



**Universidad de San Andrés**

**Escuela de Negocios  
Maestría en Negocios Digitales**

**“OIKOS, una nueva forma de organizar las  
finanzas del hogar”**

*Segmento: Parejas / personas solas  
Mercado: Latam*

**Autor: Maica Borda**

Mentor del Trabajo Final de Graduación:  
Alejandro Fernández Coya

Buenos Aires, Agosto 2023

# Índice

<b>1. Resumen Ejecutivo.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Marcos conceptuales y herramientas de management utilizadas.....</b>	<b>5</b>
<b>3. El cliente.....</b>	<b>7</b>
3.1 Segmentos.....	9
3.2 Arquetipos de clientes.....	10
3.3 Proceso de validación.....	12
<b>4. La propuesta de valor.....</b>	<b>15</b>
<b>5. El product market fit.....</b>	<b>20</b>
5.1 Value Proposition Canvas.....	22
5.2 MVP: Producto mínimo viable.....	24
<b>6. El tamaño de la oportunidad.....</b>	<b>26</b>
<b>7. Competencia.....</b>	<b>29</b>
<b>8. Industria.....</b>	<b>32</b>
<b>9. El modelo de negocio.....</b>	<b>34</b>
<b>10. Go to Market Plan.....</b>	<b>37</b>
Asociaciones Clave.....	40
Riesgos asociados al Go to market.....	41
<b>11. Recursos, procesos y plan operativo del negocio.....</b>	<b>44</b>
<b>12. Plan Operativo de Negocio de Oikos.....</b>	<b>46</b>
<b>13. Proyecciones Financieras / Units Economics.....</b>	<b>49</b>
Proyecciones financieras.....	49
Tasa de Crecimiento de usuarios.....	49
Estado de Resultados.....	50
Units Economics.....	54
<b>Anexos.....</b>	<b>56</b>

# 1. Resumen Ejecutivo

La administración económica del hogar es una tarea necesaria, aunque se realice de forma intuitiva. Y como sucede normalmente las finanzas familiares suelen recaer en una de las personas que conforman la familia.

Con la diversificación del concepto de familia, con la cantidad de gastos que día a día se transforman en más diversos y versátiles y con el contexto macroeconómico con el cual solemos convivir (ya sea Argentina o cualquier país de Latinoamérica), se vuelve cada vez más necesario que la administración de las finanzas familiares se realice de manera compartida y on-line, con la menor cantidad de herramientas posible.

Ante la problemática que muchos enfrentan al intentar organizar sus finanzas de manera colaborativa, surgió la idea de crear Oikos, una aplicación en línea que permite a las parejas y familias gestionar sus finanzas de manera sencilla en un solo lugar.

La aplicación permite a los usuarios cargar sus ingresos y gastos mensuales, lo que automáticamente crea un cashflow y les permite visualizar qué porcentaje de sus ingresos pueden destinarse al ahorro. Además, si los usuarios no pueden ahorrar, la aplicación les sugiere áreas donde pueden efficientizar los gastos para lograr su objetivo.

Otro diferencial importante de la aplicación es la posibilidad de establecer objetivos económicos personalizados, como la compra de un automóvil o las próximas vacaciones en familia, en donde los usuarios podrán visualizar el grado de cumplimiento de estos objetivos en tiempo real.

Estos features son los principales diferenciadores de Oikos, lo que lo convierte en una aplicación indispensable para parejas y familias que buscan una herramienta práctica y efectiva para administrar sus finanzas en conjunto.

Con Oikos, la gestión colaborativa de las finanzas se convierte en un proceso más simple, eficiente y transparente.

¿Qué tan grande es el mercado? La necesidad existe a nivel mundial porque todas las parejas o familias siempre tienen alguna finanza que organizar. Se analizó toda la población de latinoamérica que podría consumir Oikos y se estimó que la app podría tener 252K de usuarios en 3 años, lo que equivaldría a tener una ganancia neta de U\$410K.

¿Quiénes van a ser nuestros usuarios? Parejas que tengan sus finanzas ordenadas, es decir, que ya vengán utilizando alguna herramienta para la administración de los ingresos; parejas que tengan finanzas desordenadas (nunca utilizaron ninguna herramienta ni tampoco saben cuánto gastan ni cuánto ahorran) y personas que vivan solas, porque también tienen la necesidad de organizar sus finanzas.

El equipo para lograr este proyecto está conformado por perfiles totalmente diferentes que ayudarán desde su lugar a concretar esta app.

Universidad de  
San Andrés



## 2. Marcos conceptuales y herramientas de management utilizadas

La metodología de investigación utilizada para el desarrollo de la idea de negocio se basó en los siguientes criterios:

1. Demanda / Cliente: la existencia de la demanda es clave para evaluar la oportunidad
2. Mercado: se estimó el TAM, SAM, SOM y la tasa de crecimiento, y además se investigó algunas características del mercado y la industria.
3. Competencia: investigación de los principales competidores y sus características, posicionamiento en el mercado, cantidad de usuarios, propuestas de valor.
4. Fit con emprendedor

Para el desarrollo del negocio, se utilizaron diferentes marcos conceptuales y herramientas de management que ayudaron a definir la estrategia, el modelo de negocio, la propuesta de valor, el mercado y los clientes potenciales.

El punto de partida para comenzar a elaborar la propuesta de valor fue la construcción del **Value Proposition Canvas** para poder identificar el product market fit. El primer paso consistió en la definición del perfil del cliente mediante la utilización de distintas herramientas:

- a. **Perfil del cliente** (Value Proposition Canvas)
- b. **Arquetipos de personas**
- c. **Técnicas de observación**: entrevistas, mapa de empatía
- d. **Segmentación**

Como segundo paso, se construyó el mapa de valor para identificar los procesos clave, los puntos de dolor y los puntos de ganancia dentro del modelo de negocio. El objetivo es identificar cómo se crea y entrega valor a los clientes y cómo se pueden mejorar estos procesos para optimizar el valor entregado.

En relación a la validación de la propuesta de valor, se utilizaron distintas técnicas de testeo:

- Pruebas de interés y relevancia: se creó una **landing page** para validar el interés de las personas acerca de la propuesta de valor de Oikos. El objetivo fue atraer tráfico y luego probar varios 'call to action' con clientes potenciales: solicitarles que se registren con su correo electrónico para ser notificados sobre el lanzamiento de la app; completar una encuesta acerca de las finanzas del hogar para poder obtener insights reales; medición de clics en la landing page para comprender cuáles eran los contenidos más visitados.
- Pruebas de disposición e interés de pago:
  - Botón "Descargar app" en la landing page para medir los clics y la necesidad de utilizar una app para la administración de las finanzas.
  - **MVP** (Minimum Viable Product), es decir, una representación o prototipo de la propuesta de valor diseñada para aprender de los clientes y que tiene como objetivo exponerla a clientes potenciales y obtener su feedback sobre la validez de una o varias hipótesis de la propuesta de valor. En el caso de Oikos, se diseñaron **prototipos no funcionales Low - FI** (utilizando Marvel) para probar el flujo de la plataforma y la ubicación de cada funcionalidad.

Por último, se construyó el modelo de negocio utilizando el framework 'Business Model Canvas'.

### 3. El cliente

La administración económica del hogar es crucial para garantizar una estabilidad financiera y una mejor calidad de vida. A medida que evoluciona el concepto de familia y se presentan nuevos desafíos económicos, es necesario adaptar la forma en que gestionamos las finanzas familiares. Es importante que todos los miembros de la familia participen en la toma de decisiones financieras y tengan un conocimiento claro de la situación económica.

Además, los gastos en la actualidad son más diversos y versátiles que nunca. Además de los gastos básicos como alimentación, vivienda y educación, ahora tenemos que considerar otros aspectos como tecnología, entretenimiento, viajes y servicios digitales. Esta diversificación requiere una mayor atención a la planificación financiera y un seguimiento más detallado de los gastos.

En cuanto al contexto macroeconómico, muchos países de Latinoamérica, incluida Argentina, han experimentado desafíos económicos significativos en los últimos años, como la inflación, la devaluación de la moneda y la incertidumbre financiera. Estos factores hacen aún más crucial una buena administración financiera a nivel familiar, ya que la incertidumbre económica puede afectar directamente los ingresos y los gastos de una familia, por lo que es necesario ser prudente y estar preparado para afrontar posibles dificultades.

