

## **SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

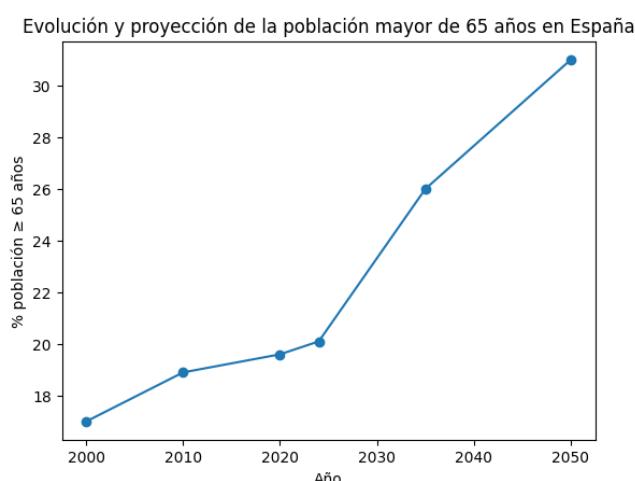
El proyecto se basa en el diseño y comercialización de una línea de productos de apoyo inteligentes, formada por un bastón y un andador equipados con sensores y conectados a una aplicación móvil. Estos productos están orientados a mejorar la seguridad, prevenir accidentes y aumentar la autonomía de personas con movilidad o visibilidad reducida. Dada la naturaleza asistencial y tecnológica del producto, la segmentación de mercado se ha realizado teniendo en cuenta diversos criterios que permiten identificar de forma precisa al cliente objetivo y justificar la viabilidad del proyecto.

### **1. Segmentación demográfica**

Desde el punto de vista demográfico, el proyecto se dirige principalmente a personas mayores de 65 años, ya que este colectivo presenta una mayor probabilidad de sufrir problemas de movilidad, equilibrio o visión. A medida que aumenta la edad, también lo hace el riesgo de caídas y accidentes en la vía pública, lo que convierte a este grupo en el principal beneficiario del producto.

Además, el mercado incluye a personas con discapacidad visual parcial o dificultades de movilidad, independientemente de su edad, que necesitan el uso de un bastón o un andador para desplazarse de forma segura. Este segmento amplía el mercado potencial y refuerza el carácter inclusivo del proyecto.

Es importante destacar que, aunque el usuario final es la persona mayor o con discapacidad, en muchos casos el decisor de compra no es el propio usuario, sino sus familiares o cuidadores, especialmente hijos o responsables directos. Estos valoran especialmente la seguridad, la prevención y la posibilidad de seguimiento mediante la aplicación móvil, lo que influye directamente en la decisión de adquisición del producto.



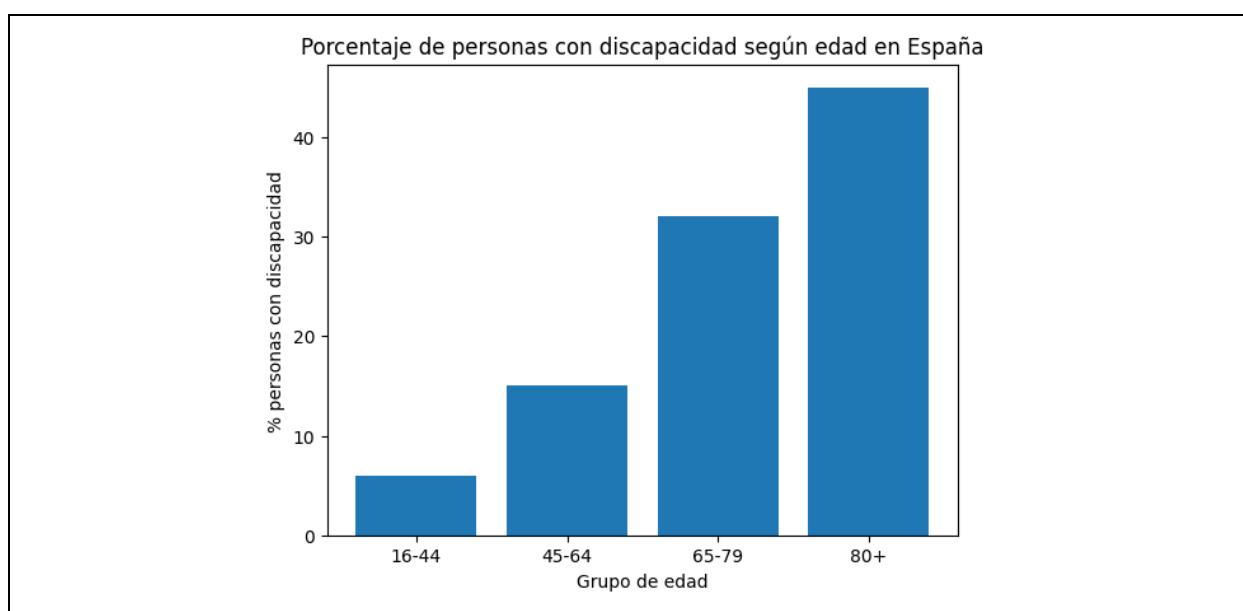
La gráfica muestra la evolución y proyección del porcentaje de población mayor de 65 años en España, evidenciando una tendencia claramente ascendente. Este

