



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

ICADE

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DEL DISEÑO Y
PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO
DE BUDGET MASTER: UNA APLICACIÓN DE
ASESORAMIENTO FINANCIERO.**

Autor: María García Gibert

Director: María Luisa Hernández Olalla

MADRID | Junio 2024

RESUMEN

Este Trabajo de Fin de Grado titulado "Investigación de Mercados del Diseño y Plan de Marketing para el Lanzamiento de Budget Master: Una Aplicación de Asesoramiento Financiero" pretende contribuir a la creación de una nueva empresa desde la perspectiva del marketing. El estudio se enfoca principalmente en la investigación de mercados para el diseño de la app de Budget Master, una aplicación financiera diseñada para mejorar la educación y gestión financiera entre los jóvenes.

La metodología de la investigación combina enfoques cualitativos y cuantitativos, utilizando herramientas como *focus groups* y encuestas para conocer los gustos y preferencias de los jóvenes. Esto nos permite identificar las expectativas y necesidades en cuanto a diseño, color, funcionalidades y usabilidad de la app.

En cuanto a las estrategias de marketing, se ha diseñado un plan de lanzamiento por fases adaptado a nuestra realidad de recursos financieros limitados, enfocándose en estrategias de bajo coste, pero de alto impacto, como el uso de redes sociales, colaboración con instituciones educativas y la creación de una comunidad en línea.

Este proyecto no solo nos permite desarrollar una herramienta útil para los jóvenes, sino que también destaca la importancia de la educación financiera y la colaboración en la era digital. Gracias a esta investigación, Budget Master se presenta como una solución innovadora y accesible, diseñada para ayudar a los jóvenes a gestionar sus finanzas de manera más efectiva y consciente.

Palabras clave: Investigación de mercados, Diseño, *Focus Groups*, App/Aplicación, Fases, Jóvenes, Plan de Marketing, Startup.

ABSTRACT

This Final Degree Project, titled "Market Research on Design and Marketing Plan for the Launch of Budget Master: A Financial Advisory Application," aims to contribute to the creation of a new company from a marketing perspective. The study primarily focuses on market research for the design of the Budget Master app, a financial application designed to improve financial education and management among young people.

The research methodology combines qualitative and quantitative approaches, using tools such as *focus groups* and surveys to understand the tastes and preferences of young people. This allows us to identify the expectations and needs regarding the app's design, color, functionalities, and usability.

As for marketing strategies, we have designed a phased launch plan adapted to our reality of limited financial resources, focusing on low-cost but high-impact strategies, such as the use of social media, collaboration with educational institutions, and the creation of an online community.

This project not only allows us to develop a useful tool for young people but also highlights the importance of financial education and collaboration in the digital age. Thanks to this research, Budget Master is presented as an innovative and accessible solution designed to help young people manage their finances more effectively and conscientiously.

Key words: *Market Research, Design, Focus Groups, App/Application, Phases, Youth/Young people, Marketing Plan, Startup.*

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Metodología.....	2
1.2. Objetivos y visión general	2
1.3. Público Objetivo	3
2. BUSINESS MODEL CANVA	3
3. PROPUESTA DE VALOR	5
4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	6
5. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DEL DISEÑO DE BUDGET MASTER	10
5.1. Informe cualitativo	10
5.1.1. Objetivos <i>Focus Group</i>	10
5.1.2. Perfil de los informantes	11
5.1.3. Línea de puntos	12
5.1.4. Informe de resultado de los <i>focus groups</i>	16
5.1.5. <i>Insights</i> y Recomendaciones	19
5.2. Informe cuantitativo	22
5.2.1. Objetivos de la investigación cuantitativa.....	22
5.2.2. Ficha Técnica: Universo, Muestra y Técnica.....	23
5.2.3. Cuestionario	23
5.2.4. Informe de resultados	29
5.2.5. <i>Insights</i> y Recomendaciones	31
6. DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING DE BUDGET MASTER	35
6.1. Fundamentos del Lanzamiento por Fases.....	35
6.2. Estrategias de Marketing por Fases	36
6.2.1. Estrategias de marketing sin recursos financieros.....	36
6.2.2. Estrategias de marketing con recursos financieros.....	38
6.3. Implementación del Plan por Fases	40
7. CONCLUSIONES	45
8. BIBLIOGRAFÍA	46
9. DECLARACIÓN DE USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN TRABAJOS FIN DE GRADO	49
10. ANEXOS	50

ÍNDICE DE TABLAS E ILUSTRACIONES

Tabla 1: Comparativa de características de aplicaciones de gestión financiera.....	7
Tabla 2: Comparativa de funcionalidades, diseño y estética de aplicaciones de gestión financiera.....	8
Tabla 3: Participantes del primer <i>focus group</i>	11
Tabla 4: Participantes del segundo <i>focus group</i>	12
Ilustración 1: Análisis comparativo de aplicaciones de gestión financiera.....	7
Ilustración 2: Boceto informe mensual del usuario.....	20
Ilustración 3: Logo de Budget Master.....	31
Ilustración 4: Pantalla de bienvenida e inicio de sesión de Budget Master.....	32
Ilustración 5: Pantalla inicial al entrar en Budget Master.	32
Ilustración 6: Pantallas principales de Budget Master en verde al seleccionar "Mujer" como género.	33
Ilustración 7: Pantallas de secciones, educación financiera y comunidad en línea.	34
Ilustración 8: Fases del plan de marketing de Budget Master.....	40
Ilustración 9: Boceto de publicaciones de la app en las redes sociales de Budget Master.....	41
Ilustración 10: Boceto de <i>flyers</i> informativos de Budget Master.....	42

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Enlace a las transcripciones de las entrevistas en grupo " <i>focus groups</i> "......	50
Anexo 2: Tablas de Jamovi.	50

1. INTRODUCCIÓN

España se enfrenta a una crisis significativa en educación financiera, ubicándose entre los países de la Unión Europea con los niveles más bajos. Diversos estudios indican que solo el 19% de los españoles puede responder correctamente a preguntas básicas de finanzas, reflejando una capacidad limitada para tomar decisiones financieras informadas. Un informe de *Asset Manager* revela que, a pesar del alto nivel de escolarización, solo una cuarta parte de los encuestados en la UE respondió correctamente al menos cuatro de cinco preguntas sobre finanzas básicas. España se posiciona entre los países con peores resultados, con solo el 45% de los encuestados comprendiendo conceptos clave como el interés compuesto y la diversificación de riesgos.

Este problema no es solo teórico; también tiene consecuencias prácticas. De acuerdo con una encuesta de la Comisión Europea, solo el 19% de los españoles posee un conocimiento financiero elevado/adecuado, situando a España como el cuarto país con la peor educación financiera de la UE. Además, nuestra encuesta inicial, realizada a más de 130 personas, revela que el 45% no se fija un presupuesto mensual de gastos y el 80% considera que tiene un nivel financiero medio-bajo. Estos datos alarmantes evidencian la necesidad de herramientas eficaces para mejorar la educación financiera, especialmente entre los jóvenes que están comenzando a tomar decisiones financieras importantes.

En respuesta a la problemática de la baja educación financiera en España, hemos desarrollado Budget Master, una aplicación móvil diseñada para jóvenes de entre 18 y 35 años, que ofrece un sistema inteligente de asesoramiento financiero personalizado que ayuda a gestionar ingresos y gastos, categoriza los gastos y fomenta el ahorro. La aplicación funciona bajo un modelo *freemium*, ofreciendo una combinación de servicios gratuitos y premium con un enfoque distinto que integra aspectos de redes sociales para fomentar la interacción y el aprendizaje entre los usuarios. En la versión gratuita, se proporciona asesoramiento financiero personalizado, se promueve la formación financiera con recursos educativos para mejorar el conocimiento y la salud económica de los jóvenes, se fomenta el ahorro y se ofrece una comunidad en línea interactiva para los usuarios. La versión premium amplía estas funcionalidades con asesoramiento en inversiones y financiación, acceso a un asesor profesional además del virtual, experiencia sin publicidad, actualizaciones de software mejoradas, acceso anticipado a nuevas funciones y más opciones de diseño de avatares.

El objetivo de este TFG es contribuir al proyecto de Budget Master, con la propuesta del diseño de la aplicación y las estrategias de marketing a seguir. Para ello, llevaré a cabo tanto una investigación en términos tanto cuantitativos como cualitativos para entender profundamente las necesidades y preferencias de nuestro público objetivo. Además, desarrollaré un plan de marketing ajustado a nuestro

presupuesto limitado en su fase inicial como *startup*, asegurando que las estrategias sean efectivas y económicamente viables. Esto es esencial para garantizar el éxito de nuestra *startup* en el mercado de aplicaciones financieras.

1.1. Metodología

Para la investigación de mercados del diseño de la aplicación y el plan de marketing de Budget Master, implementaré una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos. Organizaré *focus groups* para profundizar en la comprensión de las preferencias estéticas, la usabilidad y las funcionalidades que los usuarios desean, obteniendo así información valiosa de naturaleza cualitativa. Paralelamente, realizaré una encuesta para recopilar datos cuantitativos, proporcionando una perspectiva numérica sobre las preferencias y necesidades de la audiencia. Este enfoque combinado me permitirá tomar decisiones informadas y bien fundamentadas para el diseño de nuestra aplicación financiera. De este modo, garantizaremos que la aplicación financiera sea atractiva, intuitiva e interesante para nuestro público objetivo.

1.2. Objetivos y visión general

Por un lado, nuestros objetivos como grupo para nuestra startup son promover la educación financiera, mejorar la gestión financiera de los usuarios, fomentar el ahorro y la planificación, desarrollar planes financieros personalizados, ofrecer recomendaciones adaptadas y garantizar la accesibilidad y facilidad de uso de nuestra app para nuestros usuarios.

Por otro lado, el objetivo concreto de este TFG es recopilar datos e información directa de los usuarios para identificar sus preferencias en cuanto al diseño estético, usabilidad y funcionalidades de la aplicación Budget Master. Esto asegurará que la aplicación se adapte a las necesidades y deseos de nuestra audiencia, proporcionando una experiencia de usuario satisfactoria. Además, desarrollaré un sencillo y teórico plan de marketing para el lanzamiento de la aplicación, con el fin de darla a conocer, generar interés y tráfico, y maximizar su éxito en el mercado.

1.3. Público Objetivo

Para identificar a los consumidores de los productos de Budget Master, es esencial definir una serie de características que hagan efectivas las estrategias de marketing y comunicación. Las características que vamos a utilizar son las siguientes, las cuales son sociodemográficas:

Unas de las variables más influyentes son la edad y el género. En este caso, no distinguiremos entre géneros, ya que nos dirigiremos tanto a hombres como a mujeres. En cuanto a la edad, nuestro producto está orientado a jóvenes adultos de entre 18 y 35 años. Este rango de edad se debe a que las personas en este grupo suelen estar en las etapas iniciales de su vida financiera, donde la gestión eficiente del presupuesto y las finanzas personales es crucial.

Dado que nuestra aplicación se lanzará inicialmente en España, nuestro enfoque se dirigirá principalmente a los jóvenes adultos que residen en las principales ciudades españolas. Una vez que hayamos establecido una base sólida en España, nuestra estrategia de expansión se centrará en otros países de Europa, adaptando nuestras campañas y características a las necesidades locales de cada país.

2. BUSINESS MODEL CANVA

A continuación, voy a presentar el *Business Model Canvas* de nuestra aplicación financiera para jóvenes, enfocada en educación, gestión y asesoramiento personalizado.

Propuesta de valor:

- Educación Financiera: La aplicación ofrece contenido educativo y herramientas para que los usuarios adquieran conocimientos financieros, desde aprender a ahorrar hasta planificar su jubilación.
- Gestión y planificación personalizada: El sistema proporciona un seguimiento detallado de ingresos y gastos, además de generar planes financieros adaptados al perfil de cada usuario con el fin de maximizar el ahorro y mejorar el control de sus finanzas.
- Asesoramiento y soporte: Ofrece orientación y seguimiento personalizados, además de permitir monitorear el progreso hacia las metas financieras.
- Plataformas de distribución digital: *App Store* y *Google Play Store*.
- Asociaciones: Colaboración con bancos, instituciones educativas y asesores financieros para ampliar la visibilidad y el acceso.

Segmentos de clientes:

- Jóvenes de 18 a 35 años: Incluye universitarios, recién graduados y jóvenes profesionales, con el objetivo de guiarlos en su camino financiero.

Recursos clave:

- Desarrollo: El equipo encargado del desarrollo y mantenimiento de la aplicación es fundamental.
- Contenido Educativo: Creadores de contenido y profesores que imparten videotutoriales.
- Relaciones con los clientes/usuarios: Atención al cliente, soporte técnico y nuevas actualizaciones para mantener el compromiso del usuario.

Relaciones con clientes:

- Interacción personalizada: La aplicación ofrece una interfaz intuitiva para que el usuario navegue cómodamente y se adapte a la perfección a sus necesidades específicas.
- Actualizaciones constantes: Incluir nuevo contenido regularmente para retener a los usuarios.
- Soporte: Atención al cliente a través de un teléfono de contacto o un *ChatBot*.

Actividades clave:

- Desarrollo continuo: Mejora constante de la aplicación.
- Creación de contenido: Generación de contenido educativo de calidad.
- Análisis de datos: Recopilar y analizar los datos para mejorar la personalización y la eficiencia del sistema.
- Entrenamiento del sistema de AI: Simulaciones para personalizar planes financieros (entrenar al modelo).

Socios clave:

- Bancos: Para integrarse con cuentas bancarias y ofrecer planes de inversión personalizados.
- Instituciones educativas: Colegios y universidades.
- Ciberseguridad: Asociaciones con empresas especializadas para la protección de datos.
- Proveedores de nube: Almacenamiento y gestión de datos de forma segura.
- Reguladores Financieros: Organismos que garantizan que las instituciones financieras cumplan con las normas, regulaciones y políticas para operar de manera segura y ética.

- Empresas de análisis de datos: Para extraer información valiosa que nos permita tomar decisiones informadas y mejorar la eficiencia operativa (comprender el comportamiento del usuario, personalizar las recomendaciones y mejorar la experiencia del cliente).