En vista de estos desafíos, es recomendable que la administración de las finanzas familiares se realice de manera compartida y online, en una única herramienta que pueda facilitar la planificación presupuestaria, el seguimiento de gastos y la gestión de deudas, lo que permitirá una visión clara de la situación financiera familiar y facilitará la toma de decisiones.

Es fundamental abordar los problemas financieros comunes que enfrentan muchas familias. La falta de planificación es uno de los principales obstáculos, ya que sin un plan financiero estructurado es más fácil caer en gastos excesivos y acumular deudas. La elaboración de un presupuesto adecuado y realista es fundamental para controlar los gastos y asegurar que los ingresos cubran las necesidades básicas.

El gasto excesivo es otro problema común, impulsado por factores como la publicidad y el consumismo. La educación financiera juega un papel fundamental en este aspecto, ya que brinda a las personas las habilidades necesarias para tomar decisiones financieras informadas y resistir la presión de un consumo desmedido. Es importante aprender a diferenciar entre necesidades y deseos, establecer prioridades y desarrollar hábitos de ahorro.

La falta de educación financiera es un desafío generalizado, y muchas personas carecen de conocimientos básicos sobre finanzas personales. Es crucial que las instituciones educativas y los programas de educación financiera brinden formación en temas como la elaboración de presupuestos, el manejo de deudas, la planificación para el futuro y la inversión. Cuanto más preparados estemos en términos financieros, mejor equipados estaremos para enfrentar los desafíos económicos y tomar decisiones sólidas.

En resumen, la administración económica del hogar es una tarea necesaria que debe realizarse de forma compartida y adaptarse a los cambios en el concepto de familia, la diversificación de los gastos y el contexto macroeconómico. Es esencial abordar los problemas financieros comunes, como la falta de planificación, el gasto excesivo y la falta de educación financiera, para lograr una mayor estabilidad económica y mejorar la calidad de vida familiar. Como solución a esta problemática se encuentra Oikos, una única herramienta que le permitirá a los usuarios tener una administración de las finanzas del hogar eficiente y ágil.

### 3.1 Segmentos

Para definir el target de clientes al que apunta Oikos, partimos de la siguiente hipótesis: “las parejas o las personas que viven solas necesitan instrumentos y estrategias para organizar sus finanzas compartidas de manera colaborativa, donde se distribuya el trabajo y la carga mental”. En el proceso de validación de hipótesis se identificaron distintos perfiles de clientes que se agruparon en 5 segmentos potenciales:

- Personas que viven solas y tienen finanzas desordenadas: tienen la necesidad de organizar sus finanzas personales. No han encontrado herramientas eficientes para poder hacerlo.
- Personas que viven solas y tienen finanzas ordenadas: tienen conocimientos en la administración de las finanzas personales pero usan más de una herramienta y les lleva mucho tiempo poder armar los presupuestos/ cash flows.
- Parejas con finanzas desordenadas: parejas que viven juntas y “hacen fondo común”. Comparten todos los gastos y los ingresos están blanqueados. Generalmente hay mayor desorganización, poco o nulo control.
- Parejas con finanzas ordenadas: parejas que viven juntas, comparten gastos en común pero tienen sus finanzas separadas. Son super organizados, llevan control de todos los gastos y cuentan con presupuestos (tantos personales como conjuntos).
- Familias con hijos en edad de usar dinero: necesitan una herramienta de control sobre el dinero que le dan a sus hijos y tienen la necesidad de comenzar a educarlos en el tema.

El proyecto se enfocará en los primeros 4 segmentos como usuarios target de la app: personas que viven solos y tienen finanzas desordenadas, personas que viven solos y tienen finanzas ordenadas, parejas con finanzas ordenadas y parejas con finanzas desordenadas.

Se eligieron estos segmentos por varias razones. En primer lugar, las parejas con finanzas ordenadas pueden beneficiarse de la funcionalidad colaborativa de la aplicación Oikos, lo que les permitirá administrar sus finanzas de manera más eficiente y organizada. En segundo lugar, las parejas con finanzas desordenadas podrán usar la aplicación para mantener un registro en conjunto de sus finanzas y gastos, lo que puede simplificar significativamente la gestión financiera en su relación. Y en tercer lugar, aunque las personas que viven solas no pueden aprovechar la funcionalidad colaborativa de la aplicación, aún pueden utilizarla para administrar todas sus finanzas en un solo lugar, lo que es una ventaja en términos de conveniencia y organización.

Estos cuatro segmentos de usuarios representan una base sólida y diversa de clientes potenciales para la aplicación Oikos, y el enfoque en estos segmentos es una estrategia efectiva para lograr una adopción y uso más amplios de la aplicación.

### **3.2 Arquetipos de clientes**

A continuación, definiremos los segmentos con mayor profundidad utilizando como herramienta los arquetipos de personas realizados durante la etapa de construcción de la propuesta de valor:

## Juana

### Segmento: Pareja con finanzas ordenadas



#### Brief Description

**Edad:** 32 años  
**NSE:** Alto  
**Motivación:** Ahorrar para concretar proyectos con su novio.  
**Estado:** convive con su pareja hace 7 años  
**Ciudad:** Olivos

#### Skills

- Lic. en Economía (UBA)
- MBA (UdeSA)
- Idiomas: inglés
- Le encantan los datos

#### Customer Jobs

- Organizar de manera efectiva sus ahorros para poder comprarse su primera casa juntos
- Planificación a futuro de sus ahorros para poder armar un plan de inversión.

#### Personality

- Trabaja en una fintech
- Es independiente, organizada, ordenada.
- Le gusta capacitarse constantemente.
- Busca cosas nuevas para hacer siempre.

#### Interests

- Salir a comer con sus amigas
- Viajar/escapadas de finde
- Disfrutar de una buena lectura y de escuchar podcasts
- Le gusta estar informada 24/7

#### Tech

- Usa todas las apps posibles para no llevar la billetera a ningún lado
- Usa Splitwise y Excel sheet para la administración de las finanzas del hogar

#### Gains

- Utilizar una sola herramienta de manera colaborativa para organizar las finanzas
- Entender cuánto pueden eficientizar los ahorros para su próximo viaje
- Presupuesto a mediano plazo de posibles inversiones

#### Pains

- Usar varias herramientas es una fiaca y lleva tiempo
- Gastos no optimizados
- Imposible planificación futura

## Maria

### Segmento: Pareja con finanzas desordenadas



#### Brief Description

**Edad:** 29 años  
**NSE:** Medio/Alto  
**Motivación:** Ahorrar para comprar su primer auto.  
**Estado:** convive con su pareja hace 4 años  
**Ciudad:** CABA

#### Skills

- Lic. En Administración de empresas (UCEMA)
- Trabaja en un Banco como analista de segmento
- Idiomas: inglés

#### Customer Jobs

- Tener claro el ahorro y su crecimiento para poder cumplir el objetivo de comprar su primer auto.
- Identificar en qué se están yendo los ingresos de los dos. Siempre llegan justo a fin de mes (aun teniendo buenos sueldos).
- Identificar cuáles servicios fueron pagos y cuales aún no, para evitar deudas.
- Tener un orden de las finanzas del hogar para poder lograr cualquier proyecto juntos.

#### Personality

- El orden no es su principal cualidad. Le cuesta la organización en cualquier aspecto de su vida.
- Le gustan los planes familiares.
- Es espontánea, transparente y volada.

#### Interests

- Viajar: las vacaciones son sagradas
- El fútbol de los sábados no se cambia por nada.
- Ama comprarse ropa.

#### Tech

- Redes sociales
- Apps de todo tipo
- Las finanzas no son lo suyo. Paga los servicios por OLB y es suficiente.

#### Gains

- Tener ahorros suficientes para comprar el primer auto.
- Poder administrar el dinero de manera rápida y en un solo lugar
- No perder tiempo en la organización


#### Pains

- Fran (su pareja) tampoco es organizada con los gastos, con lo cual siempre queda algún servicio del mes sin pagar.
- No saben como comenzar a planificar las finanzas



## Julian

**Segmento: Persona que vive sola, con finanzas ordenadas**



**Brief Description**

**Edad:** 35 años  
**NSE:** Medio/Alto  
**Motivación:** Alcanzar la independencia financiera  
**Estado:** vive solo, pero siempre tiene compañía  
**Ciudad:** Lomas de Zamora

**Skills**

- Lic. en Marketing (UADE)
- MND (UdeSA)

**Customer Jobs**

- Presupuesto mensual en Excel sheet que sigue rigurosamente.
- Registro exhaustivo de sus gastos
- Planificación de sus ahorros para poder incrementar sus inversiones a largo plazo..

