22/01/2025

Jorge Garza Rosales

Pablo Yahir Sánchez Valenzuela

Haziel Alejandro Ramos Cardona

IDGS 10 ° A  
Actividad 3

integradora ii

Propuesta de Negocio

1. **Escenario:**

Muchas personas tienen dificultades para organizar su dinero. No siempre saben en qué gastan, cuánto ahorran o si están cerca de exceder su presupuesto. Esto puede causar estrés y hacer que sea más complicado alcanzar metas financieras, como ahorrar para un viaje o pagar deudas. Aunque existen herramientas como libretas o notas en el celular, estas suelen ser incómodas, poco seguras y no ofrecen una forma clara y visual de entender cómo se manejan los ingresos y gastos.

1. **Necesidad detectada:**

Muchas personas enfrentan dificultades para organizar su dinero de manera efectiva, lo que genera estrés y dificulta el logro de metas financieras. Las herramientas tradicionales, como libretas o notas en el celular, son incómodas, inseguras y no permiten una comprensión clara de los ingresos y gastos.}

1. **Justificación:**

Muchas personas tienen dificultades para organizar su dinero, lo que genera estrés y limita su capacidad para alcanzar metas financieras importantes como ahorrar, evitar deudas o planificar proyectos personales. Actualmente, muchas recurren a métodos tradicionales, como libretas o notas en el celular, que son incómodos, poco seguros y no ofrecen una visión clara de su situación económica.

Resolver este problema es crucial, ya que una gestión financiera ineficiente afecta directamente la calidad de vida, genera ansiedad y dificulta la toma de decisiones informadas sobre el dinero. Además, la falta de una herramienta práctica y accesible impide que las personas adopten hábitos financieros saludables.

Proponemos el desarrollo de una aplicación móvil diseñada para simplificar la administración de ingresos y gastos. Esta herramienta permitirá registrar movimientos financieros de manera sencilla, identificar patrones de consumo a través de gráficos visuales, establecer metas de ahorro personalizadas y recibir recordatorios para una gestión más disciplinada. También garantizará la seguridad de la información mediante copias de seguridad, ofreciendo confianza y tranquilidad al usuario.

Esta solución busca no solo facilitar la organización financiera, sino también empoderar a los usuarios para tomar decisiones económicas conscientes, reducir el estrés asociado a la gestión del dinero y alcanzar sus objetivos financieros de forma efectiva y sostenible.

1. **Target:**

1. Estudio de mercado

Clientes potenciales

* Edad: 18-45 años, principalmente personas jóvenes y adultas que usan tecnología.

Perfil demográfico:

* Estudiantes universitarios.
* Profesionales independientes o empleados con ingresos regulares.
* Familias jóvenes que buscan organizar su presupuesto.
* Regiones: Urbanas y semiurbanas con alta penetración de smartphones.
* Intereses: Tecnología, finanzas personales, ahorro, y bienestar económico.
* Segmento de clientes
* Personas que desean mejorar su control financiero.
* Usuarios frustrados con métodos tradicionales (libretas, hojas de cálculo, notas en el celular).
* Aquellos con ingresos medios que buscan herramientas accesibles y económicas.
* Personas que prefieren aplicaciones fáciles de usar con funciones intuitivas.

2. Necesidades que resuelve el producto

* Control financiero: Registrar ingresos y gastos de manera sencilla.
* Claridad visual: Ofrecer gráficos que muestren patrones de consumo.
* Planeación: Establecer metas de ahorro claras y alcanzables.
* Seguridad: Mantener la información financiera protegida con copias de seguridad.
* Motivación: Recordatorios y notificaciones que fomenten hábitos saludables de gasto.

3. Preferencias para recibir el producto

* Plataforma digital: Aplicación móvil descargable desde tiendas como Google Play o App Store.
* Freemium: Modelo básico gratuito con opción de funciones premium por suscripción.
* Interfaz amigable: Diseñada para ser intuitiva, accesible y personalizable según las necesidades del usuario.

4. Canales adecuados para el segmento

* Publicidad digital: Redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook) y Google Ads.
* Marketplaces de apps: Optimización en App Store y Google Play (ASO).
* Contenido educativo: Blog, videos en YouTube, o TikToks con tips de finanzas personales.
* Colaboraciones: Influencers especializados en finanzas o minimalismo.
* Marketing de referencia: Programas de recompensas por referir amigos.

5. Proceso de toma de decisiones de los clientes

* Etapa 1: Reconocimiento del problema
* El usuario percibe dificultades para controlar sus gastos o alcanzar sus metas financieras.
* Etapa 2: Investigación
* Busca soluciones en línea, lee reseñas de apps o consulta recomendaciones de amigos/influencers.
* Etapa 3: Evaluación de alternativas
* Compara opciones según funcionalidad, diseño, facilidad de uso y costo.
* Etapa 4: Prueba del producto
* Descarga y usa la versión gratuita para evaluar si satisface sus necesidades.
* Etapa 5: Decisión final

Adquiere una suscripción premium si considera que el valor agregado justifica el costo.

**Reflexión**

La propuesta de una aplicación móvil para la gestión financiera responde a una necesidad creciente en nuestra sociedad: el manejo eficiente del dinero. La falta de herramientas accesibles, seguras y visualmente claras para registrar ingresos y gastos ha creado un vacío que esta solución busca llenar. Muchas personas, especialmente jóvenes y adultos con acceso a tecnología, enfrentan el desafío de organizar sus finanzas personales de manera efectiva. Esto no solo afecta su calidad de vida al generar estrés, sino que también limita su capacidad para alcanzar metas importantes, como ahorrar o evitar deudas.

El enfoque planteado integra funcionalidades clave, como gráficos visuales, metas de ahorro personalizadas y recordatorios que fomentan hábitos financieros saludables. Además, su modelo freemium hace que sea accesible para una amplia gama de usuarios, permitiendo que experimenten el producto antes de comprometerse con suscripciones premium.

Por otra parte, el análisis de mercado y los canales de promoción seleccionados demuestran un entendimiento claro de los clientes potenciales y sus comportamientos. Estrategias como la publicidad en redes sociales, contenido educativo y colaboraciones con influencers especializados subrayan la importancia de conectarse con el público desde un enfoque práctico y educativo.

En suma, esta propuesta no solo busca resolver un problema técnico, sino también empoderar a las personas para tomar decisiones económicas más conscientes. De esta manera, se fomenta un cambio cultural hacia una relación más saludable y sostenible con el dinero.