Fuentes de ingresos:

- Venta de Datos: Monetizar datos anónimos para el análisis.
- Publicidad: Publicidad relevante en la aplicación.
- Plan *Premium*: Servicios avanzados para usuarios dispuestos a pagar.
- Venta de Productos Financieros: Venta de *leads* a instituciones financieras.

Estructura de costes:

- Desarrollo y mantenimiento: Costes asociados al desarrollo y la mejora continua.
- Creación de contenido: Desarrollo de contenido educativo de calidad.
- Marketing y promoción: Campañas de marketing digital y tradicional.
- Atención al cliente: Costes relacionados con el soporte técnico.
- Comisiones: Comisiones para los socios clave.

En conclusión, este *Business Model Canvas* presenta una estrategia integral/completa para una aplicación financiera dirigida a jóvenes, combinando contenido educativo, gestión personalizada y asesoramiento financiero. La colaboración con socios clave como instituciones bancarias, instituciones educativas y expertos en ciberseguridad, junto con la recopilación de datos para personalizar servicios, refuerza la propuesta de valor de esta aplicación. Al enfocarse en ofrecer una experiencia de usuario interactiva y personalizada, la aplicación se posiciona para ayudar a su público objetivo a alcanzar sus metas financieras mientras crea un modelo de negocio sostenible a través de múltiples fuentes de ingresos.

3. PROPUESTA DE VALOR

Budget Master es una aplicación financiera innovadora creada para ayudar a los jóvenes a dominar la gestión de sus finanzas personales. Proporcionamos una gama completa de herramientas y recursos educativos que capacitan a los usuarios para mejorar su educación financiera, desarrollar hábitos de ahorro efectivos y monitorear sus ingresos y gastos. Esto permite a los usuarios tener un control detallado de su economía personal y tomar decisiones financieras informadas.

Además de proporcionar una base sólida en educación financiera, nuestra aplicación va más allá al ofrecer asesoramiento financiero personalizado a través de un sistema inteligente. Este sistema utiliza algoritmos avanzados para generar planes financieros personalizados que se ajustan a las circunstancias y objetivos individuales de cada usuario, desde la gestión diaria de sus finanzas hasta la planificación de inversiones y la jubilación.

Una característica única de Budget Master es la creación de avatares virtuales que actúan como asesores financieros personalizados. Los usuarios pueden interactuar con estos avatares, que evolucionan desde una forma inicial (avatar bebé) hasta alcanzar niveles más avanzados a medida que se logran objetivos financieros específicos y llegar a ser Budget Master. Esto añade un componente interactivo y motivador que fomenta un compromiso continuo con la aplicación.

Para fortalecer aún más la relación con nuestros usuarios, hemos creado una comunidad en línea dentro de la aplicación, similar a una red social, donde los usuarios pueden intercambiar consejos, hacer preguntas y aprender de las experiencias de otros. Cada perfil en esta comunidad muestra métricas de desempeño financiero, fomentando una sana competencia y motivación sin comprometer la seguridad de la información personal.

Finalmente, ofrecemos un sistema de recompensas/incentivos que incluye puntos o monedas virtuales, acceso a contenido premium, y descuentos en eventos y actividades de interés para los jóvenes. Estas recompensas están diseñadas para reconocer y celebrar los logros de los usuarios, incentivando así la fidelidad y el progreso continuo hacia sus metas financieras. Esta combinación de educación, personalización y comunidad hace de Budget Master una herramienta excepcional en el mercado de aplicaciones financieras.

4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para garantizar que nuestra aplicación, Budget Master, se posicione de manera efectiva en el mercado y satisfaga de manera óptima las necesidades de nuestros usuarios, es esencial realizar un análisis exhaustivo de la competencia. Este análisis nos permite comprender las fortalezas y debilidades de aplicaciones similares en el sector de la gestión financiera personal, lo que a su vez nos ayuda a identificar oportunidades de diferenciación y mejora. En el segmento de gestión financiera dirigido a jóvenes adultos, competimos con varias aplicaciones reconocidas, como Fintonic, BlueCoins, Monefy y Spendee. Cada una de estas aplicaciones ofrece una variedad de funciones que buscan simplificar la gestión de las finanzas personales para sus usuarios. A continuación, voy a presentar una comparativa

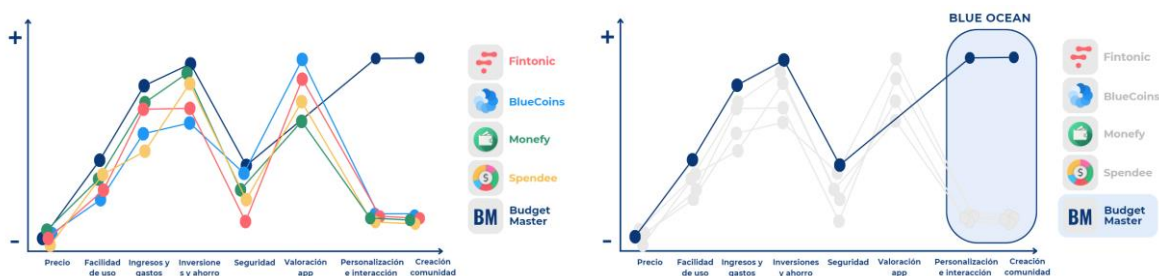
detallada de las características y funcionalidades de Budget Master frente a sus competidores, destacando nuestras ventajas y el valor añadido que ofrecemos a nuestros usuarios (Tabla 1 e Ilustración 1).

Tabla 1: Comparativa de características de aplicaciones de gestión financiera.

Característica	Budget Master	Fintonic	BlueCoins	Moneyfy	Spendee
Precio	Freemium	Gratis	Freemium	Freemium	Freemium
Facilidad de uso	Alta	Fácil	Fácil	Muy fácil	Fácil
Ingresos y Gastos	Detallado	Detallado	Detallado	Simple	Detallado
Inversiones y ahorro	Avanzado	Moderado	Básico	Básico	Moderado
Seguridad	Alta	Muy alta	Alta	Moderada	Alta
Valoración de la app	Nueva	4.4/5	4.7/5	Varía	4.4/5
Personalización e interacción	Muy alta	Moderada	Baja	Baja	Moderada
Creación comunidad	Si	No	No	No	No

Fuente: Elaboración propia, basado en las conclusiones del grupo (2024).

Ilustración 1: Análisis comparativo de aplicaciones de gestión financiera



Fuente: Elaboración propia, basado en las conclusiones del grupo (2024).

Budget Master se diferencia claramente de sus competidores por su fuerte enfoque en la personalización y la interacción con el usuario a través de avatares personalizados y un sistema de asesoramiento financiero impulsado por inteligencia artificial. Además, la futura inclusión de una comunidad en línea para la interacción entre usuarios marca un gran paso hacia la creación de un ecosistema financiero social. Mientras que las otras aplicaciones se centran en la gestión y análisis de finanzas personales, Budget Master busca activamente involucrar y educar a sus usuarios, incentivando la consecución de metas financieras mediante recompensas o incentivos y una experiencia gamificada que aumenta el compromiso y la fidelidad del usuario.

A continuación, realizaré un análisis detallado de las funcionalidades, estética y diseño de las cuatro aplicaciones mencionadas anteriormente. Este análisis nos permitirá entender cómo cada aplicación se distingue en el mercado, ofreciendo perspectivas sobre sus características visuales y funcionales clave, lo cual es esencial para mi Trabajo de Fin de Grado sobre investigación de mercados del diseño de una app financiera (*Tabla 2*).

Tabla 2: Comparativa de funcionalidades, diseño y estética de aplicaciones de gestión financiera.

Característica	Fintonic	BlueCoins	Monefy	Spendee
Funcionalidades principales	Cuentas remuneradas, Fincore (préstamos), programas de finanzas personales (coste adicional), clasificación de gastos, informes gráficos, recomendaciones personalizadas, seguros, notificaciones y alertas, ...	Tarjetas y cuentas bancarias, asistente inteligente, informe de gastos (diario), comparación con objetivos, calendario, modo viaje, ...	Registro de transacciones, categorización automática de gastos, informes y gráficos, recordatorios, sincronización con otras plataformas, ...	Billeteras (cuentas) compartidas, múltiples monedas, alertas y recordatorios, sincronización con otras personas, conexión con cuentas, categorización automática, ...

Estética y Diseño	<p>Interfaz visualmente atractiva y fácil de usar.</p> <p>Diseño moderno y limpio que simplifica la visualización de información financiera.</p> <p>Cálido y acogedor</p>	<p>Diseño funcional y eficiente.</p> <p>Moderna y elegante</p> <p>Personalizable.</p>	<p>Interfaz simple.</p> <p>Diseño minimalista y fácil de usar.</p>	<p>Diseño visualmente atractivo y colorido.</p> <p>Moderno</p>
Color	<p>Logo: Rosa y blanco</p> <p>Interfaz: Principalmente Blanca con toques de colores (multicolor)</p>	<p>Logo: Azul</p> <p>Interfaz: Blanca con toques de verde y rojo.</p>	<p>Logo: Verde</p> <p>Interfaz: Verde</p>	<p>Logo: Multicolor</p> <p>Interfaz: Blanca y verde</p>

Fuente: Elaboración propia, basada en información disponible en internet (2024).

Tras evaluar la estética y el diseño de las aplicaciones financieras de nuestra competencia, creo que es esencial distinguimos mediante una fusión estratégica de sus mejores características en una nueva app que no solo satisfaga las expectativas funcionales, sino que también sea visualmente atractiva. Para garantizar que nuestro diseño destaque entre los consumidores, llevaré a cabo una investigación de mercado que me permita identificar las preferencias estéticas y funcionales de nuestro público objetivo, asegurando así que ofrecemos una aplicación realmente atractiva y que cumpla con las expectativas de los usuarios.

5. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DEL DISEÑO DE BUDGET MASTER

5.1. Informe cualitativo

La parte cualitativa de mi investigación desempeña un papel fundamental en el diseño de nuestra aplicación financiera Budget Master. A través de esta metodología recopilaremos datos e información directa de los usuarios que nos ayudarán a determinar sus preferencias en cuanto al diseño estético, usabilidad y funcionalidades. La realización de un *focus group* se justifica por su capacidad para generar ideas a través del efecto bola de nieve, fomentar la sinceridad y me permite conocer el léxico que usan los informantes a la vez que el tono/lenguaje en el que hablan nuestros potenciales usuarios. Además, este tipo de dinámica me va a proporcionar información muy valiosa y de primera mano de lo que realmente los usuarios buscan en cuanto al diseño en este tipo de aplicaciones. Dado que “Budget Master” está dirigida a jóvenes, la retroalimentación de este grupo demográfico es esencial. Este enfoque garantizará que la aplicación se adapte a las necesidades y deseos de la audiencia, lo que a su vez asegurará una experiencia satisfactoria para el usuario. Por lo tanto, la realización de una investigación cualitativa es crucial para el éxito del proyecto y para asegurar que la aplicación cumpla con las expectativas y preferencias de nuestro público objetivo.

5.1.1. Objetivos *Focus Group*

La realización del *focus group* tiene como objetivos principales los siguientes:

Objetivo 1: Evaluar la experiencia del usuario y preferencias actuales con aplicaciones financieras similares, identificando elementos atractivos, áreas de mejora y oportunidades de diseño para 'Budget Master':

- Se buscará obtener información detallada sobre los elementos que los participantes encuentren atractivos en estas aplicaciones, así como identificar áreas para mejorar la usabilidad, diseño y funcionalidad de 'Budget Master'. Esto incluirá un análisis comparativo de la facilidad de uso, comentarios y sugerencias de los usuarios en relación con otras aplicaciones financieras.

Objetivo 2: Analizar la percepción del diseño de la aplicación propuesto:

- Obtener información detallada sobre la percepción de los usuarios respecto al diseño de la aplicación, incluyendo colores, interfaz gráfica, disposición de elementos y la interacción

general en la aplicación, con el fin de identificar aspectos que generen mayor aceptación y satisfacción entre los usuarios potenciales.

Objetivo 3: Identificar Funcionalidades Clave para la Aplicación:

- Obtener *insights* sobre las funciones que los usuarios desean encontrar en 'Budget Master', incluyendo la posibilidad de contenido educativo, herramientas de gestión financiera específicas para jóvenes y la posibilidad de recibir consejos personalizados.

5.1.2. Perfil de los informantes

Los participantes seleccionados para el *focus group* serán personas jóvenes, incluyendo universitarios o recién graduados, así como jóvenes profesionales en sus primeros años laborales, ya que la aplicación Budget Master está dirigida a un público de entre 18 y 35 años. La elección de este grupo se fundamenta en la necesidad de abordar la falta de conocimiento financiero de esta generación, siendo crucial que aprendan a gestionar sus ingresos y adquieran conocimientos básicos para disfrutar de una salud financiera óptima. Nuestra intención es cubrir esta necesidad mediante una aplicación financiera distinta, dinámica, colaborativa e intuitiva. Además, nuestra decisión de dirigirnos a este público específico se basa en aprovechar la facilidad que ofrecen las redes sociales para conectar con los jóvenes de manera eficiente y económica.

FOCUS GROUP 1:

Título del Focus Group: Diseño Budget Master

Fecha: 11/02/2024 a las 10:00

Duración: 1h y 18 minutos

Ubicación: *Teams* (videoconferencia)

Moderador: María García Gibert

Tabla 3: Participantes del primer *focus group*.

N.º de informante	Edad	Género	Nivel Educativo	Ocupación
JAG (Informante 1)	21	Hombre	Grado Universitario	Estudiante

PIC (Informante 2)	21	Mujer	Grado Universitario	Estudiante/Trabajadora
SGH (Informante 3)	21	Mujer	Grado Universitario	Estudiante
LGG (Informante 4)	21	Hombre	Grado Universitario	Estudiante
CMG (Informante 5)	21	Mujer	Grado Universitario	Estudiante/Trabajadora

Fuente: Elaboración propia. (2024)

FOCUS GROUP 2:

Fecha: 11/02/2024 a las 19:00

Duración: 48 minutos

Ubicación: Teams (videoconferencia)

Moderador: María García Gibert

Tabla 4: Participantes del segundo *focus group*.