**Personality**

- Trabaja en una consultora de marketing
- Es organizado y disciplinado
- Tiene una rutina diaria y le gusta planificar sus actividades con anticipación

**Interests**

- Disfruta de buenas lecturas e ir al cine
- Hace deporte y le interesa tener una buena alimentación
- Le gusta viajar y tener escapadas con amigos

**Tech**

- Usa todas las apps posibles para no llevar la billetera a ningún lado
- Usa Splitwise y Excel sheet para la administración de las finanzas del hogar

**Gains**


- Ahorrar para poder hacer crecer su patrimonio
- Utilizar una sola herramienta, ya que si tiempo vale oro
- Valoraría consejos financieros para mejorar sus inversiones

**Pains**

- Le lleva mucho tiempo el registro de gastos y el armado del presupuesto
- No conoce muchas opciones de inversión

## Mateo

**Segmento: Persona que vive sola, con finanzas desordenadas**



**Brief Description**

**Edad:** 27 años  
**NSE:** Medio  
**Motivación:** comenzar a ahorrar y tener control de sus finanzas  
**Estado:** soltero, disfrutando la vida  
**Ciudad:** Caballito

**Skills**

- Desarrollador de software (UTN)
- Le encanta todo lo relacionado al front-end

**Customer Jobs**

- Comenzar a ahorrar y tener un control preciso de sus finanzas
- Pagar sus deudas y comenzar a ahorrar para invertir en su futuro.
- No olvidarse de pagar los servicios del hogar (así evita que se generen cargos adicionales)

**Personality**

- No tiene muchos hábitos establecidos y a menudo se deja llevar por impulsos
- Gasta más de lo que debería por no prestar atención a sus finanzas

**Interests**

- Disfruta pasar tiempo con sus amigos y salir a divertirse.
- Mira series y pelis por cualquier plataforma (paga todas)
- Pasa parte de su tiempo jugando juegos online

**Tech**

- Utiliza muy poco las billeteras virtuales, se maneja mucho con la tarjeta de crédito
- Solo tiene IG como red social.

**Gains**

- Finanzas organizadas
- Tener un presupuesto para poder saber cuánto gastar
- Recibir alertas sobre sus facturas pendientes
- Recibir consejos financieros para ayudarlo a desarrollar mejores hábitos.

**Pains**

- Gasta más de lo que debería.
- Tiene deudas de TC y préstamos estudiantiles
- No tiene un presupuesto establecido y no lleva registro de sus gastos.

### 3.3 Proceso de validación

El proceso de validación de la necesidad y de los segmentos se llevó a cabo utilizando diferentes herramientas y métodos para comprender las necesidades y los comportamientos de los potenciales usuarios de la aplicación Oikos.

Se realizaron entrevistas a personas que vivían solas y en parejas, para comprender sus necesidades y hábitos financieros. Estas entrevistas permitieron obtener información valiosa sobre las principales preocupaciones



financieras de cada segmento, sus hábitos de gasto y ahorro, sus prioridades financieras y sus frustraciones en la gestión de sus finanzas. Los principales insights fueron:

## - INSIGHTS -



Que registrar gastos sea fácil y en lo posible automático: el tiempo que demore tener actualizado el registro es el mayor enemigo.



Que tenga alertas, para prestar atención cuando me estoy quedando sin dinero o pasando del presupuesto.



Cuando tenemos un objetivo específico de ahorro (casamiento/compra de una casa) es más fácil tener actualizado el registro de gastos e ingresos



Es necesaria la organización financiera cuando tenés más de un empleo



Que me permita controlar lo que gastan mis hijos.



La privacidad de los datos es un punto importante a tener en cuenta



Que se integre con lo que ya existe: con mis bancos/billeteras o mis planillas



Con hijos es más difícil tener las finanzas separadas, se tiende a unificar todo.



Muchas veces una sola persona de la pareja es quién se ocupa más del tema. Generalmente la mujer.



Hay parejas con un registro muy exhaustivo de ingresos y gastos y hay parejas que no llevan ningún tipo de registro, van pagando las cosas de forma aleatoria y van organizándose sobre la marcha.



Hay parejas que hacen fondo común para todo y hay otras parejas que tienen gastos compartidos pero mantienen separados sus gastos personales.



Es importante enseñarle a los hijos cómo organizarse. Hay familias que le abren una cuenta de banco o de mercado pago a sus hijos en edad de manejar dinero. Proyectan manejarse con dinero virtual y con muy poco efectivo.

*Insights obtenidos de las 30 entrevistas realizadas a distintas familias/parejas/personas que viven solas*

Universidad de

A su vez, se implementaron diversas estrategias de marketing digital para impulsar la adopción de la aplicación Oikos entre los usuarios potenciales. Una de las herramientas clave utilizadas fue la creación de un perfil de Instagram que se enfocó en los segmentos identificados para lograr un mayor engagement con los usuarios a través del contenido publicado.

El objetivo principal de la estrategia de Instagram fue atraer tráfico hacia una landing page diseñada específicamente para promocionar la aplicación Oikos (<https://oikosfinanzas.wixsite.com/oikos>). La landing page se diseñó para ser atractiva y fácil de usar, mediante el uso de elementos visuales llamativos y un diseño intuitivo que asegurara una experiencia de usuario agradable. Además, se agregó información relevante sobre la aplicación, sus características y beneficios clave para cada uno de los segmentos objetivo.

Como 'Call to action' se agregó el botón "Descargá la App" para medir el interés de los leads en utilizar la aplicación para administrar sus finanzas personales o del hogar.

Para impulsar aún más el engagement de los usuarios, se publicó en el perfil de Instagram contenido relacionado con los segmentos identificados y cómo la aplicación Oikos podía ayudarles a mejorar su gestión financiera. A través de 'Historias' se elaboraron diversas encuestas para obtener información acerca de nuestros potenciales clientes.

Luego de llevar a cabo las técnicas de testeo mencionadas anteriormente, se pudo determinar que existe una necesidad real en el mercado de una aplicación que permita a los usuarios administrar las finanzas del hogar de manera colaborativa, eficiente y en el menor tiempo posible.

Los insights obtenidos de las entrevistas han permitido mejorar la propuesta de valor de Oikos y asegurar de que esté alineada con las necesidades y expectativas de los usuarios potenciales. Además, la validación ha permitido comprender cuáles son las características/features claves que necesitan los clientes para lograr una experiencia satisfactoria.

En resumen, a través de la investigación y la experimentación de la validación de la idea de negocio y de los segmentos target de Oikos, se puede concluir que ha sido positiva para llevar a cabo la idea. Quedó demostrado que existe una necesidad real y se ha identificado una base sólida de clientes potenciales.

## 4. La propuesta de valor

Ante la problemática que muchos enfrentan al intentar organizar sus finanzas de manera colaborativa, como mencionamos anteriormente: la falta de planificación, que provoca en muchas ocasiones gastar más de lo debido y en el peor de los casos generar altísimas deudas; la falta de educación financiera, que conlleva a tomar decisiones financieras poco certeras y a errores costosos; la obligación de la organización (por lo general) en una sola persona; la falta de herramientas colaborativas, ágiles y eficientes que permitan tener una administración de las finanzas del hogar bajo control, surgió la idea de crear **Oikos**, una aplicación en línea que permite a las parejas y familias gestionar sus finanzas de manera sencilla en un solo lugar. El objetivo es que puedan compartir la administración del hogar, que el registro de gastos sea ágil y conlleve la menor cantidad de tiempo posible mientras se generan hábitos financieros saludables. También estará disponible en versión web lo que facilita a las familias a acceder a su información financiera desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Oikos está específicamente diseñado para satisfacer las necesidades de las familias en la administración de sus finanzas. La aplicación se centra en brindar herramientas y funcionalidades que abordan los desafíos financieros específicos que enfrentan las familias mencionadas anteriormente.

Pero, no solo las familias y las parejas son el mercado target, ya que del proceso de validación surgió que las personas que viven solas también tienen la necesidad de gestionar sus finanzas y tener un control más detallado. Si bien el diferencial principal no lo van a poder percibir, la estrategia es captar ese mercado y convertirlos en usuarios de Oikos para que cuando llegue el momento en el cual convivan con una pareja y formen una familia, ya conozcan la app y puedan administrar las finanzas del hogar de manera colaborativa.

Oikos permite que múltiples miembros de la familia se conecten y colaboren en la gestión financiera. Pueden compartir información, realizar un seguimiento de los gastos de cada miembro y colaborar en la elaboración de presupuestos compartidos. Esto facilita la transparencia y la comunicación entre los miembros de la familia, permitiéndoles trabajar juntos para alcanzar sus objetivos financieros.