envejecimiento progresivo de la población justifica la necesidad de desarrollar soluciones innovadoras orientadas a mejorar la movilidad, la seguridad y la autonomía de las personas mayores.

## **2. Segmentación geográfica**

En cuanto a la segmentación geográfica, el producto se orienta principalmente a entornos urbanos y semiurbanos, donde los desplazamientos diarios implican mayores riesgos. Elementos como bordillos, escaleras, pasos de peatones, tráfico o aglomeraciones suponen obstáculos frecuentes para personas con movilidad o visibilidad reducida.

Inicialmente, el mercado objetivo se sitúa a nivel nacional, donde el envejecimiento progresivo de la población genera una demanda creciente de soluciones asistenciales innovadoras. No obstante, el carácter tecnológico y escalable del producto permite su futura expansión a otros países con características demográficas similares, lo que refuerza el potencial de crecimiento del proyecto.



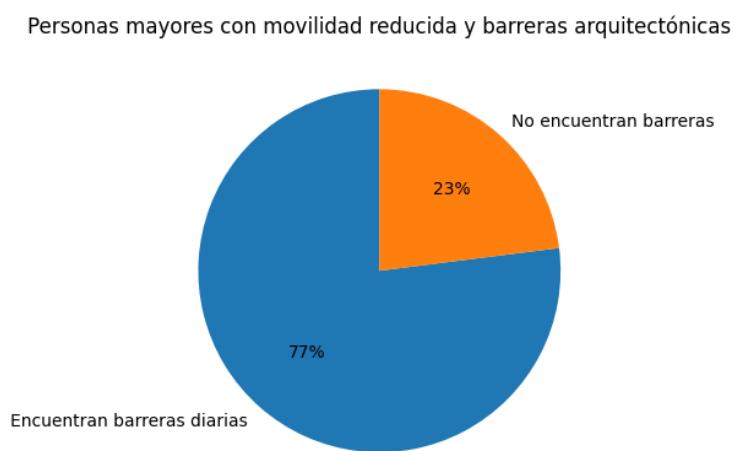
La gráfica muestra cómo el porcentaje de personas con discapacidad aumenta significativamente con la edad, lo que refuerza la necesidad de productos de apoyo adaptados a personas mayores.

### **3. Segmentación psicográfica**

Desde un enfoque psicográfico, el proyecto se dirige a personas que valoran la independencia personal y desean mantener su autonomía el mayor tiempo posible, evitando una dependencia total de terceros. Este aspecto es especialmente relevante en personas mayores que viven solas o realizan desplazamientos habituales de manera independiente.

Asimismo, el producto se orienta a familias que buscan tranquilidad y seguridad, y que están dispuestas a incorporar tecnología si esta es accesible, sencilla y no invasiva. El bastón y el andador inteligente no sustituyen al usuario ni lo limitan, sino que actúan como un apoyo discreto, lo que favorece su aceptación.

El proyecto combina un enfoque social y asistencial con innovación tecnológica, lo que lo hace atractivo para un perfil de consumidor que prioriza la funcionalidad y la confianza por encima de la complejidad tecnológica.