N.º de informante	Edad	Género	Nivel Educativo	Ocupación
PPG (Informante 1)	21	Mujer	Grado Universitario	Trabajadora
JGG (Informante 2)	24	Hombre	Grado Universitario	Trabajador
MMR (Informante 3)	21	Mujer	Grado Universitario	Estudiante/Trabajadora
GV (Informante 4)	24	Hombre	Grado Universitario	Estudiante

Fuente: Elaboración propia. (2024)

5.1.3. Línea de puntos

Buenos días/tardes a todos, os agradezco mucho que os hayáis ofrecido a colaborar en esta entrevista conjunta y a abriros conmigo para ayudarme con mi investigación.

En primer lugar, mi nombre es María García Gibert, tengo 21 años y soy estudiante en la Universidad Pontificia de Comillas, en Madrid. Este estudio se centra en conocer vuestras experiencias y opiniones

sobre el diseño de aplicaciones financieras, con un enfoque específico en nuestra aplicación, Budget Master. Quiero señalar que esta investigación forma parte de mi Trabajo de Fin de Grado (TFG), y que vuestras aportaciones son esenciales para su desarrollo. Por ello, es muy importante para mí que os abráis y compartáis conmigo vuestros pensamientos con total sinceridad y libertad.

En segundo lugar, y antes de comenzar con esta reunión, tengo que informaros de que esta será grabada y pedir vuestra autorización para ello, pero no será compartida en ningún sitio. Simplemente es para mí posterior análisis. Cuando necesite hacer referencia a vuestros comentarios se hará de forma anónima para que nadie pueda identificaros. ¿Estáis de acuerdo?

FASE 1: Fase de partida (20%)

A continuación, me gustaría que os presentéis para que podamos conocernos un poco mejor. ¿Podrías cada uno contarnos: cómo os llamáis, qué edad tenéis, si trabajáis, estudiáis o ambas cosas, y dónde vivís?

Perfecto, muchas gracias.

Ahora, profundicemos en el mundo de las aplicaciones.

- ¿Qué tipos de aplicaciones tenéis en vuestro móvil y cuáles son las que más utilizáis? ¿Por qué?
- ¿Alguna vez habéis utilizado aplicaciones como *Splitwise* o las apps bancarias? ¿Qué es lo que más os gusta de esas aplicaciones? ¿Y qué mejoraríais o cambiaríais en ellas para hacerlas más útiles o eficientes para vosotros? ¿por qué?
- Hablando de transacciones, ¿podrías recordar la última vez que realizasteis un *Bizum*? ¿Qué os gusta o no os gusta de hacer un *Bizum*? ¿Lo considerarías sencillo y rápido?
- ¿Cuándo fue la última vez que revisasteis vuestra cuenta bancaria?

FASE 2: Fase de centraje (40%)

Antes de entrar en detalles, os he pedido a cada uno de vosotros que me mandaseis un diseño de cómo os imagináis la pantalla de inicio de vuestra app financiera. Vamos a proyectarlos y a comentar cada diseño juntos. Ahora, vamos a profundizar un poco más en los detalles de cómo sería para vosotros una aplicación financiera perfecta.

A continuación, adjunto las diapositivas que he compartido con todos los participantes para que me envíen sus propuestas antes de nuestra reunión. En la primera diapositiva, he incluido distintas aplicaciones financieras que pueden servirles de fuente de inspiración. La segunda diapositiva contiene tres modelos de teléfonos móviles para que desarrollen sus propios diseños. En el margen, he destacado algunas de las características que me gustaría que incorporaran en sus propuestas, con el objetivo de discutir las detalladamente durante el focus group.



Fuente: Elaboración propia en PowerPoint (2024)

(comparto pantalla y enseñé los 4 diseños que me han mandado con anterioridad)

Interfaz y diseño:

Vamos a comenzar hablando sobre la interfaz y el diseño, es decir, la parte más estética de la app. Mirando los diseños que habéis enviado,

- ¿Qué elementos os gustan más en términos de colores, disposición y gráficos? ¿Por qué?
- ¿Prefieres un diseño más colorido y llamativo o algo más minimalista y serio? ¿Por qué? ¿Qué te sugiere uno y otro? ¿a qué lo asocias?

Disposición y organización de la pantalla:

Sigamos con la disposición de los elementos en la pantalla.

- ¿Qué creéis que debería ser lo primero que los usuarios vean al abrir la app por primera vez?
- ¿Qué secciones o herramientas considerarías esenciales?
- ¿Cuál sería la disposición ideal de los elementos (balance, transacciones, herramientas de ahorro) en la pantalla principal?
- ¿Os gustaría tener acceso rápido a alguna función específica desde la pantalla principal? ¿Cuál/es sería/n?
- ¿Y qué pensáis sobre la identificación mediante cara, huella o sin necesidad de log in?

- Por último, dentro de esta sección, ¿Qué tipo de tipografía o fuente de texto os resulta más agradable o fácil de leer en una app financiera? ¿Tipografía redonda, ...?

Navegación e intuitividad:

- ¿Cómo de importante es para vosotros que la app sea sencilla e intuitiva? ¿y qué hace que sea sencilla? Es por las palabras, código de colores, imágenes...
- ¿Preferís una interfaz simple o con más opciones, es decir, con las funciones básicas o con todas las opciones y funcionalidades en la pantalla principal?
- ¿Preferís iconos claros y reconocibles o nombres explícitos para las secciones de la app, o ambas opciones (icono + palabra, solo icono o solo palabra)?
- ¿Qué pensáis sobre la idea de un tutorial inicial en formato de video o guía (siguiente, siguiente)? ¿Qué os parece la idea de que sea opcional?

Personalización y opciones visuales:

Finalmente, en cuanto a la personalización,

- ¿Os gustaría poder cambiar la apariencia de la app de forma personalizada, es decir, poder modificar los colores, las funciones que más os interesen a vosotros en concreto, el fondo, etc.?
- ¿Qué opináis sobre la idea de que tengáis un avatar?
- ¿Qué os parece la idea de formar una comunidad de usuarios dentro de la app con la posibilidad de obtener ventajas, premios y descuentos fuera de la app mediante vuestra participación o al alcanzar vuestros objetivos? ¿Qué os gusta de esta idea? ¿Qué inconvenientes le veis?
- ¿Y os gustaría tener una introducción personalizada al abrir la app?
- ¿Os gustaría tener algún tipo de *feedback* visual, para resaltar los movimientos de pagos, el cumplimiento de objetivos en la aplicación, ...?

FASE 3: Fase de recentraje (20%)

A continuación, vamos a pasar a la tercera y última fase de esta reunión, donde nos centraremos en nuestra app financiera Budget Master.

Funcionalidades y Usabilidad:

En cuanto a las funcionalidades y la usabilidad de nuestra app,

- ¿Qué funciones os gustaría ver en esta aplicación financiera para jóvenes?

- ¿Consideráis que sería una buena idea incluir contenido para ayudar en la gestión de las finanzas, comprender el IRPF, leer una nómina o entender los saltos de tramo?
- Y, por último, ¿os interesaría recibir consejos o sugerencias personalizadas sobre ahorro o inversión?

Opiniones Generales:

- ¿Qué elementos consideráis más importantes al elegir una aplicación financiera? ¿La tranquilidad y la fiabilidad?
- ¿Qué os motiva a descargar una nueva aplicación financiera?
- ¿Tenéis alguna sugerencia o comentario adicional sobre el diseño de la aplicación?

FASE 4: Despedida

Muchas gracias a todos por vuestro tiempo y compromiso. Me ha sido de gran ayuda para llevar a cabo mi investigación. Espero que os haya parecido interesante.

¡Hasta luego!

5.1.4. Informe de resultado de los *focus groups*

Objetivo 1: Evaluar experiencias y preferencias de usuarios con aplicaciones financieras para mejorar ‘Budget Master’.

En respuesta al primer objetivo, que consiste en evaluar experiencias y preferencias de usuarios con aplicaciones financieras para mejorar Budget Master, se obtuvieron conclusiones interesantes. En general, los participantes del *focus group* mostraron una clara preferencia por una interfaz minimalista y funcional en Budget Master, destacando la necesidad de un diseño que sea al mismo tiempo claro, fácil de usar y visualmente atractivo. Dentro de esta preferencia, se observaron dos tendencias: una hacia una estética minimalista juvenil y otra más seria, indicando una diversidad en los gustos del público objetivo.

La mayoría opinó que es esencial que la pantalla de inicio refleje de manera inmediata tanto el saldo disponible como los movimientos financieros, preferentemente a través de gráficos intuitivos. Esta necesidad resalta la importancia de presentar la información de manera práctica y visualmente comprensible.

Respecto a la seguridad, se destacó la importancia de opciones como el *Face ID* o los códigos de seguridad para el acceso a la aplicación. Además, se mostró gran interés en la necesidad de un soporte efectivo, destacando la necesidad de un *Chatbot* que ofrezca la opción de acceder a un contacto telefónico para asistencia adicional. Otra característica deseada por los usuarios fue la capacidad de interactuar con múltiples bancos y cuentas desde la aplicación.

Finalmente, los aspectos que motivan la descarga de una aplicación financiera, según los participantes, son un diseño atractivo, la facilidad de uso, que sea una aplicación financiera gratuita y una buena estrategia de marketing, especialmente en plataformas populares entre el público joven, como redes sociales y TikTok. Estos factores son clave para atraer y mantener el interés en Budget Master.

Objetivo 2: Analizar la percepción del diseño de la app, enfocándose en interfaz y estética.

A continuación, siguiendo con el objetivo de analizar la percepción del diseño de la app, enfocándonos en la interfaz y estética, hemos podido concluir lo siguiente:

En general, los participantes expresaron opiniones variadas en cuanto al color de la interfaz. Por un lado, algunos sugirieron la personalización de los colores, mientras que otros prefirieron un esquema de color predefinido, destacando el azul en sus diferentes tonalidades como el más representativo de una app financiera. El informante 3 (MMR) comentó: *“Igual sería interesante que cada persona, como lo que han hecho ahora en Google, pueda elegir sus colores”*.

En cuanto a la personalización, la gran mayoría opinó que sería beneficioso que la app se adaptara a los intereses de cada usuario. Se comentó la idea de iniciar sesión con un propósito específico y que la app resalte las funcionalidades más relevantes, así como la posibilidad de reorganizar secciones y tener una lista de favoritos. Algunos participantes valoraron la opción de personalizar colores, mientras que otros consideraron más apropiado mantener un diseño uniforme para todos, con alternativas como "modo noche" o "modo día".

En relación con la parte de secciones, todos los participantes coincidieron en la importancia de combinar iconos y palabras clave, facilitando así la comprensión rápida de la información. Los participantes también mostraron interés en incluir secciones dedicadas a noticias de actualidad y educación financiera.

Finalmente, respecto a los gráficos, se destacó la importancia de integrar gráficos de categorización de gastos que muestren los movimientos financieros y el porcentaje de gasto por categorías de manera visual e intuitiva. En cuanto a la tipografía, se acordó la necesidad de utilizar una fuente moderna y redondeada, fácil de leer, utilizando negritas para destacar información clave. Estas conclusiones

resaltan la importancia de desarrollar una app que no solo sea funcional, sino también estéticamente atractiva y personalizable según las preferencias de cada usuario.

Objetivo 3: Identificar funcionalidades clave deseadas por los usuarios, incluyendo educación y asesoramiento personalizado.

Con relación al tercer objetivo, la gran mayoría comenta que sí les parece una buena idea tener tutoriales sobre cómo funciona la app, pero que estos no deberían aparecer al principio, ya que los pasan. Les gustaría tenerlos disponibles para consultarlos si no saben cómo funciona algo. Otras de las cosas en las que coinciden es que deberían ser opcionales y estar en la parte de "secciones". Otro aspecto que se ha comentado es el formato del tutorial. Se ha debatido si debería ser en formato de vídeo o en secuencias. En este caso, prefieren el tutorial en formato de guía, presentado en secuencias (paso a paso).

Entre las funcionalidades clave e indispensables mencionadas se encuentran el control y categorización de gastos, ahorro, inversiones, y educación y formación financiera. Todos los participantes consideraron interesante la idea de incorporar un apartado de educación financiera en Budget Master, ubicado en la parte de secciones. En cuanto al formato de la formación, concluyeron que la mejor opción sería ofrecerla a través de videos tutoriales que aborden temas como inversiones, conceptos financieros y ahorro.

Respecto a la comunidad en línea y los avatares dentro de la aplicación, se han recogido opiniones distintas. Algunos usuarios ven esta característica como un beneficio potencial, mientras que otros expresan preocupación por el riesgo de especulación por parte de los usuarios o debido a la falta de comprensión sobre su funcionamiento. En este sentido, el informante 1 (PPG) dijo: "*Si me lo explicas y me lo vendes muy bien al principio y lo sé usar nada más instalarme la app, me parece guay. Si es un rollo adicional, no lo metería*". Este comentario subraya la importancia de una comunicación adecuada sobre esta función para su comprensión y aceptación por todos los usuarios. Por otro lado, algunos participantes propusieron la idea de una comunidad anónima o privada.

En cuanto al informe sobre el uso de la aplicación, todos los informantes expresaron su apoyo hacia la idea de tener un informe detallado que incluya aspectos como objetivos cumplidos, gastos, ingresos, inversiones y ahorro. El informante 3 (MMR) enfatizó la importancia de tener una comparativa con las expectativas u objetivos de gasto: "*Sería útil abrir la comparativa con las expectativas que tenía en cuanto a gastos. Así, si me he gastado más de lo esperado, me saldría en rojo; si he gastado menos, en verde*". De esta forma, el usuario podría tener una visión más clara de sus finanzas. También se mencionó la preferencia de que este informe sea mensual.

En relación con los consejos personalizados y recomendaciones, los usuarios mostraron interés en recibir orientación específica según sus intereses financieros. Por ejemplo, si están interesados en invertir, quieren recibir recomendaciones de videos que les enseñen a maximizar sus beneficios. De manera similar, si su objetivo es ahorrar, prefieren sugerencias de cursos sobre *tips* de ahorro. Además, se sugiere que estas recomendaciones aparezcan en la pantalla de inicio de la aplicación para facilitar su acceso, pero sin que distraigan al usuario. También se destaca la importancia de presentar estas sugerencias en formato de notificación, permitiendo al usuario desactivarlas si lo desea.

Por último, todos los informantes valoran la inclusión de incentivos y beneficios para motivar el uso continuado de la aplicación. La mayoría mencionó que los descuentos en viajes (billetes) y en gasolina serían la mejor opción.