La aplicación permitirá a los usuarios cargar sus ingresos y gastos mensuales, lo que automáticamente creará un cashflow y les permitirá visualizar qué porcentaje de sus ingresos pueden destinarse al ahorro. Además, si los usuarios no pueden ahorrar, la aplicación les sugerirá áreas donde pueden eficientizar los gastos para lograr su objetivo. El mayor beneficio, es que podrán crear cuentas personales o cuentas conjuntas para llevar los registros. En el caso de familias o parejas, el diferencial es la posibilidad de organizar las finanzas de manera colaborativa on-line.

A su vez, ofrece opciones de personalización para adaptarse a las necesidades y preferencias específicas de cada familia. Las familias pueden configurar categorías de gastos personalizadas, establecer alertas y recordatorios personalizados, y ajustar la configuración de acuerdo con sus preferencias. Esto brinda flexibilidad y permite que la aplicación se ajuste a la dinámica y las preferencias únicas de cada familia.

Otro diferencial importante de la aplicación es la posibilidad de establecer objetivos económicos personalizados, como la compra de un automóvil o las próximas vacaciones en familia. La aplicación les permitirá a los usuarios visualizar el grado de cumplimiento de estos objetivos en tiempo real.

Oikos estará disponible en diferentes plataformas, como dispositivos móviles y web, lo que permite a las familias acceder a su información financiera desde cualquier lugar y en cualquier momento. Además, la aplicación ofrece sincronización en tiempo real, lo que significa que los cambios realizados en un dispositivo se reflejan automáticamente en todos los demás dispositivos

conectados, lo que garantiza que la información esté siempre actualizada y disponible.

Estos features son los principales diferenciadores de Oikos, lo que lo convierte en una aplicación indispensable para parejas y familias que buscan una herramienta práctica y efectiva para administrar sus finanzas en conjunto, brindando una experiencia única y efectiva. Con Oikos, la gestión colaborativa de las finanzas se convierte en un proceso más simple, eficiente, transparente y exitoso.

En relación al pricing, uno de los atractivos que permitirán diferenciarnos de la competencia es el plan freemium que contemplará las opciones más valoradas por los usuarios: la administración conjunta de las finanzas y la integración con bancos o billeteras; lo que permitirá generar más free trials. Dentro del plan premium, podrán acceder a más features que les mejorará la experiencia como usuarios.

Para poder comenzar a usar Oikos, los usuarios descargan la aplicación móvil desde las tiendas de aplicaciones y se registrarán utilizando su información personal (teniendo la posibilidad de poder loguearse con cuentas existentes, como Google o Facebook). Luego, configuran sus cuentas y definirán los parámetros iniciales, como los ingresos, gastos, categorías, objetivos financieros, etc.

En resumen, una vez dentro de la aplicación, los usuarios podrán realizar las siguientes acciones:

- Crear cuentas personales y conjuntas, para organizar las finanzas y tener un control exhaustivo del dinero
- Registrar ingresos y gastos de forma manual o automática (integrándose con los bancos o billeteras que utiliza) creándose de forma automática un cashflow diario que tendrá al finalizar el mes un resumen mensual, para poder detectar eficiencias en gastos y ahorros.

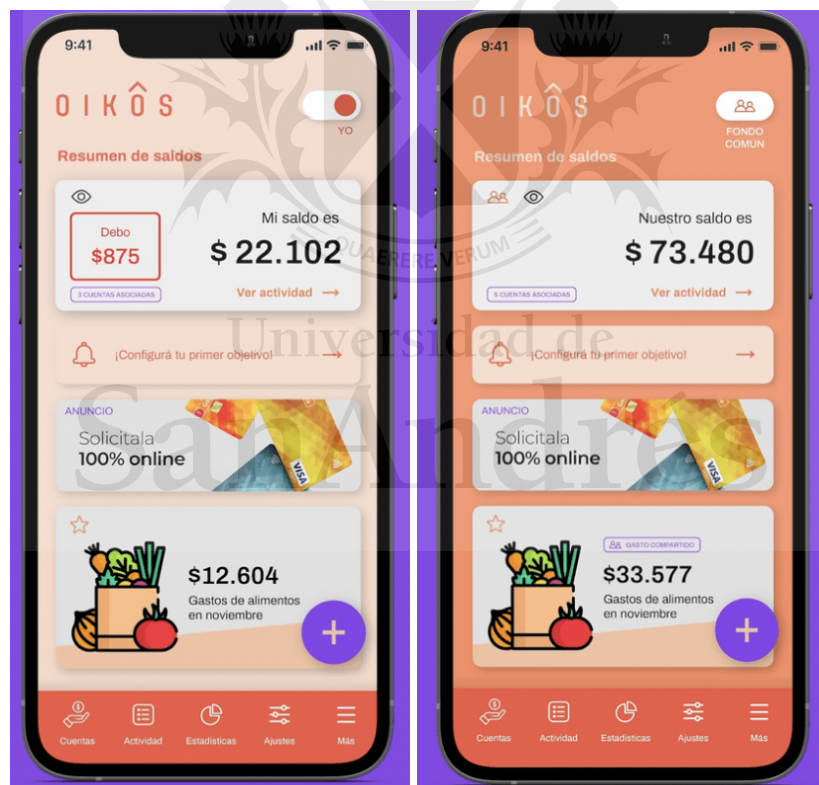
- Crear presupuestos mensuales, las familias pueden establecer metas de gastos, asignar categorías de acuerdo a la cotidianidad de cada usuario y realizar un seguimiento de sus ingresos y gastos de manera fácil y organizada. Esto les permitirá tener un control más efectivo sobre sus finanzas y evitar gastos excesivos.
- Seguimiento de gastos: Oikos permite registrar y categorizar los gastos de manera rápida y sencilla. Las familias podrán ingresar sus gastos diarios y obtener una visión clara de cómo están utilizando su dinero. Esto les ayudará a identificar áreas donde pueden reducir gastos innecesarios y tomar decisiones financieras más informadas.
- Carga de objetivo de ahorro y metas financieras: Oikos puede ayudar a las familias a establecer metas de ahorro y realizar un seguimiento de su progreso. Pueden establecer objetivos a corto o largo plazo, como ahorrar para vacaciones, educación, compra de un auto o una emergencia. La aplicación proporciona herramientas visuales y de seguimiento para motivar y alcanzar esas metas financieras
- Crear alertas de pagos de servicios, la aplicación podrá enviar recordatorios de pagos programados, como facturas de servicios, alquiler, préstamos, expensas, etc. Esto ayudará a evitar retrasos en los pagos y posibles cargos por pagos atrasados. También permitirá una mejor planificación financiera al tener en cuenta los pagos futuros.
- Análisis de tendencias financieras: Oikos ofrece herramientas de análisis y generación de informes que permiten a las familias identificar tendencias y patrones en sus gastos e ingresos. Esto les proporciona una visión más clara de su situación financiera a largo plazo y les ayuda a tomar decisiones más estratégicas en cuanto a ahorros, inversiones o reducción de deudas.
- Recibir asesoramiento financiero: opciones de inversión y mejoras en la gestión de las finanzas.

En conclusión, Oikos proporciona una plataforma centralizada y fácil de usar para la administración financiera familiar. Al facilitar la elaboración de presupuestos, el seguimiento de gastos, la gestión de deudas y el



establecimiento de metas financieras, Oikos empodera a las familias para tener un mayor control sobre sus finanzas y tomar decisiones más acertadas y estratégicas. Esto les permite superar desafíos financieros como el gasto excesivo, la falta de planificación y la falta de educación financiera.

Por último, Oikos se preocupa por la seguridad y privacidad de los datos financieros de las familias. La aplicación utilizará medidas de seguridad robustas para proteger la información sensible, como cifrado de datos y autenticación segura. Además, Oikos se adhiere a estrictas políticas de privacidad y no comparte la información financiera de las familias con terceros sin su consentimiento.



Prototipo de alta fidelidad. Pantallas iniciales de cuentas conjuntas y personales

## 5. El product market fit

El Product-Market Fit (PMF) se refiere a la capacidad que tiene un producto o servicio para satisfacer las necesidades del mercado y generar una demanda significativa. El término fue instalado por Marc Andreessen y la definición original es "estar en un buen mercado con un producto que pueda satisfacer ese mercado".