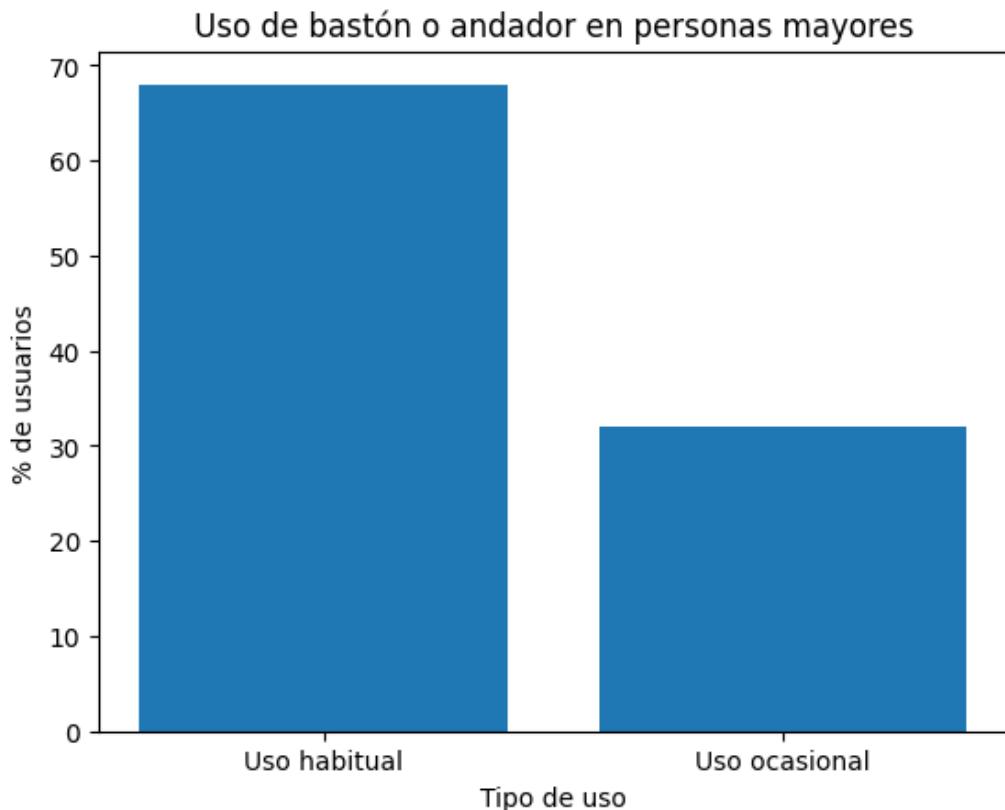
Una elevada proporción de personas mayores con movilidad reducida se enfrenta diariamente a barreras arquitectónicas, lo que incrementa el riesgo de caídas y accidentes.

### **4. Segmentación conductual**

Atendiendo al comportamiento del consumidor, el producto se dirige a usuarios que emplean bastón o andador de forma habitual o continua, integrándolo en su rutina diaria. Estos usuarios perciben claramente el valor añadido de un producto que no solo ayuda a caminar, sino que anticipa riesgos y previene accidentes.

El comportamiento de compra está fuertemente influenciado por la percepción de seguridad, especialmente por parte de los familiares, que buscan reducir el riesgo de caídas y la preocupación constante por el bienestar del usuario. En este sentido, los clientes están dispuestos a pagar un precio superior respecto a productos tradicionales a cambio de un mayor nivel de protección y seguimiento.

Además, el uso de la aplicación móvil fomenta una relación continuada con el cliente, ya que permite actualizaciones, notificaciones y servicios adicionales, lo que refuerza la fidelización y el valor percibido del producto.



El uso habitual de bastón o andador evidencia que estos productos forman parte del día a día de muchas personas mayores, lo que abre la puerta a soluciones tecnológicas que aporten mayor seguridad.

(Gráficas de elaboración propia a partir de datos del INE y estudios sobre movilidad y discapacidad)

Mercado objetivo:

El mercado objetivo principal está compuesto por personas mayores o con movilidad o visibilidad reducida que viven de forma independiente, así como por sus familiares, que buscan soluciones eficaces para mejorar la seguridad y la calidad de vida. El

bastón y el andador inteligente se posicionan como productos de apoyo avanzados que combinan prevención, asistencia y tecnología accesible, diferenciándose claramente de las soluciones tradicionales del mercado.

### **SOCIEDADES CLAVE**

En primer lugar, los proveedores tecnológicos y de componentes electrónicos constituyen una de las sociedades clave más relevantes del proyecto. Estos socios suministran los sensores de proximidad, sistemas de vibración, módulos de conectividad y demás componentes necesarios para el correcto funcionamiento del bastón y el andador inteligente. La calidad y fiabilidad de estos proveedores es especialmente importante, ya que el producto está relacionado directamente con la