5.1.5. *Insights* y Recomendaciones

Después de analizar los informes de resultados de los dos *focus groups* que he realizado, he identificado varios aspectos clave para mejorar la estética y el diseño de nuestra aplicación financiera, Budget Master. En términos de estética y diseño, recomiendo personalizar la pantalla de inicio para reflejar el saldo disponible y los movimientos financieros de manera inmediata a través de gráficos intuitivos. Además, incluir el slogan en la pantalla de inicio ayudará a crear una sensación de confianza y cercanía con los usuarios.

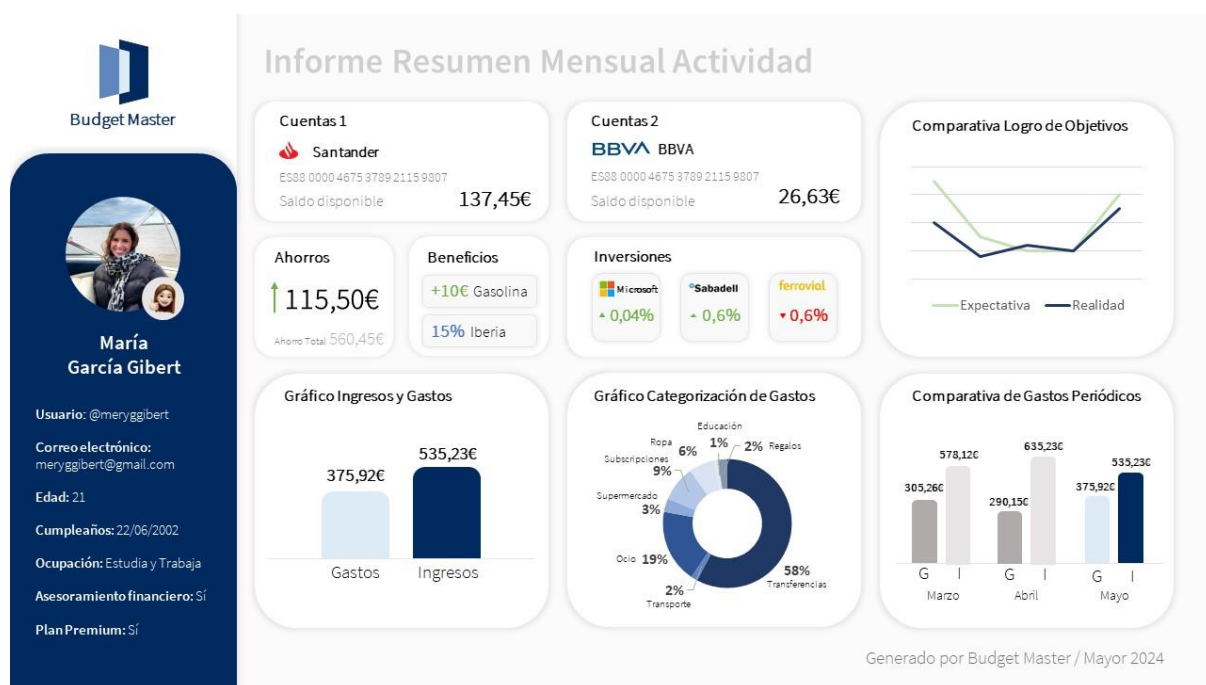
En la fase de bienvenida, es esencial personalizar el saludo con el nombre del usuario y hacer referencias personalizadas en todas las páginas de la aplicación, aunque de manera breve para evitar distracciones. También sugiero permitir la personalización de colores de la interfaz o proporcionar opciones predefinidas, destacando especialmente el azul en sus distintas tonalidades. Es fundamental utilizar una tipografía moderna y legible, con negritas para destacar información clave. La aplicación debe adaptarse a los intereses de cada usuario, destacando las funcionalidades más relevantes y permitiendo la reorganización de secciones según sus preferencias.

Para facilitar la comprensión rápida de la información, es aconsejable combinar iconos y palabras clave. Además, la inclusión de secciones dedicadas a noticias de actualidad y educación financiera enriquecerá la experiencia del usuario. Recomiendo integrar gráficos de categorización de gastos e ingresos y gastos, que muestren los movimientos financieros de manera visual e intuitiva. En resumen, debemos desarrollar una app estéticamente atractiva y altamente personalizable según las preferencias de cada usuario.

En cuanto a las funcionalidades y el contenido, es importante ofrecer tutoriales opcionales en formato de guía, presentados en secuencias “paso a paso”, para facilitar el uso de la aplicación. Incorporar un apartado de educación financiera con videos tutoriales sobre inversiones, conceptos financieros (IRPF, Seguridad Social, saltos de tramo) y ahorro es fundamental. Después de cada video tutorial, sugiero introducir 2-3 preguntas tipo test en formato juego para afianzar conceptos, así como un resumen breve de los conceptos tratados en el video.

Recomiendo generar un informe detallado mensual que incluya aspectos como objetivos cumplidos, gastos, ingresos, inversiones y ahorro, con una comparativa de expectativas u objetivos de gasto (*Ilustración 2*). Este informe mensual debe ser breve y visual, con la opción de ofrecer un informe más detallado al final del año. Además, ofrecer orientación específica según los intereses financieros de los usuarios, con recomendaciones de videos y cursos, aumentará el valor percibido de la aplicación.

Ilustración 2: Boceto informe mensual del usuario.



Fuente: Elaboración propia. (2024)

Para motivar el uso continuado de la aplicación, es imprescindible incluir incentivos y beneficios como descuentos en viajes y gasolina. En una fase 2.0, se puede considerar la implementación de un avatar que crezca según se alcancen objetivos o se interactúe con la aplicación y otros usuarios. También sugiero considerar una comunidad anónima para aquellos usuarios que buscan privacidad, pero que les gustaría interactuar con otros, resolver dudas y crear una experiencia compartida. Para explicar el

funcionamiento de la comunidad en línea, recomiendo realizar una actividad interactiva que ayude a los usuarios a comprender mejor en qué consiste la comunidad y cómo participar en ella.

Estas recomendaciones se basan en los *insights* obtenidos de los dos *focus groups* que he analizado y buscan mejorar la usabilidad y personalización de Budget Master, ofreciendo una experiencia más atractiva y adaptada a las necesidades individuales de los usuarios.

5.2. Informe cuantitativo

Para nuestra *startup* "Budget Master", vamos a llevar a cabo un enfoque cuantitativo con el objetivo de entender mejor lo que nuestros usuarios quieren y necesitan. He desarrollado un cuestionario específicamente a partir de las respuestas y temas que han ido surgiendo a lo largo de los dos *focus groups* que he realizado, con el objetivo de validar y profundizar en las conclusiones iniciales. A través de este cuestionario detallado, recopilaremos datos específicos que nos permitirán identificar patrones y tendencias en las preferencias y comportamientos de los usuarios.

Esto nos ayudará a tomar decisiones claras sobre cómo debe ser nuestra aplicación, tanto en su diseño como en sus funciones. Nuestro objetivo es crear una app financiera que no solo tenga un diseño atractivo y sea fácil de usar, sino que también responda realmente a lo que nuestros usuarios buscan de una app como la nuestra.

5.2.1. Objetivos de la investigación cuantitativa

Objetivo 1: Identificar la preferencia de Diseño de la Interfaz:

- Confirmar y medir las preferencias de diseño de la interfaz de usuario (como estilos de color, disposición y opciones de gráficos) identificadas en el *focus group*, para asegurar que "Budget Master" sea visual y funcionalmente atractiva para el público objetivo.

Objetivo 2: Optimizar la experiencia del usuario mediante la priorización de las funcionalidades clave y el soporte.

- Determinar qué funcionalidades (categorización de gastos, cuentas/tarjetas, ahorro, inversiones, etc.) son las más valoradas por los usuarios. Investigar las preferencias de los usuarios en cuanto a métodos de inicio de sesión, personalización de la interfaz y formato de soporte.

Objetivo 3: Evaluar la preferencia del formato para recibir la formación financiero en la app:

- Investigar las preferencias de los usuarios en métodos de aprendizaje financiero dentro de la aplicación, determinando su inclinación hacia tutoriales en video o actividades interactivas, para optimizar los recursos educativos y mejorar la comprensión de los conceptos de los usuarios.

Objetivo 4: Medir la valoración la de la comunidad financiera entre los usuarios:

- Analizar cómo los usuarios prefieren interactuar dentro de una comunidad en línea en la aplicación.

5.2.2. Ficha Técnica: Universo, Muestra y Técnica

En nuestro estudio, nos enfocamos en hombres y mujeres de 18 a 35 años residentes en España, tanto estudiantes como trabajadores, que tengan acceso a un dispositivo electrónico. Según cifras del INE de 2022, hay alrededor de 7.526.931 personas en este rango de edad en España. Para obtener una muestra representativa de la población, vamos a basarnos en dos parámetros diferentes: con un 95% de nivel de confianza y un 5% de margen de error, la muestra necesaria es de 385 personas; sin embargo, reduciendo el nivel de confianza al 92% y aumentando el margen de error al 8%, la muestra se minimiza a 120 personas, lo cual nos permite un enfoque más concentrado y manejable. En cuanto a la técnica o metodología empleada, la recolección de datos se realizará mediante un cuestionario online desarrollado en *Microsoft Forms*, que será distribuido vía WhatsApp. Así, podremos llegar fácilmente a nuestro público objetivo.

5.2.3. Cuestionario

A continuación, voy a detallar las preguntas que hice en la encuesta para recopilar la información cuantitativa necesaria para mi investigación sobre el diseño de Budget Master:

¡Hola!

¿Quieres ayudarnos a diseñar una app financiera para jóvenes?

Con solo **3 minutos** de tu tiempo, puedes ayudarnos a realizar un estudio de mercado para comprender mejor los gustos y preferencias en cuanto al diseño de una app financiera para jóvenes. De esta manera, podremos crear una app que se ajuste a la perfección a lo que buscan nuestros usuarios.

Tus datos personales serán confidenciales y no serán utilizados para ningún otro fin.

¿Te animas a participar?

¡Gracias por tu ayuda!

Preguntas de filtro:

Pregunta 1: ¿Tu edad se comprende entre los 18 y los 35 años?: (Marcar donde corresponda)

- Si (1) (seguir con el cuestionario)
- No (0) (finalizar el cuestionario)

Pregunta 2: ¿Resides en España? (Marcar donde corresponda)

- Si (1) (seguir con el cuestionario)
- No (0) (finalizar el cuestionario)

Preguntas claves sobre la investigación:

Pregunta 3: ¿Qué diseño prefieres para la pantalla de inicio? (Marca donde corresponda)

Ejemplo (imágenes)

OPCIÓN A:



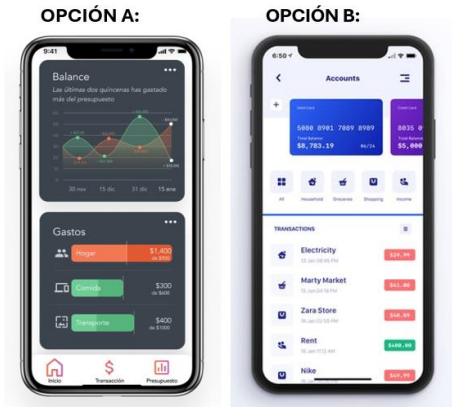
OPCIÓN B:



- Opción A: Diseño simple (con logo, nombre y *Face ID*) (0)
- Opción B: Diseño llamativo (1)

Pregunta 4: ¿Cómo prefieres visualizar la información (gastos e ingresos, inversiones, ahorro, ...)?
(Marca donde corresponda)

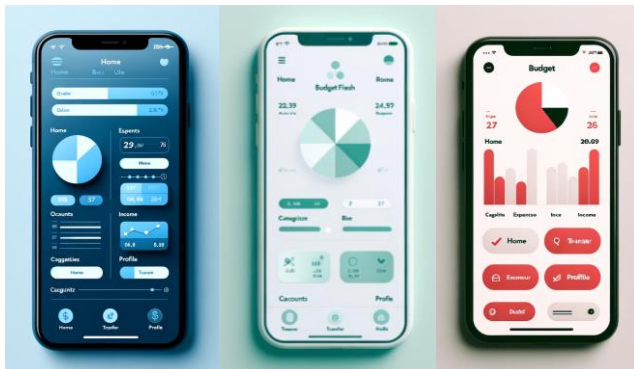
Ejemplo:



- Opción A: Con gráficos (0)
- Opción B: Solo con números (1)

Pregunta 5: ¿Cuál es tu color preferido para Budget Máster? ((Fíjate solo en los colores no en la disposición de los iconos o el texto. Marca donde corresponda)

Ejemplos:



- Azul (1)
- Verde (2)
- Rojo (3)
- Ninguno de estos (4)

Pregunta 6: ¿Qué funcionalidades consideras importantes en la pantalla principal? (Marcar todas las que apliquen)

- Categorización de gastos (0) (1)
- Cuenta/tarjetas (0) (1)
- Ahorro (0) (1)
- Inversiones (0) (1)

- Transferencias de dinero (0) (1)
- Formación o educación financiera (0) (1)
- Noticias (0) (1)

Pregunta 7: Para cada una de las siguientes funcionalidades de la aplicación, selecciona el tipo de gráfico que prefieres. (Marca donde corresponda para cada funcionalidad)

Ejemplo:

Gráfico de barras:

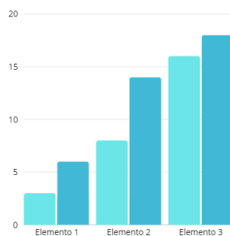


Gráfico circular:

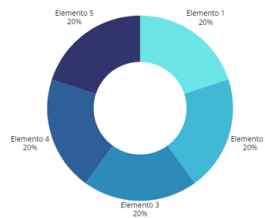
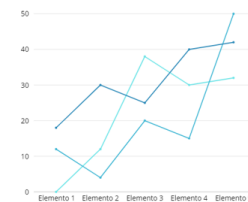


Gráfico de líneas:



- Visualización de Gastos e Ingresos del mes en curso:
 - Gráfico de barras (1)
 - Gráfico circular (2)
 - Gráfico de líneas (3)
- Categorización de Gastos (como restaurantes, supermercado, ropa, hipoteca, gasolina, hogar, etc.):
 - Gráfico de barras (1)
 - Gráfico circular (2)
 - Gráfico de líneas (3)
- Comparativa de Logro de Objetivos (Expectativa vs. Realidad):
 - Gráfico de barras (1)
 - Gráfico circular (2)
 - Gráfico de líneas (3)
- Comparativa de Gastos Periódicos
 - Gráfico de barras (1)
 - Gráfico circular (2)
 - Gráfico de líneas (3)

Pregunta 8: ¿Con quién prefieres interactuar en una comunidad en línea? (Marca donde corresponda)

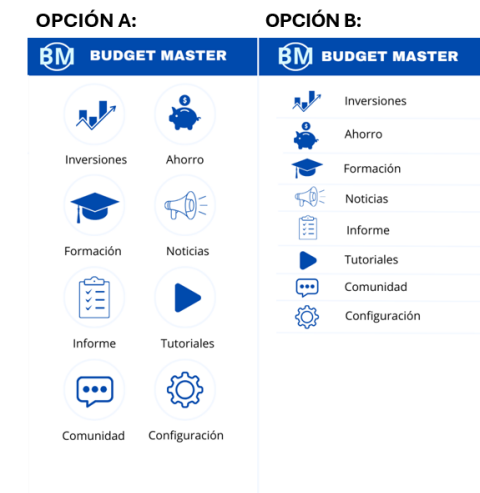
- Solo con amigos/conocidos (1)
- Con todos los usuarios de Budget Máster (2)
- De forma anónima (3)

Pregunta 9: ¿Cómo prefieres recibir soporte por parte de la aplicación? (Marca donde corresponda)

- A través de un teléfono de contacto (1)
- Mediante un ChatBot (2)
- Ambas (3)

Pregunta 10: ¿Cómo prefieres que se organice el apartado de secciones? (Marca donde corresponda)

Ejemplo:



- Opción A: En columnas con símbolos/iconos y texto (0)
- Opción B: En filas con símbolos/iconos y texto (1)

Pregunta 11: ¿Qué opciones de personalización prefieres? (Marcar todas las que apliquen)

- La misma interfaz para todos (0) (1)
- Cambiar solo los colores de la interfaz (0) (1)
- Reorganizar funciones según intereses (tener en la pantalla principal o las primeras en secciones tus funciones favoritas) (0) (1)
- Solo modo día y noche (0) (1)

Pregunta 12: Creemos que es importante que te proporcionemos un informe sobre tu actividad en la aplicación (gastos e ingresos, ahorro, inversiones, logro de objetivos, ...): ¿Con qué frecuencia prefieres recibir informes? (Marca donde corresponda)

- Semanal (1)
- Mensual (2)
- Trimestral (3)
- Anual (4)
- No quiero informes (5)

Pregunta 13: Formato de Tutoriales de cómo utilizar nuestra aplicación financiera: ¿Qué formato prefieres para los tutoriales? (Marca donde corresponda)

- En video (0)
- En secuencias (paso a paso, con texto escrito) (1)

Pregunta 14: Videos de Formación/Educación Financiera ¿Te gustaría que se incluyan preguntas (tipo test) o actividades después de los videos de formación financiera? (Marca donde corresponda)

- Sí (1)
- No (2)
- Que sea opcional (3)

Preguntas de Clasificación:

Pregunta 15: ¿Cuál es tu ocupación? (Marca donde corresponda)

- Estudias (1)
- Trabajas (2)
- Estudias y trabajas (3)
- Ni estudio ni trabajo (4)

Pregunta 16: Sexo: (Marca donde corresponda)

- Hombre (0)
- Mujer (1)

5.2.4. Informe de resultados

Este informe presenta los resultados de la investigación cuantitativa que he llevado a cabo, basada en 137 respuestas de 44 hombres y 93 mujeres entre 18 y 35 años. El objetivo de esta investigación era identificar las preferencias y comportamientos de los usuarios en relación con diversas características y funcionalidades de una aplicación financiera. Los datos recopilados incluyen aspectos como el diseño de la pantalla de inicio, la visualización de la información, las opciones de personalización y la interacción en la comunidad en línea, entre otros. A continuación, se detallan las conclusiones más relevantes obtenidas a partir del análisis de frecuencias y tablas de contingencia, organizados según los cuatro objetivos específicos.

Objetivo 1: Identificar la preferencia de Diseño de la Interfaz:

En cuanto al diseño de la pantalla de inicio, el 54% de los usuarios prefieren un diseño simple que incluye el logo, el nombre y Face ID, sobre el 46% que prefieren un diseño más llamativo. Respecto a la visualización de la información, una mayoría significativa de los usuarios prefiere representaciones con gráficos en lugar de solo números.

Respecto al color de la interfaz, la mayoría de los usuarios prefieren el color azul, seguido por el verde, y en menor medida, el rojo y otros colores. Existe una asociación significativa entre el sexo y la preferencia de color de la interfaz ($p = 0.007$), donde los hombres tienden a preferir el color azul y las mujeres muestran una mayor preferencia por el color verde.

Para las secciones, los usuarios muestran una clara preferencia por disponerlas en columnas con símbolos/iconos y texto, en lugar de en filas.

Respecto al tipo de gráfico en función de las funcionalidades:

- Para la comparativa de gastos periódicos, los usuarios prefieren los gráficos de barras.
- Para la comparativa de logro de objetivos (expectativa vs. real), los usuarios prefieren los gráficos de líneas.
- Para la categorización de gastos, los usuarios prefieren los gráficos circulares.
- Para la visualización de gastos e ingresos, los usuarios prefieren los gráficos de barras.

Objetivo 2: Optimizar la experiencia del usuario mediante la priorización de las funcionalidades clave y el soporte

En términos de opciones de personalización, solo el 17.5% de los usuarios está a favor de una interfaz uniforme. El 40.1% cambiaría los colores de la interfaz, mientras que el 11.7% optaría por el modo día/noche. Sin embargo, el 83.9% está a favor de reorganizar las funciones. Existe una asociación relevante entre el sexo y la preferencia por reorganizar las funciones ($p = 0.050$), siendo las mujeres más propensas a querer reorganizar las funciones en comparación con los hombres.

En cuanto a las funcionalidades importantes en la pantalla principal, los usuarios prefieren tener cuentas/tarjetas, categorización de gastos, opciones de ahorro, y transferencias/*Bizum*. Además, hay una asociación notable entre el sexo y la preferencia por tener el apartado de inversiones en la pantalla principal ($p = 0.006$), con los hombres mostrando una mayor inclinación a tener esta funcionalidad.

Con relación a los informes, la mayoría de los usuarios prefieren recibir informes mensuales, seguidos por informes semanales y trimestrales, con una minoría que no quiere recibir informes.

Para el soporte, una mayoría significativa de los usuarios (73%) prefieren tener ambas opciones de soporte (teléfono de contacto y *ChatBot*) en lugar de solo una de ellas.

Objetivo 3: Evaluar la preferencia del formato para recibir la formación financiera en la app

En términos del formato de los tutoriales, una clara mayoría de los usuarios (70.8%) prefiere secuencias "paso a paso" con texto escrito sobre tutoriales en video. Existe una asociación significativa entre el sexo y la preferencia por el formato de tutoriales ($p = 0.004$), donde las mujeres tienden a preferir secuencias "paso a paso" con texto escrito y los hombres se encuentran divididos entre el formato en secuencia y el video.

Respecto a los videos de formación/educación financiera, la mayoría de los usuarios (56.2%) prefieren que sean opcionales, a un 34.3% sí les gustaría tenerlos y una minoría (9.5%) no los quiere. También hay una asociación significativa entre la ocupación y la preferencia por el formato de videos de educación financiera ($p = 0.036$), donde los estudiantes y aquellos que estudian y trabajan prefieren que los videos sean opcionales.

Objetivo 4: Medir la valoración de la comunidad financiera entre los usuarios

En cuanto a interactuar en la comunidad en línea, el 56.9% prefiere crear una comunidad en línea solo con amigos o conocidos, seguido de un 30% que lo haría de forma anónima, y una minoría opta por interactuar con todos los usuarios de Budget Master. Existe una asociación considerable entre la ocupación y la preferencia por la comunidad en línea ($p = 0.020$), con los estudiantes y aquellos que estudian y trabajan prefiriendo crear una comunidad solo con amigos o conocidos, mientras que los que solo trabajan muestran una mayor tendencia a interactuar de forma anónima.

En conclusión, los resultados de la investigación muestran que los usuarios prefieren una interfaz simple, personalizada y con gráficos, junto con múltiples opciones de soporte. Las diferencias en preferencias según sexo y ocupación subrayan la necesidad de una plataforma financiera adaptable para satisfacer mejor las diversas necesidades y expectativas de nuestros usuarios.

5.2.5. Insights y Recomendaciones

A partir de los resultados de la investigación cuantitativa, se pueden extraer diversos insights que son cruciales para mejorar la experiencia del usuario en Budget Master, nuestra app financiera.

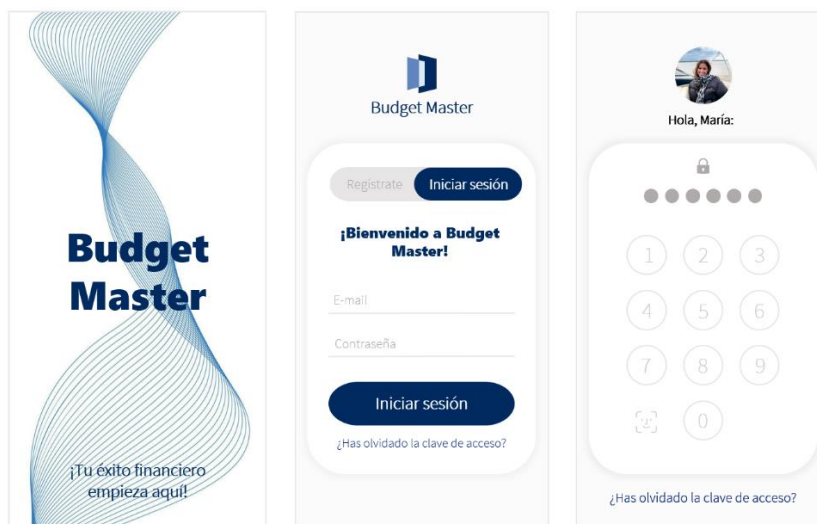
Primero, se observa una clara preferencia por un diseño simple en la pantalla de inicio, lo que sugiere que una interfaz limpia y minimalista, que incluya solo los elementos esenciales como el logo, el nombre y el Face ID. Por tanto, recomiendo optar por un diseño sencillo para la pantalla de inicio (Ilustración 4).

Ilustración 3: Logo de Budget Master.



Fuente: Elaboración propia. (2024)

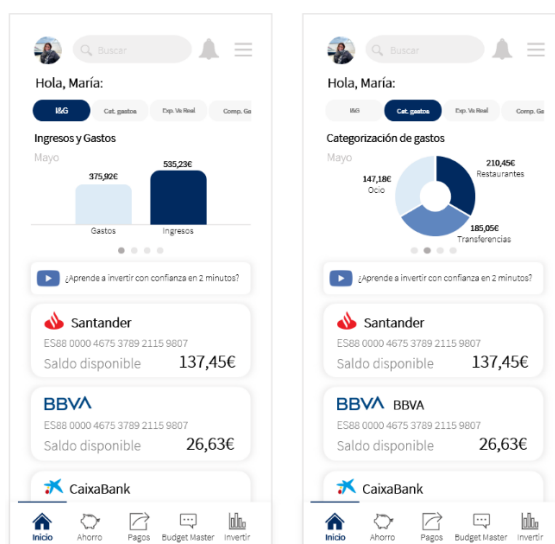
Ilustración 4: Pantalla de bienvenida e inicio de sesión de Budget Master.



Fuente: Elaboración propia. (2024)

En cuanto a la visualización de la información, la mayoría de los usuarios prefieren representaciones gráficas sobre datos numéricos. Por lo tanto, recomiendo implementar gráficos para funciones clave. Específicamente, se deben utilizar gráficos de barras para gastos periódicos e ingresos y gastos, gráficos de líneas para la comparativa de objetivos (expectativa vs. realidad) y gráficos circulares para la categorización de gastos (Ilustración 5).

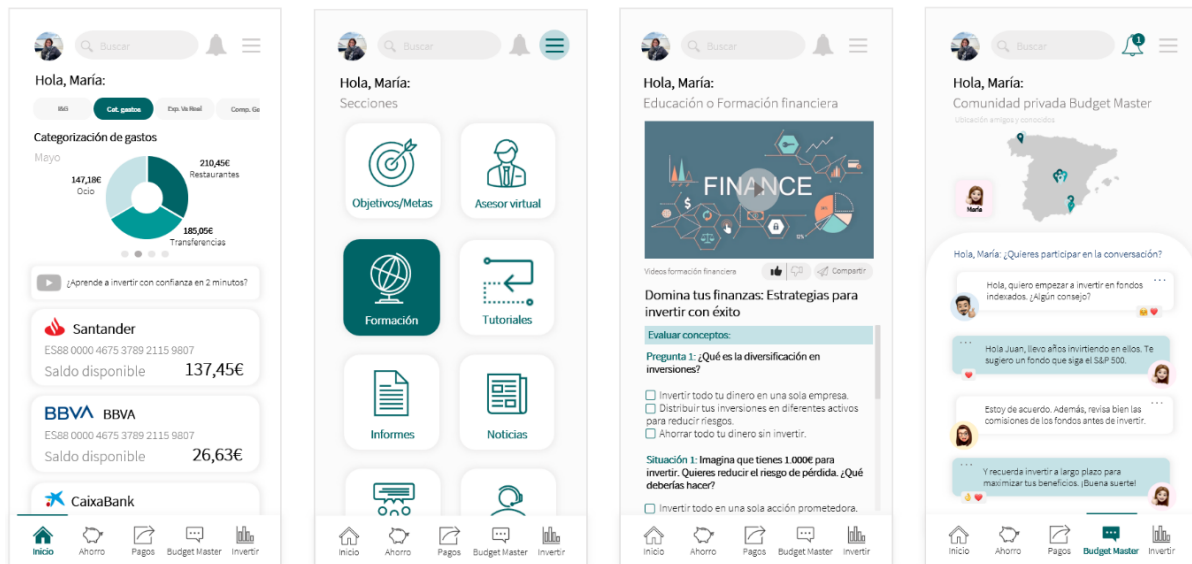
Ilustración 5: Pantalla inicial al entrar en Budget Master.