*“You can always feel when product/market fit isn’t happening. The customers aren’t quite getting value out of the product, word of mouth isn’t spreading, usage isn’t growing that fast, press reviews are kind of “blah”, the sales cycle takes too long, and lots of deals never close.”*

Oikos es una aplicación de administración financiera familiar que busca facilitar la gestión de las finanzas del hogar. Para desarrollar el product-market fit de Oikos, se tuvo en cuenta los siguientes aspectos clave:

- Identificación de las necesidades del mercado: fue fundamental comprender las necesidades y desafíos que enfrentan las familias en la administración de sus finanzas. Se realizó una investigación de mercado exhaustiva para identificar los problemas comunes que enfrentan las familias en la gestión financiera y las características que valoran en una aplicación de administración financiera.
- Definición del valor único de Oikos: comprendidas las necesidades del mercado, fue importante definir claramente el valor único que Oikos puede ofrecer. ¿Qué características o funcionalidades lo diferencian de otras aplicaciones de administración financiera familiar? La posibilidad de la administración colaborativa on-line en una única herramienta donde se pueda hacer todo, la carga de metas financieras y de ahorro, el asesoramiento financiero, son los valores diferenciales de la Oikos. ¿Cómo puede ayudar a las familias a superar sus desafíos financieros?



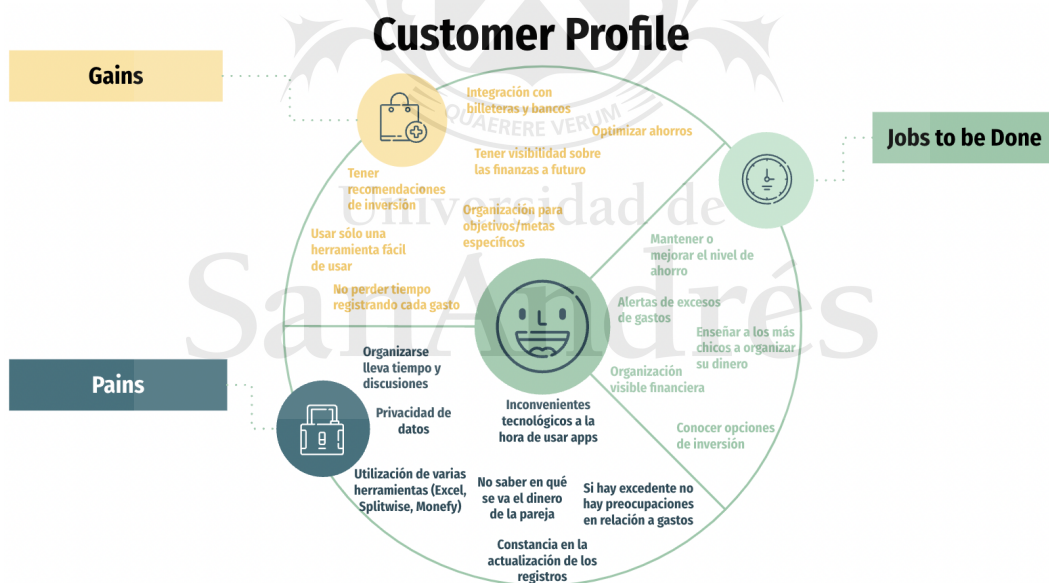
De acuerdo a las funcionalidades explicadas anteriormente, Oikos permitirá a la familias tener un control más efectivo sobre sus finanzas y evitar gastos excesivos; identificar áreas donde pueden reducir gastos innecesarios y tomar decisiones financieras más asertivas; evitar retrasos y posibles cargos por pagos atrasados; proporciona una visión más clara de su situación financiera a largo plazo y les ayuda a tomar decisiones más estratégicas en cuanto a ahorros, inversiones o reducción de deudas; propone herramientas visuales y de seguimiento para motivar y alcanzar metas financieras.

- Características y funcionalidades relevantes: basándose en los insights de las entrevistas realizadas, se pensaron/ajustaron nuevas características y funcionalidades que abordaran las necesidades y desafíos identificados.
- Pruebas y retroalimentación: fue importante realizar pruebas de usuario y obtener retroalimentación de las posibles familias que podrían utilizar Oikos. Esto permitió identificar áreas de mejora, validar la utilidad y efectividad de los features pensados y ajustar el producto según las necesidades y preferencias del mercado objetivo.
- Estrategia de marketing y comunicación: para que Oikos alcance el nivel de desarrollo y funcionalidad objetivo, es crucial implementar una estrategia de marketing y comunicación efectiva. Esto implicará dar a conocer el producto a las familias objetivo, resaltar su propuesta de valor única y demostrar cómo puede ayudarles a mejorar su gestión financiera familiar.
- Monitoreo y mejora continua: El product-market fit es un proceso continuo. Será importante monitorear el desempeño de Oikos en el mercado, recopilar comentarios de los usuarios y realizar mejoras y actualizaciones regulares para mantenerse al día con las necesidades y demandas cambiantes del mercado.

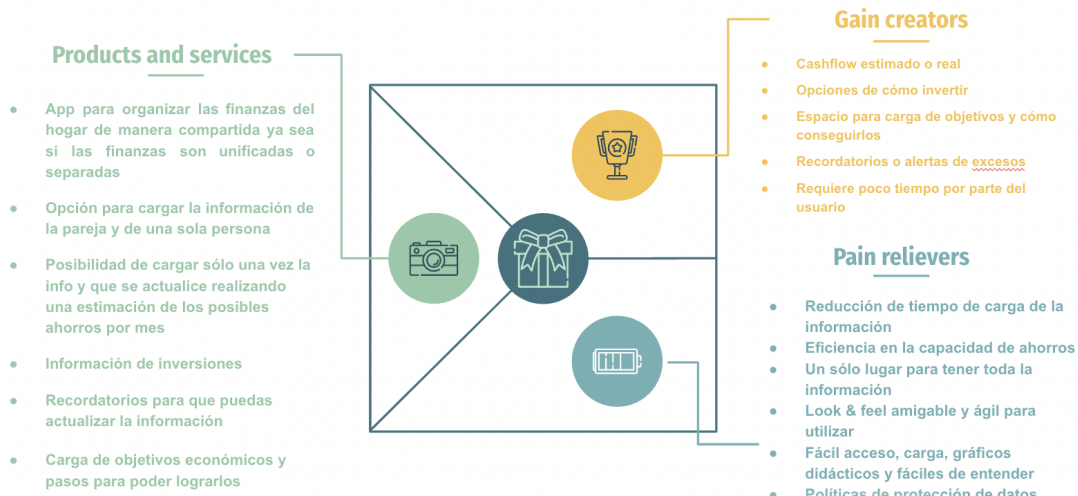
En resumen, desarrollar el product-market fit de Oikos implicó comprender las necesidades del mercado, definir claramente su valor único, desarrollar características relevantes, probar y obtener retroalimentación de los usuarios, implementar estrategias de marketing efectivas y realizar mejoras continuas. Al seguir este enfoque, Oikos puede posicionarse como una solución confiable y valiosa para la administración financiera familiar.

## 5.1 Value Proposition Canvas

Para poder explicar el fit que existe entre el mercado y el producto, se construyó el Value Proposition Canvas con el objetivo de entender las necesidades de los clientes y ajustar las características de Oikos de manera que satisfagan esas necesidades.



## Value map



De acuerdo al análisis realizado se identificaron varias razones por las cuales existe fit entre Oikos y el mercado. En primer lugar, la necesidad de herramientas que faciliten la toma de decisiones financieras y la gestión colaborativa de las finanzas del hogar es cada vez más importante para los consumidores. Con el aumento de los gastos y el acceso a una amplia gama de productos y servicios financieros, es fácil perder el control de las finanzas personales y del hogar.

En segundo lugar, la creciente adopción de la tecnología móvil y la facilidad de acceso a Internet han permitido a los consumidores buscar y utilizar herramientas digitales para administrar sus finanzas de manera más eficiente. Las aplicaciones móviles, las plataformas que ofrecen las fintechs y los servicios de asesoramiento financiero en línea se han vuelto cada vez más populares entre los consumidores de todas las edades y perfiles.

En tercer lugar, la tendencia hacia la colaboración y el trabajo en equipo también está presente en la gestión financiera del hogar. Cada vez más, las parejas y las familias buscan soluciones que les permitan trabajar juntos y compartir la responsabilidad de la gestión financiera del hogar.

