucespalden la pueden of mente nec	d. Estas asoci as afirmacione frecer retroalim esitan y desea	al para validar la iaciones pueden es de salud del nentación valiosa an. Esto no solo omercialización y
4.	C	ompañías	de	,	Seguros	de	Salud

Las compañías de seguros de salud pueden ser socios estratégicos para una empresa de smartwatch dedicada a la salud. Al colaborar con estas entidades, se pueden ofrecer incentivos a los usuarios para que utilicen el dispositivo, como descuentos en primas de seguros o recompensas por mantener un estilo de vida saludable. Además, los datos recopilados por el smartwatch pueden ser valiosos para las aseguradoras, ya que les permiten evaluar el riesgo y personalizar las pólizas. Esta relación puede fomentar una mayor adopción del producto y, al mismo tiempo, beneficiar a las aseguradoras al

bienestar

entre

sus

asegurados.

el

У

promover

la

prevención

- 5. Plataformas de Salud Digital y Telemedicina Las plataformas de salud digital y telemedicina son socios clave que pueden complementar la oferta de un smartwatch. Al integrar el dispositivo con estas plataformas, los usuarios pueden acceder a consultas médicas virtuales, recibir asesoramiento personalizado y compartir datos de salud en tiempo real con sus médicos. Esta integración no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también posiciona al smartwatch como una herramienta integral en la gestión de la salud. Además, las plataformas de salud digital pueden ayudar a la empresa a llegar a un público más amplio y a establecer credibilidad en el sector.
- 6. Universidades e Instituciones de Investigación Colaborar con universidades e instituciones de investigación puede ser beneficioso para el desarrollo de tecnología innovadora y la validación científica del producto. Estas asociaciones pueden facilitar el acceso a estudios clínicos, ensayos y pruebas de usuario que respalden la eficacia del smartwatch en el monitoreo de la salud. Además, trabajar con investigadores puede abrir oportunidades para el desarrollo de nuevas características y funcionalidades basadas en las últimas tendencias y descubrimientos en el campo de la salud y la
- 7. Empresas de Marketing y Publicidad El marketing es esencial para el éxito de cualquier producto, y asociarse con empresas de marketing y publicidad puede ayudar a una empresa de smartwatch a posicionar su producto en el mercado de manera efectiva. Estas agencias pueden ayudar a desarrollar campañas que resalten las características únicas del smartwatch, así como su impacto positivo en la salud. Además, pueden ayudar a identificar y segmentar el público objetivo, lo que es crucial para maximizar el alcance y la efectividad de las estrategias de marketing.

En nuestro caso, hemos optado a asociarnos con la marca de ropa y accesorios deportivos "ADIDAS" debido a su gran éxito como marca deportiva junto a su mayor rival "NIKE", quien cuenta ya con un smartwatch en colaboración con la marca de dispositivos móviles Apple. Teniendo esto en cuenta, hemos visto una oportunidad de hacer competencia a este reloj mediante la colaboración con la rivalidad de NIKE, haciendo competencia en aspectos de precio, diseño, software, entre otros aspectos.