Fuente: Elaboración propia. (2024)

El color de la interfaz es otro aspecto importante, por lo que recomiendo ofrecer opciones de personalización que permitan a los usuarios elegir el color de la interfaz según sus preferencias. Por ejemplo, se podría sugerir el color azul para los hombres y el verde para las mujeres, permitiendo siempre la opción de cambiarlo según su gusto personal (Ilustración 6).

Ilustración 6: Pantallas principales de Budget Master en verde al seleccionar "Mujer" como género.



Fuente: Elaboración propia. (2024)

En términos de personalización de la interfaz, la mayoría de los usuarios prefieren reorganizar las funciones según sus necesidades específicas. Recomiendo implementar una opción de personalización que permita a los usuarios mover y organizar las funcionalidades en la pantalla principal. Esto mejorará la experiencia del usuario y aumentará su satisfacción y retención.

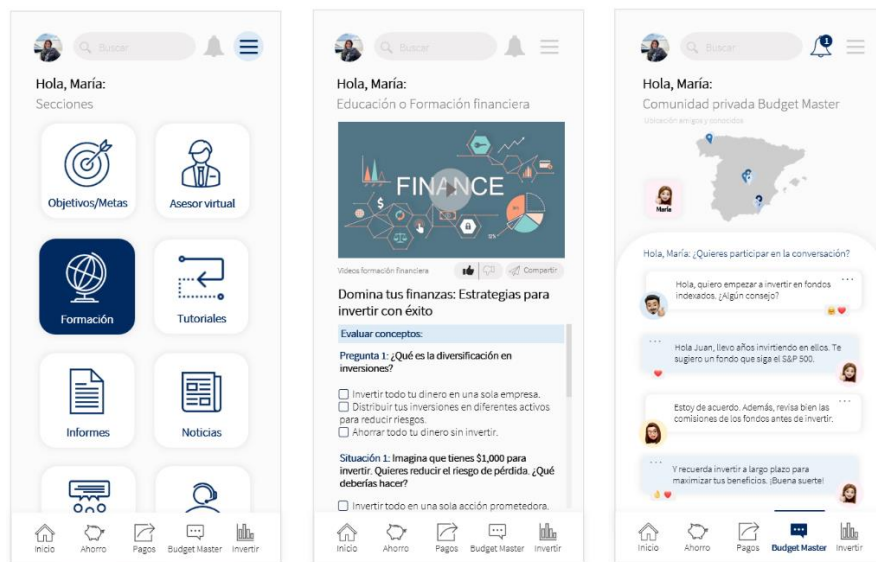
Para el apartado de secciones en el menú de la aplicación, recomiendo combinar iconos y palabras clave para facilitar la comprensión rápida de la información. Además, sugiero que la disposición sea en columnas, lo que contribuirá a una mejor organización visual y permitirá a los usuarios localizar las funciones con mayor facilidad (Ilustración 7).

Para el soporte, recomiendo ofrecer ambas opciones de soporte (ChatBot y teléfono de contacto) para asegurar que los usuarios puedan recibir ayuda de la manera que les resulte más conveniente. Inicialmente, el contacto podría ser a través de un ChatBot, con la opción de derivar a soporte telefónico si el problema no se resuelve.

En cuanto a la comunidad en línea, los usuarios prefieren crear comunidades solo con amigos o conocidos. Por lo tanto, recomiendo proporcionar opciones de privacidad y control sobre con quién interactúan los usuarios, permitiendo la formación de grupos privados dentro de la aplicación (Ilustración 7). Asimismo, se debe habilitar una opción de interacción anónima para aquellos que prefieren esta modalidad.

Respecto al formato de los tutoriales, existe una clara preferencia por las secuencias “paso a paso” con texto escrito, por lo que es lo que se debería implementar. Además, los videos de educación financiera deben ser opcionales para todos, ya que no todos los usuarios desean acceder a este tipo de contenido. Otra de las cosas que se pueden implementar es poner preguntas tipo test o preguntas en formato gamificado después de cada video, con el objetivo de afianzar conceptos y evaluar lo aprendido. Estas también deben ser siempre en formato opcional (Ilustración 7).

Ilustración 7: Pantallas de secciones, educación financiera y comunidad en línea.



Fuente: Elaboración propia. (2024)

En conclusión, la personalización y flexibilidad son clave para mejorar la experiencia del usuario en Budget Master, permitiendo adaptar la aplicación a las preferencias individuales y optimizando su satisfacción y retención. Implementar estas recomendaciones asegurará una plataforma más intuitiva y atractiva para todos nuestros usuarios.

6. DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING DE BUDGET MASTER

6.1. Fundamentos del Lanzamiento por Fases

El lanzamiento por fases de una aplicación móvil es una estrategia de marketing diseñada para maximizar el impacto, minimizar los riesgos y optimizar los recursos durante su introducción en el mercado. Este enfoque escalonado permite a las empresas implementar mejoras continuas basadas en retroalimentación real, gestionar eficientemente los recursos financieros y humanos, y adaptar la estrategia en respuesta a las demandas del mercado y la competencia. A continuación, voy a detallar los beneficios clave de esta estrategia:

- **Reducción de riesgos:** Al lanzar una app por etapas, se pueden identificar y corregir problemas de manera más rápida y eficiente, minimizando los riesgos de un lanzamiento fallido.
- **Feedback continuo:** El lanzamiento por fases permite obtener retroalimentación de los usuarios a lo largo del proceso, lo que ayuda a mejorar continuamente la aplicación.
- **Gestión de recursos y costes:** Este enfoque escalonado facilita la asignación eficiente de recursos humanos y financieros, evitando gastos innecesarios.
- **Estrategias de marketing efectivas:** El lanzamiento por fases permite implementar estrategias de marketing más precisas y adaptadas a cada etapa, como campañas de expectativa (*teasers*, contenido exclusivo, cuenta regresiva, hashtags, ...) en redes sociales antes del lanzamiento.
- **Escalabilidad y adaptabilidad:** Al lanzar la app por fases, es más fácil escalar y adaptar la aplicación según la demanda y los cambios en el mercado.
- **Generación de expectativas y demanda:** Las estrategias de pre-lanzamiento y lanzamiento por etapas ayudan a generar expectativa y demanda gradualmente, lo que se traduce en más descargas y usuarios.
- **Medición y análisis continuo:** Este enfoque permite medir y analizar el desempeño de la aplicación en cada fase, para tomar decisiones informadas sobre mejoras y ajustes.
- **Adaptación eficaz a la competencia:** Al lanzar la app por fases, es más fácil monitorear a la competencia y adaptar la estrategia en consecuencia.

En resumen, el lanzamiento por fases de una aplicación es una estrategia integral que ayuda a minimizar riesgos, optimizar recursos, generar demanda, medir y analizar continuamente, y adaptarse ágilmente a la competencia. Este enfoque escalonado y estructurado es crucial para garantizar un lanzamiento exitoso y sostenible en el tiempo en un mercado cada vez más competitivo y dinámico.

6.2. Estrategias de Marketing por Fases

Para dar a conocer nuestra aplicación financiera Budget Master, he desarrollado dos planes de marketing en función de nuestra disponibilidad de recursos financieros. En el escenario sin recursos financieros, siendo este el más realista, nos enfocaremos en estrategias de bajo coste divididas en cuatro fases. Sin embargo, en el segundo escenario, contando con recursos financieros, integraremos estrategias de marketing digital y tradicional para potenciar nuestro alcance e impacto en el mercado.

En primer lugar, describiré el plan de marketing para el escenario sin recursos financieros:

6.2.1. Estrategias de marketing sin recursos financieros

A continuación, presentaré las cuatro fases que implementaremos para promocionar nuestra app financiera, Budget Master, con el objetivo de alcanzar efectivamente a nuestro público objetivo. Esta situación se ajusta a nuestra realidad actual, ya que somos una *startup* nueva con recursos financieros limitados. Por ello, hemos diseñado estas cuatro fases, que nos ayudarán a dar a conocer nuestra aplicación con un presupuesto reducido.

Fase 1: Utilización de Redes Sociales Propias y *email marketing*.

En esta fase, maximizaremos el uso de nuestras redes sociales para promocionar el lanzamiento de Budget Master. Nos enfocaremos en crear y compartir contenido relevante que eduque e interese a nuestra audiencia, además de interactuar activamente con nuestros seguidores para fomentar una comunidad comprometida. Implementaremos estrategias como concursos, sorteos y promociones para aumentar la visibilidad y el *engagement* de nuestra aplicación.

Además, utilizaremos el *email marketing*, una estrategia de bajo coste con un alto impacto, para mantener informados a nuestros usuarios sobre novedades, ofertas y contenido educativo. Esto nos permitirá alcanzar de manera efectiva a nuestro público objetivo y mantener una comunicación directa.

También utilizaremos herramientas analíticas como *Google Analytics* y las métricas integradas de cada plataforma, como Instagram *Insights*, para medir el alcance y la interacción.

Fase 2: Contacto con colegios y universidades de fácil acceso.

Promocionaremos Budget Master directamente en instituciones educativas. Esta fase incluye la realización de presentaciones y talleres interactivos en colegios y universidades, así como la distribución de material informativo que demuestre cómo nuestra aplicación puede ayudar a los estudiantes a gestionar sus finanzas de manera efectiva. Comenzaremos por aquellas instituciones con las que ya hemos tenido contacto, como el Colegio Everest y la Universidad Pontificia de Comillas, donde he cursado mis estudios. Aprovechando estas conexiones, estableceremos relaciones con otras instituciones, como la Universidad Francisco de Vitoria, que tiene convenios y colabora con los colegios del Regnum Christi, y otras universidades y colegios de la Compañía de Jesús, dado que Comillas forma parte de esta red. Mediremos el éxito a través de encuestas de satisfacción y el número de descargas de la aplicación obtenidas a partir de estas presentaciones.

Fase 3: Comunidad en línea y avatares

En la tercera fase, desarrollaremos una comunidad dentro de Budget Master donde los usuarios podrán conectarse con amigos y conocidos, creando una red de apoyo dinámica y útil. Esta plataforma permitirá a los usuarios crear perfiles personalizados con avatares. Fomentaremos la interacción y el compromiso mediante características personalizables y elementos de gamificación. Los usuarios podrán compartir experiencias, ofrecer y recibir consejos, y motivarse mutuamente para alcanzar sus metas financieras. Por último, implementaremos un sistema de *feedback* y recompensas para incentivar la participación activa y medir el compromiso de los usuarios.

Fase 4: Eventos, colaboraciones y alianzas y *webinars* educativos

Organizaremos y participaremos en eventos relacionados con la educación financiera para posicionar a Budget Master como una herramienta innovadora y esencial para los jóvenes. Además, buscaremos colaboraciones y alianzas con otras empresas y organizaciones para ampliar nuestro alcance y fortalecer nuestra credibilidad. También llevaremos a cabo *webinars* educativos que muestren a los usuarios cómo funciona la aplicación y traten diversos temas financieros relevantes, consolidando nuestra reputación como líderes en educación financiera y ofreciendo contenido valioso a nuestra audiencia. Para llevar a cabo estos eventos utilizaremos plataformas como *Zoom* y *Google Meet*, y evaluaremos el éxito de estos a través de la asistencia y las tasas de retención de los participantes.

Con estas cuatro fases estratégicas, estoy segura de que Budget Master alcanzará a su público objetivo de manera efectiva, promoviendo la educación financiera y capacitando a los jóvenes para que gestionen sus finanzas con éxito.

6.2.2. Estrategias de marketing con recursos financieros

En el caso de contar con recursos financieros, la integración de estrategias de marketing digital y tradicional puede potenciar significativamente la visibilidad y el impacto de nuestra aplicación en el mercado. Al combinar ambos enfoques, se puede llegar a una audiencia más amplia y diversa, maximizando nuestras oportunidades de éxito.

Para financiar estas estrategias, planeamos obtener recursos financieros a través de dos fuentes principales. La primera es mediante la aportación económica de los fundadores de la empresa, conocido como "*bootstrapping*", que implica nuestra inversión directa en el proyecto. La segunda fuente es a través del "*equity-funding*", que puede ser de diferentes formas, como, por ejemplo, las 3 F's (Family, Friends, and Fools), *venture capitals*, *business angels*, *crowdfunding*, y subvenciones públicas procedentes de fondos europeos, como el programa Activa *Startups* financiado por *NextGenerationEU*. En nuestro caso, considero que las formas más sencillas de obtener financiación son a través de nuestra propia aportación y el apoyo de familiares, amigos y conocidos (las 3 F's), ya que son los métodos más accesibles.

A continuación, voy a detallar las estrategias que podríamos llevar a cabo divididas en publicidad en medios tradicionales, marketing digital y eventos y patrocinios.

Publicidad en Medios Tradicionales

Para alcanzar al público joven, es más efectivo optar por plataformas y ubicaciones estratégicas en lugar de medios tradicionales como la televisión y la radio, que no son tan populares entre este grupo demográfico. Anunciarse en servicios de streaming, como Prime Video, que ha comenzado a incluir anuncios en sus transmisiones, es una excelente manera de captar la atención de los jóvenes durante sus momentos de ocio. Además, es más económico.

La publicidad en espacios públicos también puede tener un gran impacto. Colocar carteles en estaciones de autobuses y en el metro, así como *billboards* ubicados en calles y avenidas más frecuentadas, como Gran Vía, Moncloa, Callao y Alberto Aguilera, nos garantizarán una alta visibilidad entre el público joven que frecuenta estas zonas.

Asimismo, la prensa y las revistas dirigidas a jóvenes, especialmente en formato online, son canales efectivos para destacar los beneficios de nuestra aplicación financiera Budget Master. Desde mi punto de vista, y según la experiencia de las personas cercanas a mí, la prensa y las noticias son mayormente

seguidas a través de redes sociales como Instagram y TikTok. Estar en el lugar adecuado en el momento adecuado es fundamental. Si llevamos a cabo estas actividades, Budget Master tendrá un éxito significativo al captar la atención del público joven y mantenerse presente en la mente de nuestros potenciales clientes.