Oikos aborda todas estas necesidades y tendencias del mercado al ofrecer una solución de gestión financiera colaborativa que permite a las parejas y familias trabajar juntas en la administración de sus finanzas del hogar. Además, la integración con bancos y billeteras virtuales y el modelo de negocio freemium permitirán a Oikos ofrecer un servicio accesible y atractivo para los consumidores.

En resumen, Oikos ofrece una solución innovadora y atractiva que se ajusta a las necesidades y tendencias actuales del mercado de la administración de finanzas personales y del hogar, lo que sugiere un fit positivo y una buena oportunidad de crecimiento en este mercado que se encuentra en constante evolución.

## **5.2 MVP: Producto mínimo viable**

El MVP que se construyó con el fin de poder validar la propuesta de valor, consistió en la generación de un perfil de IG y una landing page para obtener información acerca de cuánto interés había en la gestión de las finanzas personales y del hogar. El objetivo fue atraer tráfico y luego probar varios 'call to action' con clientes potenciales:

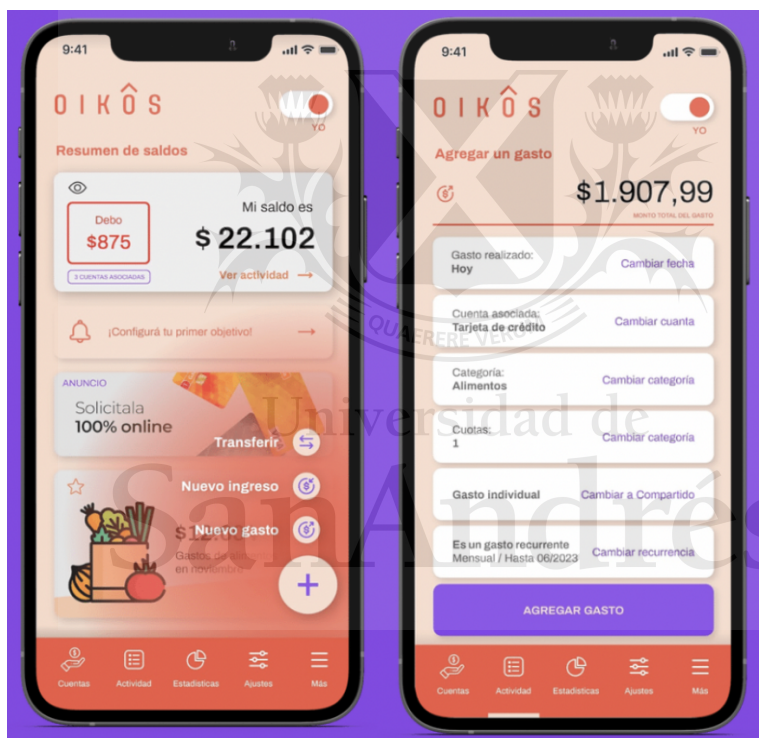
- Solicitarles que se registren con su correo electrónico para ser notificados sobre el lanzamiento de la app mediante el botón “Descargar app”
- Completar un quizs acerca de las finanzas del hogar/personales para poder obtener insights reales. <https://oikosfinanzas.wixsite.com/oikos>  
(Ver Anexo 3)

Los resultados de los experimentos se midieron de la siguiente manera:

- Medición de clics en la landing page para comprender cuáles eran los contenidos más visitados
- Medición de clics sobre el botón “descargar app”
- Cantidad de mails registrados
- Análisis de las respuestas obtenidas con el quiz

El resultado obtenido fue que de los visitantes que ingresaron al sitio, un 45% respondió el quiz y el 25% hizo clic en descargar app y registró su correo electrónico. Del análisis del quiz, el 70% señaló que alcanzar objetivos es lo más buscado entre los usuarios.

A su vez, se diseñaron prototipos de alta fidelidad (utilizando Marvel) para obtener feedback de potenciales clientes sobre distintos aspectos de la app, como la funcionalidad, la usabilidad, la estética y la aceptación del usuario. Este tipo de prototipos son rápidos y fáciles de crear y modificar, lo que permitió iterar sobre la idea hasta encontrar la solución más adecuada.



*Prototipo de alta fidelidad. Pantalla inicial de cuenta personal y pantalla de registro de gasto*

## 6. El tamaño de la oportunidad

Oikos estaría orientado a la población latinoamericana (para ello se obtuvo el dato de la cantidad de personas que viven en América Latina), y se utilizaron los siguientes filtros para llegar al total estimado:

- personas entre 18 y 50 años, que serían los posibles usuarios
- población sin pobreza, aquellos que se encuentran en situaciones vulnerables no formarán parte del universo objetivo
- personas con acceso a un celular y a internet (cosas fundamentales para la utilización de la app)
- población económicamente activa (se supone que al tener un trabajo tendrían un ingreso para administrar)
- población con cierto nivel de educación financiera

Para construir la métrica, se estimó el número de familias que podrían utilizar la aplicación.

<b>Total Adressable Market (TAM):</b>	<b>%</b>	<b>#</b>
Población América Latina		647.762.000
18-50 años	44,7%	289.376.385
Población sin pobreza	69,0%	199.764.891
Cantidad de personas por familia	3,14	63.619.392
Acceso a Celular	92,0%	58.529.841
Acceso a Internet	78,0%	45.653.276
Población activa	61,0%	27.848.498
Educación Financiera	30,0%	8.354.549
<b>TAM</b>		<b>8.354.549</b>

Para calcular el SAM, se puntualizó en la población Argentina con los mismos criterios utilizados para el TAM.

<b>Serviceable Available Market (SAM):</b>	<b>%</b>	<b>#</b>
Población Argentina		47.327.407
18-50 años	42,8%	20.278.821
Población sin pobreza	66,7%	13.530.985
Cantidad de personas por familia	3,57	3.793.734
Acceso a Celular	96,7%	3.668.541
Acceso a Internet	93,4%	3.426.417
Población activa	62,0%	2.124.379
Educación Financiera	36,0%	764.776
<b>SAM</b>		<b>764.776</b>

Por último, para calcular el SOM, se estimó la cantidad de clientes que se podría alcanzar en un lapso de 3 años en base a la estrategia de marketing definida.

**Serviceable Obtainable Market (SOM):**

CAC en 3 años

**252.000**

Las fuentes de los datos consultadas para realizar la estimación fueron las siguientes:

- Naciones Unidas: Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas  
<https://statistics.cepal.org>
- Datareportal - Digital 2022: April global statshot report  
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-april-global-statshot?rq=lati>
- Bloomberg línea  
<https://www.bloomberglinea.com>
- Datosmacro.com  
<https://datosmacro.expansion.com/demografia>



- Indec  
<https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-46-152>
- El economista  
<https://eleconomista.com.ar/sociedad-redes/informe-sobre-caracterizacion-hogares-argentina-n53257>
- Infobae  
<https://www.infobae.com/economia/educacion/financiera>
- El cronista  
<https://www.cronista.com/finanzas-mercados/analfabetismo>



Universidad de  
**San Andrés**



## 7. Competencia

En relación a la competencia, existen otras aplicaciones similares en el mercado, como Spendee, Monefy, Money Hero y Wallet, que también ofrecen funcionalidades útiles para la gestión de las finanzas personales, pero no están desarrolladas para el mercado latinoamericano por cómo están construidas. Muchas de estas aplicaciones, ofrecen la conexión con bancos para que el registro sea más automático, pero aún esa feature no se encuentra habilitada para utilizar en Argentina.

Cuando se inicia el proyecto (Marzo del 2022) ninguna de todas estas aplicaciones tenía la posibilidad de poder administrar las finanzas de manera colaborativa, es decir, armando cuentas conjuntas y que de manera online sean dos o más personas las que administren lo mismo. Esta funcionalidad apareció en Diciembre 2022, lo cual nos validó la existencia de la necesidad de los usuarios de contar con una app para poder hacer seguimiento de los gastos e ingresos de forma conjunta.

### 7.1 Competidores

A continuación, se detallan las funcionalidades principales de cada una de los competidores identificados:

#### **Spendee**

Se distingue del resto de las aplicaciones de finanzas personales porque está organizada alrededor de la posibilidad de establecer objetivos de ahorro, con plazos, notificaciones y otras estadísticas que alertan al usuario respecto a cómo avanza su proyecto.

Como todas, permite un seguimiento fácil de los gastos por compras específicas y categorías que se pueden transformar de inmediato en infografías y gráficos que permiten entender por dónde se está yendo el dinero.

Otro punto distintivo es que permite conectar la aplicación con tarjetas de crédito o cuentas bancarias de manera tal que los ingresos se registren más fácilmente. La contra en este punto es que ese servicio es pago, sale casi USD 23 al año, y que los usuarios en las reseñas reportan problemas de compatibilidad con algunos sistemas de bancos.

### **Monefy**

Es una de las más intuitivas a la hora de usarla. Tiene muy buen diseño. Está organizada a partir de íconos que remiten a categorías de gastos, permite ingresar cada pago hecho con suma facilidad para inmediatamente contar con la información agregada para analizar en un gráfico de torta.

Por otro lado, su simplicidad también es una forma de rigidez: es difícil de personalizar para adaptarla a consumos o gastos específicos por fuera de los que vienen predeterminados. La opción freemium solo tiene como moneda habilitada el euro, para elegir cualquier otra moneda hay que pagar US \$40 al año.

Esta app es la más básica de todas, no permite crear presupuestos, ni ver su evolución, ni tampoco cargar objetivos para ir visualizando los avances. Su objetivo principal es el seguimiento de gastos.

### **Wallet**




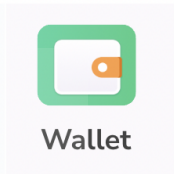
Tiene la posibilidad de contabilizar gastos y que devuelva información gráfica y fácil de leer, además de planificar presupuestos para proyectos específicos.

Dentro del plan premium, podemos encontrar dos de las funcionalidades más valoradas por los usuarios. Por un lado, se puede compartir cuentas específicas con familiares, lo que permite un control y planificar gastos familiares en conjunto.

También permite sincronizar los datos en forma automática con cuentas bancarias pero, también, los problemas de compatibilidad pueden limitar esta función. Como se mencionó anteriormente, si bien se muestran bancos argentinos no es viable la conexión.

### Money Hero

Cuando presentamos el proyecto (Diciembre 2022) estaba habilitada para la región. En este momento, ya no se encuentra activa.

				
<b>Precio</b>	US\$ 30/año	US\$ 40/año	US\$ 23/año	US\$ 22/año
<b>Cuentas conjuntas</b>	Free	X	\$	\$
<b>Registro de gastos/ingresos</b>	Free	Free	Free	Free
<b>Carga de objetivos</b>	\$	X	X	X
<b>Presupuesto</b>	\$	X	Free	Free
<b>Integración c/ bancos</b>	Free	X	\$	\$
<b>Asesoramiento financiero</b>	\$	X	X	X

*Cuadro comparativo de las features que tienen los principales competidores identificados*

Además, al comparar las funcionalidades de los competidores con Oikos, se puede observar que este último se destaca por la posibilidad de administrar varias cuentas de forma conjunta, lo que lo hace atractivo para familias o parejas que buscan una solución de gestión financiera conjunta. Asimismo, una de las features más valoradas por los usuarios es la posibilidad de integrarse con diferentes bancos y billeteras virtuales. Esto significa que los usuarios pueden sincronizar todas sus cuentas financieras en una única plataforma y tener una visión clara de su situación financiera en tiempo real. Lo más importante, es que todo esto está incluido en el plan freemium.

## 8. Industria

La industria de la administración de las finanzas por aplicaciones o páginas web forma parte del sector de la tecnología financiera o fintech. Este sector ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por avances tecnológicos, cambios en el comportamiento del consumidor y la necesidad de soluciones más eficientes y accesibles para la gestión financiera.

En las últimas décadas, ha crecido la industria en torno a la gestión financiera personal, impulsada por la creciente complejidad de las finanzas personales o del hogar, el rápido avance de la tecnología, el surgimiento de nuevos activos financieros y la necesidad de herramientas que faciliten la toma de decisiones financieras.

Esta industria se compone de una amplia variedad de productos y servicios, desde aplicaciones móviles hasta asesoría financiera personalizada. Entre los productos más comunes se encuentran, las aplicaciones móviles que permiten a los usuarios hacer un seguimiento de sus gastos, establecer presupuestos y recibir alertas cuando se acercan a sus límites de gasto. Como se ha mencionado anteriormente, tienen un plan freemium y uno premium, y ofrecen una forma fácil y accesible para que los usuarios gestionen sus finanzas personales o del hogar.

Otro segmento importante de la industria, son los servicios de asesoría financiera personalizada, que ofrecen una amplia gama de servicios, desde la planificación financiera a mediano/largo plazo hasta la gestión de inversiones. Estos servicios suelen ser más costosos que las aplicaciones móviles, pero pueden proporcionar un alto grado de personalización y conocimientos financieros avanzados. Además, han surgido plataformas que permiten a los usuarios conectarse con asesores financieros en línea y recibir asesoramiento

financiero, lo que ha abierto la posibilidad de asesorarse por expertos en cualquier parte del mundo.

A su vez, uno de los impulsores de la gestión de las finanzas, son las fintechs, que llegaron para democratizar el acceso a las finanzas. Ofrecen soluciones innovadoras, como crearse una cuenta y poder acceder a crédito mediante préstamos en línea, inversiones automatizadas y la posibilidad de realizar pagos a través de dispositivos móviles.

En resumen, la industria está en constante evolución y crecimiento, impulsada por la necesidad de los consumidores de tener un mayor control y comprensión de sus finanzas.



Universidad de  
**San Andrés**

## 9. El modelo de negocio

El modelo de negocios de Oikos se basa en una combinación de un plan freemium y un plan premium. En el modelo freemium, los usuarios podrán descargar y utilizar la aplicación de forma gratuita, pero se limita el acceso a ciertas funcionalidades avanzadas que solo están disponibles en la versión premium. Los usuarios podrán actualizar a la versión premium mediante una suscripción mensual o anual para desbloquear todas las funciones de la aplicación. Para la suscripción anual se deberá abonar US \$30 y por la mensual US \$3,50.

La versión freemium de Oikos ofrece funciones básicas que permiten a los usuarios administrar sus finanzas del hogar o personales, pero también incluye dos de las funcionalidades más valoradas por los usuarios. El plan incluye lo siguiente:

- Crear cuentas personales y conjuntas, para organizar las finanzas de manera colaborativa y tener un control exhaustivo del dinero
- Registrar ingresos y gastos de forma manual o automática (integrándose con los bancos que utiliza) creándose de forma automática un cashflow diario que tendrá al finalizar el mes un resumen mensual, para poder detectar eficiencias en gastos y ahorros.
- Crear alertas de pagos de servicios, para evitar la generación de deudas y/o cargos adicionales.

Esta versión es atractiva para los usuarios que buscan una solución gratuita y sencilla para administrar sus finanzas del hogar.

Por otro lado, la versión premium de Oikos ofrece una serie de características avanzadas que los usuarios de la versión freemium no tendrán acceso. Esta versión es atractiva para los usuarios que buscan una solución

más completa y sofisticada para administrar sus finanzas del hogar o personales. El plan incluye:

- Crear presupuestos mensuales, para determinar qué porcentajes deberían ser los destinados a ahorro y que otros a gastos.
- Cargar objetivos a corto o mediano plazo y visualizar su grado de avance, por ejemplo, la compra de un auto o las próximas vacaciones.
- Recibir asesoramiento financiero: opciones de inversión y mejoras en la gestión de las finanzas.
- Personalizar categorías de gastos de acuerdo a la cotidianidad de cada usuario.








El modelo freemium y premium de Oikos permite a la empresa llegar a una amplia base de usuarios y proporcionar un valor añadido a los usuarios que desean funciones avanzadas. Al ofrecer una versión gratuita, Oikos puede atraer a una gran cantidad de usuarios y crear una comunidad en torno a la aplicación, lo que puede ayudar a aumentar la lealtad de los usuarios y generar ingresos adicionales a través de la versión premium.