Marketing Digital

Implementar campañas pagadas en redes sociales como Instagram, TikTok y YouTube es esencial para alcanzar a los jóvenes interesados en finanzas personales. Utilizar herramientas de segmentación en estas plataformas nos permiten llegar de manera efectiva a este público específico. Además, el marketing de influencers puede jugar un papel importante. Colaborar con *influencers* relevantes o *microinfluencers*, especialmente aquellos jóvenes universitarios con una audiencia interesada en finanzas personales, puede ayudarnos a crear contenido auténtico y atractivo que resuene con nuestro *target*.

Por otro lado, optimizar el sitio web de Budget Master y realizar campañas de SEO y SEM es fundamental para aumentar la visibilidad de la aplicación y atraer tráfico orgánico. Estas acciones no solo mejoran el posicionamiento en los resultados de búsqueda, sino que también incrementan las descargas de la app. Con estas actividades, Budget Master garantizará su éxito en el ámbito digital.

Eventos y Patrocinios

Participar y patrocinar eventos relevantes puede reforzar la presencia de Budget Master en el mercado. Asistir a ferias universitarias y conferencias sobre emprendimiento y tecnología nos permiten interactuar directamente con nuestro público objetivo, ofreciendo la oportunidad de demostrar las ventajas de nuestra aplicación en persona. Además, patrocinar actividades deportivas y culturales populares entre los jóvenes, como conciertos y competiciones deportivas, también nos puede ayudar a generar interés y reconocimiento de marca.

En resumen, integrar estas estrategias de marketing digital y tradicional permitirá a Budget Master maximizar la efectividad de sus campañas. Si llevamos a cabo estas actividades, aseguraremos que se llegue a un público joven a través de múltiples canales y estrategias, optimizando así el impacto y la visibilidad de la aplicación en el mercado, y garantizando su éxito.

6.3. Implementación del Plan por Fases

Para llevar a cabo el lanzamiento y promoción de nuestra aplicación financiera Budget Master, hemos diseñado un plan de implementación estructurado en cuatro fases estratégicas. Cada fase tiene objetivos claros y actividades específicas enfocadas en alcanzar de manera efectiva a nuestro público objetivo, principalmente jóvenes estudiantes y profesionales (Ilustración 8).

Como startup que cuenta con un presupuesto limitado, hemos adaptado el plan de lanzamiento para optimizar recursos y aprovechar al máximo las oportunidades de crecimiento orgánico. Nuestro enfoque se centra en ser creativos, flexibles y efectivos en la ejecución de las fases, midiendo constantemente el impacto de cada iniciativa para asegurar el éxito de nuestra aplicación financiera.

A continuación, voy a detallar las cuatro fases del plan de implementación, incluyendo la duración, objetivos, actividades clave y métricas de éxito para cada una de ellas:

Ilustración 8: Fases del plan de marketing de Budget Master



Fuente: Elaboración propia (2024)

Fase 1: Utilización de Redes Sociales Propias y email marketing

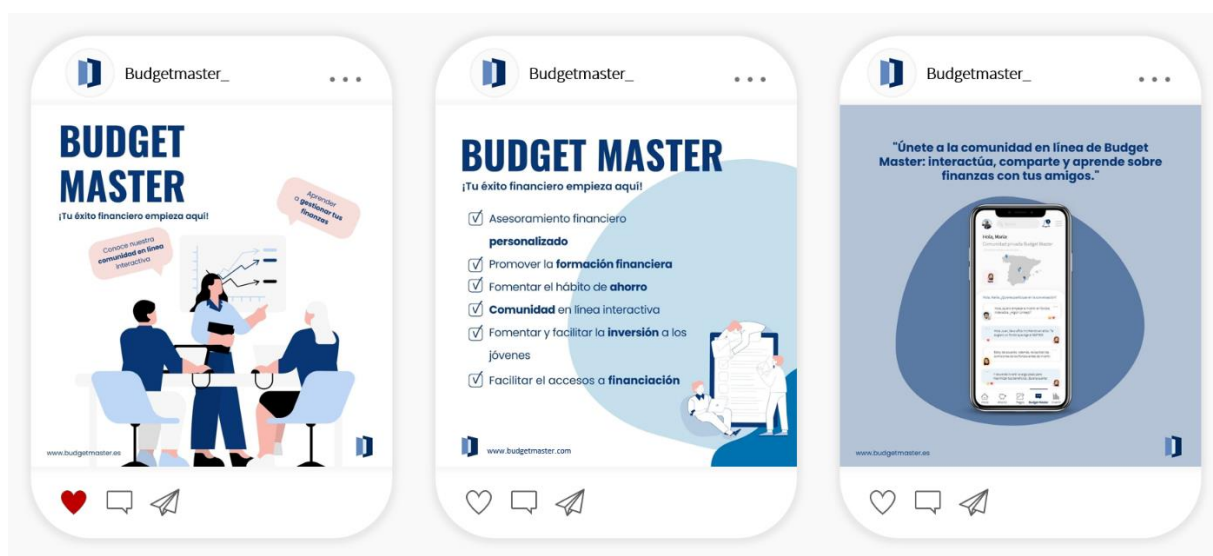
Duración: 3 meses

Objetivo: Crear conciencia sobre Budget Master y aumentar la visibilidad de la aplicación.

Actividades:

- Crear un calendario de publicaciones para los perfiles de empresa en redes sociales (Instagram, TikTok, YouTube, etc.) que incluya temas educativos, promocionales y de engagement. Por ejemplo, para las ofertas y promociones, podríamos implementar incentivos por registro, promociones por referidos (incentivando a nuestros usuarios a invitar a sus amigos) y períodos de prueba gratuitos del plan *premium*. Además, es esencial crear y compartir contenido educativo e informativo sobre finanzas personales (*Ilustración 9*).
- Participar en tendencias y retos virales en redes para aumentar el alcance orgánico.
- Crear contenido específico para estudiantes y jóvenes, destacando cómo Budget Master puede ayudarlos en la gestión de sus finanzas personales.
- Interactuar activamente con la audiencia para fomentar *engagement*: Responder a comentarios y mensajes, y participar en conversaciones relevantes.
- Desarrollar campañas de lanzamiento con concursos y sorteos con el objetivo de generar interés.
- Enviar boletines semanales con actualizaciones de la aplicación, nuevas características, noticias relevantes y consejos financieros.
- Utilizar *Google Analytics* y las métricas integradas de las plataformas sociales para medir el alcance y ajustar estrategias.

Ilustración 9: Boceto de publicaciones de la app en las redes sociales de Budget Master



Fuente: Elaboración propia. (2024)

Fase 2: Contacto con colegios y universidades de fácil acceso.

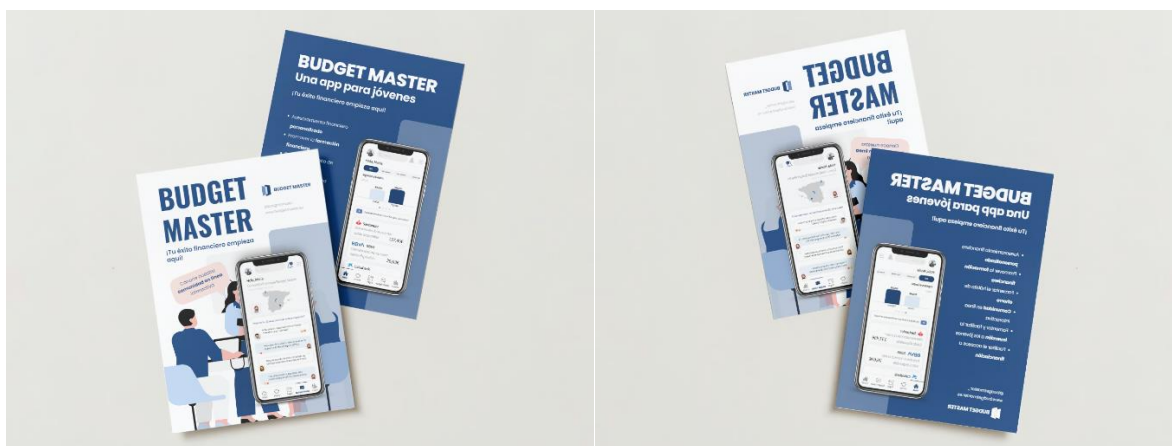
Duración: 4 meses

Objetivo: Llegar a estudiantes y jóvenes a través de instituciones educativas.

Actividades:

- Organizar sesiones interactivas en colegios y universidades para dar a conocer Budget Master.
- Distribuir folletos y guías (material informativo) sobre la aplicación y su utilidad tanto en la puerta de universidades como en los talleres que se realicen en los colegios y universidades (Ilustración 10).
- Priorizar instituciones con las que ya tenemos conexiones para agilizar el proceso.
- Establecer conexiones con nuevas instituciones educativas y fortalecer las existentes.
- Realizar encuestas para recoger *feedback*.

Ilustración 10: Boceto de *flyers* informativos de Budget Master



Fuente: Elaboración propia. (2024)

Fase 3: Comunidad en línea y avatares.

Duración: 6 meses

Objetivo: Fomentar una comunidad de usuarios comprometidos y aumentar la retención de usuarios.

Actividades:

- Desarrollar una mínima versión viable (MVP) de la comunidad en línea para testear con nuestros usuarios. Esto nos va a permitir probar el concepto, identificar posibles problemas y recoger opiniones antes de invertir más recursos en el desarrollo completo.
- Implementar características que permitan a los usuarios crear y personalizar sus avatares.
- Introducir incentivos o recompensas por cumplimiento de objetivos.
- Implementar elementos de gamificación para incentivar la interacción.
- Realizar eventos virtuales dentro de la aplicación para fomentar la participación y el sentido de comunidad entre los usuarios.
- Crear espacios dentro de la aplicación para que los usuarios compartan experiencias y consejos, en formato blog o foro.
- Establecer un sistema para recoger feedback de los usuarios y realizar mejoras continuas.
- Promover la nueva funcionalidad a través de las redes sociales y la propia aplicación.

Fase 4: Eventos, colaboraciones, alianzas y webinars educativos.

Duración: 5 meses

Objetivo: Posicionar a Budget Master como una herramienta innovadora y esencial para la educación financiera, y aumentar la credibilidad y el alcance de la aplicación.

Actividades:

- Seleccionar eventos y ferias gratuitos o de bajo coste en el sector financiero y educativo.
- Participar en mesas redondas, conferencias y charlas relacionadas con emprendimiento, tecnología y la educación financiera.
- Planificar y llevar a cabo *webinars* educativos utilizando plataformas como Zoom y Google Meet.
- Contactar empresas y organizaciones para establecer colaboraciones y alianzas. Por ejemplo, buscar asociaciones con empresas como las Big Four, Amazon, Fever y Heineken, que cuentan con un gran número de empleados jóvenes, para incentivar que aprendan a gestionar sus finanzas.
- Implementar un programa de referidos para aprovechar el boca a boca.
- Promover los eventos y colaboraciones a través de las redes sociales y la propia aplicación.
- Implementar encuestas de satisfacción post-evento.

Con estas cuatro fases estratégicas bien definidas, estamos seguros de que Budget Master alcanzará a su público objetivo de manera efectiva, promoviendo la educación financiera y capacitando a los jóvenes para que gestionen sus finanzas con éxito. Este plan detallado asegura que cada fase se implemente con claridad y con un propósito, permitiendo un seguimiento y evaluación continua del progreso y adaptaciones necesarias para maximizar el éxito de nuestra startup.

7. CONCLUSIONES

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado ha sido realizar una investigación de mercados sobre el diseño y elaborar un plan de marketing para el lanzamiento de Budget Master, una aplicación de asesoramiento financiero dirigida a jóvenes entre 18 y 35 años. Este trabajo ha implicado un análisis profundo del mercado y la identificación de las necesidades y preferencias del público objetivo en cuanto a la estética y el diseño de una app financiera.

La metodología de la investigación ha combinado enfoques cualitativos y cuantitativos, utilizando herramientas como *focus groups* y encuestas. Estas técnicas me han permitido obtener una visión integral y detallada sobre las expectativas y preferencias de los usuarios en cuanto a disposición y organización de la pantalla, personalización, funcionalidades y usabilidad. Esto ha sido crucial para el desarrollo de Budget Master. Entre los *insights* más destacados, he identificado preferencias claras en cuanto al diseño y color de la interfaz, las funcionalidades clave que debe incluir y la necesidad de herramientas personalizadas que faciliten la gestión financiera diaria de los clientes.

Gracias a esta investigación, hemos podido crear una aplicación que no solo cumple con las expectativas estéticas del público objetivo, sino que también satisface sus necesidades específicas. Como resultado, Budget Master no solo ofrece una interfaz atractiva y funcional, sino que también incluye elementos diferenciadores, como la educación financiera y la creación de una comunidad en línea, donde los usuarios pueden interactuar y apoyarse mutuamente.

En cuanto a las estrategias de marketing, he diseñado un plan de lanzamiento por fases que incluye el uso intensivo de redes sociales propias de la empresa, la organización y participación en eventos financieros, tecnológicos y de emprendimiento, y la colaboración con instituciones educativas y organizaciones afines. Las estrategias propuestas se han adaptado a nuestra realidad de recursos financieros limitados, enfocándonos en estrategias de bajo coste pero de alto impacto.

Considero que mi contribución al equipo ha sido bastante significativa, aportando una investigación y un plan de marketing innovador. En resumen, Budget Master se presenta como una solución innovadora y accesible, diseñada para ayudar a los jóvenes a gestionar sus finanzas de manera más efectiva y consciente. Este proyecto no solo ha permitido el desarrollo de una herramienta útil para los jóvenes, sino que también destaca la importancia de la educación financiera y la colaboración en la era digital.

En conclusión, este TFG contribuye al éxito de Budget Master en el mercado de aplicaciones financieras.

8. BIBLIOGRAFÍA

- 10 estrategias para un lanzamiento de producto exitoso (con ejemplos). (2023, December 13). *Hubspot*.
<https://blog.hubspot.es/marketing/lanzamiento-de-producto#plan>
- Admin, & Admin. (2023, May 30). 6 fases para crear Estrategias de Marketing - Especialistas en SuiteCRM - Activalink. *Especialistas en SuiteCRM - Activalink*.
<https://www.activalink.com/6-fases-crear-tu-estrategia-de-marketing/>
- Allendesalazar, P. (2023, November 14). El Banco de España constata la “bastante pobre” educación financiera de los ciudadanos. *www.elperiodico.com*.
<https://www.elperiodico.com/es/economia/20231114/banco-espana-pobre-educacion-financiera-angel-gavilan-ocde-94596271>
- Blanco, C. (2023, October 2). España se sitúa en los últimos lugares de conocimientos financieros. *Estrategias De Inversion*. <https://www.estrategiasdeinversion.com/fondos/espana-se-situa-en-los-ultimos-lugares-de-conocimientos-n-649959>
- Bluecoins – Best finance app on Android*. (2022, December 26). <https://www.bluecoinsapp.com/>
- Carmona, N. (2023, May 10). *Educación financiera, cada vez más necesaria*.
<https://www.educaweb.com/noticia/2023/10/02/educacion-financiera-cada-vez-mas-necesaria-21353/>
- Communications. (2023, October 31). ¿A qué ayudas y subvenciones pueden optar las startups? *BBVA NOTICIAS*. <https://www.bbva.com/es/innovacion/a-que-ayudas-y-subvenciones-pueden-optar-las-startups/>
- Creatuaplicacion. (2021, March 23). *La importancia de un buen diseño para tu app - Crea Tu Aplicación*. Crea Tu Aplicación. <https://cretuaplicacion.com/la-importancia-de-un-buen-disenio-para-tu-app/>
- ¿Cuáles son las etapas del proceso de marketing? descúbrelo aquí. (2023, November 17). Liderlogo Agencia De Diseño Y Marketing. <https://www.liderlogo.es/marketing/cuales-son-las-etapas-del-proceso-de-marketing-descubrelo-aqui/>

El email marketing no pasa de moda: cifras récord en tasas de clic y conversión. (2024, April 16).

Emprendedores.

https://www.google.com/search?q=email+marketing+es+una+estrategia+de+bajo+coste%3F&rlz=1C1ONGR_esES1023ES1023&oq=email+marketing+es+una+estrategia+de+bajo+coste%3F&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIHCAEQIRigATIHCAlQIRigATIHCAMQIRifBdIBCTEzNTE1ajBqN6gCALACAA&sourceid=chrome&ie=UTF-8

España es el cuarto país de la Unión Europea con peor educación financiera. (2023, April 26).

Dirigentes Digital. <https://dirigentesdigital.com/dirigentes/financiero/espana-cuarto-pais-ue-peor-educacion-financiera>

Ewen, J. (2019, February 18). *Diseño de la aplicación frente a la funcionalidad: qué es más*

importante - UX y UI de la aplicación. Tamoco. <https://www.tamoco.com/es/blog/blog-app-design-app-functionality-ux-ui/>

Fernández, C. (2024, May 2). *UX en las apps y la importancia del diseño.* ABAMobile.

<https://abamobile.com/web/disenio-y-experiencia-de-usuario-ux-en-aplicaciones/>

Fintonic. (n.d.). *Organiza tu Dinero y Ahorra con la App de Fintonic.* Fintonic.

<https://www.fintonic.com/es-ES/inicio/>

Flores, G., & Flores, G. (2023, July 10). *Estrategias de marketing para apps.* Agencia Inbound

Marketing En Barcelona | nothingAD. <https://nothingad.com/blog/estrategias-de-marketing-digital-aplicaciones-moviles/>

Ipglobal. (2024, February 5). *Accede a las ayudas de los fondos europeos para pymes - LDK.* LDK.

https://localdigitalkit.com/fondos-europeos/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwx-CyBhAqEiwAeOcTdT0a-sPw9husQMwGYayVhIiaxSKAAMi03AdCf_OKOyb4LZUGFfQXxoCuN4QAvD_BwE

Pasos del proceso de gestión de lanzamientos | Blog Lucidchart. (2020, June 30).

<https://www.lucidchart.com/blog/es/proceso-gestion-lanzamientos>

Reflectly. (n.d.). *Monefy | Handy personal finance management tool for iOS and Android.*

<https://monefy.me/>

- Salazar, M. (2024, March 2). *¿Cuáles son las fases para el desarrollo de una aplicación móvil?* Arcetec Soluciones Tecnológicas. <https://www.arcetec.com.co/desarrollo-de-aplicacion-movil/>
- SPENDEE a.s. www.spendee.com. (n.d.). *Money Manager & Budget Planner* | Spendee. Copyright 2024 SPENDEE a.s. | All Rights Reserved. <https://www.spendee.com/>
- Telefónica. (2023, November 28). Qué es una startup, sus características y cómo se financia. *Telefónica*. <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/que-es-una-startup-sus-caracteristicas-y-como-se-financia/>
- Trabajar por el mundo. (2022, February 1). *Las 25 empresas más deseadas por los jóvenes para trabajar en 2018*. Trabajar Por El Mundo: Empleo, Formación, Teletrabajo. <https://trabajarporelmundo.org/empresas-mas-deseadas-trabajar/>
- Yusta, C. (2024, March 13). *Cultura financiera para acabar con la exclusión de las personas vulnerables*. El Español. https://www.elespanol.com/invertia/20231026/cultura-financiera-acabar-exclusion-personas-vulnerables/1003218748094_32.html

9. DECLARACIÓN DE USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN TRABAJOS FIN DE GRADO

ADVERTENCIA: Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, **María García Gibert**, estudiante de **Administración y Dirección de Empresas (E-2)** de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado **“Investigación de mercados del diseño y plan de marketing para el lanzamiento de Budget Master: una aplicación de asesoramiento financiero.”**, declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Constructor de plantillas:** Para diseñar formatos específicos para secciones del trabajo.
3. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
4. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.
5. **Generador de encuestas:** Para diseñar cuestionarios preliminares.
6. **Generador de imágenes:** Generación de imágenes con DALLE en ChatGPT (solo en la parte del cuestionario)

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: Junio de 2024

Firma: _____



10. ANEXOS

Anexo 1: Enlace a las transcripciones de las entrevistas en grupo “*focus groups*”.

Focus Group 1:

https://upcomillas-my.sharepoint.com/:w:/g/personal/202002087_alu_comillas_edu/EeFnzq86xTVNuOLBPow0N6QBNuby6EVJIaREa_yqwx_DjQ?e=JHNTi9

Focus Group 2:

https://upcomillas-my.sharepoint.com/:w:/g/personal/202002087_alu_comillas_edu/EYXg1u03qLpFloNXmXWc-gUBxcIF1TIO0Ut7dsOGryWg2w?e=62AF8L

Anexo 2: Tablas de Jamovi.

Frecuencias

Frecuencias de Pantalla de inicio

Pantalla de inicio	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Diseño simple (con logo, nombre y Face ID)	74	54.0 %	54.0 %
Diseño llamativo	63	46.0 %	100.0 %

Frecuencias de Visualización

Visualización	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Con gráficos	85	62.0 %	62.0 %
Solo con números	52	38.0 %	100.0 %

Frecuencias de Color

Color	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Azul	69	50.4 %	50.4 %

Frecuencias de Color

Color	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Verde	51	37.2 %	87.6 %
Rojo	12	8.8 %	96.4 %
Ninguno de estos	5	3.6 %	100.0 %

Frecuencias de Categorización de gastos

Categorización de gastos	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
No	40	29.2 %	29.2 %
Sí	97	70.8 %	100.0 %

Frecuencias de Cuenta/tarjetas

Cuenta/tarjetas	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
No	20	14.6 %	14.6 %
Sí	117	85.4 %	100.0 %

Frecuencias de Ahorro

Ahorro	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
No	55	40.1 %	40.1 %
Sí	82	59.9 %	100.0 %

Frecuencias de Inversiones

Inversiones	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
No	79	57.7 %	57.7 %
Sí	58	42.3 %	100.0 %

Frecuencias de Transferencias/Bizum

Transferencias/Bizum	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
No	80	58.4 %	58.4 %
Sí	57	41.6 %	100.0 %

Frecuencias de Sexo

Sexo	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Hombre	44	32.1 %	32.1 %
Mujer	93	67.9 %	100.0 %

Frecuencias de Ocupación

Ocupación	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Estudias	65	47.4 %	47.4 %
Trabajas	23	16.8 %	64.2 %
Estudias y trabajas	49	35.8 %	100.0 %

Frecuencias de Formato videos Educación Financiera

Formato videos Educación Financiera	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Sí	47	34.3 %	34.3 %
No	13	9.5 %	43.8 %
Que sea opcional	77	56.2 %	100.0 %

Frecuencias de Formato de Tutoriales

Formato de Tutoriales	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
En video	40	29.2 %	29.2 %
En secuencias (paso a paso, con texto escrito)	97	70.8 %	100.0 %

Frecuencias de Formato de Tutoriales

Formato de Tutoriales	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Frecuencias de Informes

Informes	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Semanal	35	25.5 %	25.5 %
Mensual	85	62.0 %	87.6 %
Trimestral	13	9.5 %	97.1 %
Anual	1	0.7 %	97.8 %
No quiero informes	3	2.2 %	100.0 %

Frecuencias de Cambiar los colores interfaz

Cambiar los colores interfaz	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
No	82	59.9 %	59.9 %
Sí	55	40.1 %	100.0 %

Frecuencias de Misma interfaz para todos

Misma interfaz para todos	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
No	113	82.5 %	82.5 %
Sí	24	17.5 %	100.0 %

Frecuencias de Modo día/noche

Modo día/noche	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
No	121	88.3 %	88.3 %
Sí	16	11.7 %	100.0 %

Frecuencias de Reorganizar funciones

Reorganizar funciones	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
No	22	16.1 %	16.1 %
Sí	115	83.9 %	100.0 %

Frecuencias de Secciones

Secciones	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
En columnas con símbolos/iconos y texto	89	65.0 %	65.0 %
En filas con símbolos/iconos y texto	48	35.0 %	100.0 %

Frecuencias de Soporte

Soporte	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
A través de un teléfono de contacto	23	16.8 %	16.8 %
Mediante un ChatBot	14	10.2 %	27.0 %
Ambas	100	73.0 %	100.0 %

Frecuencias de Comunidad

Comunidad	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Solo con amigos/conocidos	78	56.9 %	56.9 %
Con todos los usuarios de Budget Máster	17	12.4 %	69.3 %
De forma anónima	42	30.7 %	100.0 %

Frecuencias de Comparativa de Gastos Periódicos (tipo de gráfico)

Comparativa de Gastos Periódicos (tipo de gráfico)	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Gráfico de barras	74	54.0 %	54.0 %

Frecuencias de Comparativa de Gastos Periódicos (tipo de gráfico)

Comparativa de Gastos Periódicos (tipo de gráfico)	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Gráfico circular	17	12.4 %	66.4 %
Gráfico de líneas	46	33.6 %	100.0 %

Frecuencias de Comparativa Logro de Objetivos (Exp vs. Real) (tipo de gráfico)

Comparativa Logro de Objetivos (Exp vs. Real) (tipo de gráfico)	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Gráfico de barras	55	40.1 %	40.1 %
Gráfico circular	14	10.2 %	50.4 %
Gráfico de líneas	68	49.6 %	100.0 %

Frecuencias de Categorización de Gastos (tipo de gráfico)

Categorización de Gastos (tipo de gráfico)	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Gráfico de barras	39	28.5 %	28.5 %
Gráfico circular	92	67.2 %	95.6 %
Gráfico de líneas	6	4.4 %	100.0 %

Frecuencias de Visualización Gastos e Ingresos (tipo de gráfico)

Visualización Gastos e Ingresos (tipo de gráfico)	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Gráfico de barras	85	62.0 %	62.0 %
Gráfico circular	21	15.3 %	77.4 %
Gráfico de líneas	31	22.6 %	100.0 %

Frecuencias de Noticias

Noticias	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
No	114	83.2 %	83.2 %

Frecuencias de Noticias

Noticias	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Sí	23	16.8 %	100.0 %

Frecuencias de Formación o Educación financiera

Formación o Educación financiera	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
No	123	89.8 %	89.8 %
Sí	14	10.2 %	100.0 %

Tablas de contingencia – Chi cuadrado

Color/Sexo

Tablas de Contingencia

Color	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Azul	31	38	69
Verde	10	41	51
Rojo	1	11	12
Ninguno de estos	2	3	5
Total	44	93	137

Pruebas de χ^2

	Valor	gl	p
χ^2	12.1	3	0.007
N	137		

Inversiones/Sexo

Tablas de Contingencia

Inversiones	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
No	18	61	79
Sí	26	32	58
Total	44	93	137

Pruebas de χ^2

	Valor	gl	p
χ^2	7.45	1	0.006
N	137		

Comunidad/Ocupación

Tablas de Contingencia

Comunidad	Ocupación			Total
	Estudios	Trabajas	Estudios y trabajas	
Solo con amigos/conocidos	34	9	35	78
Con todos los usuarios de Budget Máster	12	2	3	17
De forma anónima	19	12	11	42
Total	65	23	49	137

Pruebas de χ^2

	Valor	gl	p
χ^2	11.7	4	0.020
N	137		

Comunidad/Sexo

Tablas de Contingencia

Comunidad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Solo con amigos/conocidos	26	52	78
Con todos los usuarios de Budget Máster	5	12	17
De forma anónima	13	29	42
Total	44	93	137

Pruebas de χ^2

	Valor	gl	p
χ^2	0.136	2	0.934
N	137		

Reorganizar funciones/Sexo

Tablas de Contingencia

Reorganizar funciones	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
No	11	11	22
Sí	33	82	115
Total	44	93	137

Pruebas de χ^2

	Valor	gl	p
χ^2	3.84	1	0.050
N	137		

Formato Tutoriales/sexo

Tablas de Contingencia

Formato de Tutoriales	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
En video	20	20	40
En secuencias (paso a paso, con texto escrito)	24	73	97
Total	44	93	137

Pruebas de χ^2

	Valor	gl	p
χ^2	8.29	1	0.004
N	137		

Formato videos Educación financiera/ocupación

Tablas de Contingencia

Formato videos Educación Financiera	Ocupación			Total
	Estudias	Trabajas	Estudias y trabajas	
Sí	31	4	12	47
No	5	3	5	13
Que sea opcional	29	16	32	77
Total	65	23	49	137

Pruebas de χ^2

	Valor	gl	p
χ^2	10.2	4	0.036
N	137		