Para poder visualizar el modelo de negocios completo, se construyó el Business Model Canvas (BMC) para describir, diseñar, desglosar y analizar el modelo de negocio de Oikos. Se compone de nueve elementos clave que representan los bloques de construcción esenciales de cualquier empresa:

- Propuesta de Valor: aplicación para organizar las finanzas del hogar de manera colaborativa, que permite administrar ingresos y gastos, establecer objetivos familiares, armar presupuestos, obtener información sobre inversiones y optimizar el ahorro
- Segmentos de Cliente: parejas con finanzas ordenadas y desordenadas; personas que viven solas con finanzas ordenadas y desordenadas
- Canales: app, landing page, redes sociales
- Relaciones: servicio automatizado; asistencia personal; blogs

- Fuentes de Ingresos: plan premium; revenue por publicidad
- Actividades Clave: desarrollo front y back de la app; marketing; finanzas
- Recursos Clave: cloud (base de datos); marketing y brand; finanzas
- Asociaciones Clave: AWS
- Estructura de Costos: salarios; fee por publicidad; fee por cloud; abogados; alquiler; servicios

## Canvas business model: OIKOS

<p><b>Key Partners</b></p>  <p>- AWS</p>	<p><b>Key Activities</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo front y back de la app</li> <li>- Marketing</li> <li>- Finanzas</li> </ul>	<p><b>Values</b></p>  <p>App para organizar las finanzas del hogar de manera colaborativa, que permite administrar ingresos y gastos, establecer objetivos familiares, armar presupuestos, obtener información sobre inversiones y optimizar los ahorros</p>	<p><b>Relationships</b></p>  <p>Servicio automatizado Asistencia personal Blogs</p>	<p><b>Customers</b></p>  <p>Parejas con finanzas ordenadas y desordenadas</p> <p>Personas que viven solas con finanzas ordenadas y desordenadas</p>
<p><b>Costs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salarios</li> <li>- Fee por Publicidad</li> <li>- Fee por Cloud</li> <li>- Abogados</li> <li>- Servicios</li> <li>- Alquiler</li> </ul>	<p><b>Key Resources</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cloud (base de datos)</li> <li>- Marketing y brand</li> <li>- Finanzas</li> </ul>		<p><b>Channels</b></p>  <p>App Landing Page Redes sociales</p>	
		<p><b>Revenues</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Freemium</li> <li>- Premium para opciones de inversión, forecast</li> </ul>		



## 10. Go to Market Plan

El "go to market" de Oikos se basa en una estrategia integral para introducir y posicionar la aplicación en el mercado de la administración financiera familiar. Para ello se delineó una estrategia de marketing con el objetivo de conocer a fondo a la audiencia objetivo, crear contenido relevante y personalizado para cada etapa del funnel, utilizar herramientas de automatización y análisis de datos, y optimizar continuamente el proceso en base a los resultados obtenidos para posicionar Oikos y lograr atraer a usuarios potenciales.

El funnel de marketing para lograr un buen posicionamiento de Oikos se pensó de la siguiente manera:

- **1. Conciencia (Awareness):**

*Estrategias de contenido:* Crear contenido relevante y valioso sobre finanzas personales, gestión del hogar y consejos financieros en blogs y redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter. El objetivo es dar a conocer nuestra marca para atraer a potenciales usuarios.

*SEM (Search engine marketing):* Utilizar anuncios pagos en plataformas digitales, como Youtube, y redes sociales (Instagram y Facebook) para generar conciencia sobre la aplicación y dirigir tráfico hacia el sitio web y/o la página de descarga.

*SEO (Optimización de motores de búsqueda):* Implementar estrategias de SEO para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda y aumentar la visibilidad de la marca.

- **2. Consideración:**

*Lead magnet:* Ofrecer un incentivo, como una guía descargable sobre finanzas personales o un curso introductorio gratuito, a cambio de la información de contacto de los usuarios interesados.

*Contenido educativo:* Proporcionar contenido educativo a través de blogs, videos y página web para mostrar el valor de la aplicación y establecer la autoridad de la marca en el campo de las finanzas personales.

*Participación en redes sociales:* Interactuar activamente a través de publicaciones o historias para compartir información útil y responder preguntas de los usuarios interesados.

- **3. Decisión:**

*Email marketing:* Enviar correos electrónicos segmentados con contenido relevante sobre los beneficios y características de la aplicación para fomentar la consideración de los usuarios. Se enviarán boletines informativos, actualizaciones de la aplicación, consejos financieros y ofertas exclusivas para fomentar la interacción y la fidelidad de los usuarios.

*Pruebas gratuitas:* Ofrecer períodos de prueba gratuitos para permitir a los usuarios experimentar la aplicación con todos los features incluidos y comprender su valor.

*Estudios de caso y testimonios:* Compartir casos de éxito y testimonios de usuarios satisfechos para construir confianza y demostrar los resultados positivos obtenidos con la aplicación.

- **4. Retención:**

*Ofertas y promociones:* Crear ofertas especiales, descuentos o paquetes exclusivos para los usuarios que estén listos para tomar la decisión de adquirir la aplicación.

*Facilidad de compra:* Proporcionar un proceso de compra o descarga simple y fácil de usar, con opciones de pago seguras y claras.

- **5. Fidelización:**

*Incorporación guiada:* Proporcionar una guía paso a paso para ayudar a los nuevos usuarios a configurar sus cuentas y comenzar a utilizar la

aplicación de manera efectiva. Mostrar las principales funcionalidades y tentarlos con las que son pagas.

*Soporte al cliente:* Establecer canales de comunicación para brindar soporte técnico y resolver cualquier duda o problema que los usuarios puedan tener.

*Retroalimentación y testimonios:* Solicitar comentarios a los usuarios y animarlos a compartir su experiencia y testimonios para respaldar la promoción futura de la aplicación.

Es importante monitorear y analizar constantemente el rendimiento de cada etapa del funnel de marketing, utilizando herramientas de análisis y métricas clave, para identificar áreas de mejora y optimizar el proceso de adquisición de usuarios.



#### *Estrategia de marketing digital para cada etapa del funnel*

Los canales por los cuales se hará llegar el producto son las redes sociales principalmente, con el objetivo de llevar tráfico a la landing page y sitio web, para que conozcan más de Oikos y poder lograr la descarga de la aplicación.

Además de las redes sociales, Oikos buscará colaboraciones con influencers y expertos en finanzas personales y familiares que tengan audiencias relevantes. Los influencers podrán probar la aplicación, compartir su

experiencia y recomendarla a sus seguidores, lo que ayudará a ampliar el alcance de Oikos y generar confianza en la marca.

Por otro lado, se establecerán alianzas con instituciones financieras, empresas relacionadas con la familia y otras organizaciones afines. Esto puede incluir acuerdos de co-branding, promociones conjuntas o la integración de la aplicación con servicios financieros complementarios. Estas alianzas ayudarán a aumentar la visibilidad de Oikos y llegar a audiencias más amplias.

Por último, Oikos participará en eventos y ferias comerciales relacionadas con finanzas, tecnología o estilo de vida familiar. Estas oportunidades brindarán un espacio para presentar la aplicación, interactuar con el público objetivo de manera directa y generar leads y descargas de la aplicación.

## **Asociaciones Clave**

Oikos, podría establecer asociaciones clave con diversas entidades relacionadas con su industria y público objetivo. A continuación, se mencionan algunas posibles asociaciones:

- Instituciones financieras: Oikos podría establecer asociaciones con bancos, cooperativas de crédito u otras instituciones financieras para proporcionar servicios integrados a sus usuarios. Esto podría incluir la posibilidad de vincular cuentas bancarias, acceder a información financiera en tiempo real y realizar transacciones directamente desde la aplicación. Esto sería fundamental para tener un diferenciador adicional.

- Proveedores de servicios financieros: Oikos podría asociarse con proveedores de servicios financieros, como compañías de seguros, gestores de inversiones o plataformas de préstamos, para ofrecer a sus usuarios opciones adicionales de gestión financiera y acceso a productos financieros complementarios.

- Empresas de tecnología financiera (fintech): podría colaborar con otras empresas fintech que ofrezcan servicios o productos relacionados con la gestión financiera familiar. Por ejemplo, podría integrar soluciones de pago, aplicaciones de ahorro o herramientas de inversión para brindar una experiencia más completa a sus usuarios.

- Organizaciones de educación financiera sin fines de lucro, instituciones educativas o expertos en educación financiera: para proporcionar recursos adicionales a sus usuarios. Esto podría incluir contenido educativo, webinars, talleres o asesoramiento financiero personalizado para ayudar a las familias a mejorar su conocimiento y habilidades financieras.

Estas son solo algunas ideas de asociaciones clave que Oikos podría considerar para fortalecer su propuesta de valor y llegar a un público más amplio. Las asociaciones estratégicas pueden ofrecer beneficios adicionales a los usuarios de Oikos y ayudar a la empresa a expandir su alcance en el mercado de la administración financiera familiar.

## **Riesgos asociados al Go to market**

Como cualquier empresa, Oikos puede enfrentar riesgos asociados a su operación y decisiones estratégicas. A continuación, se mencionan algunos ejemplos de riesgos hipotéticos que podrían afectar a Oikos, incluyendo la posibilidad de asociarse con otra empresa o ser adquirida.

Si Oikos decidiera asociarse con otra empresa, podría existir el riesgo de que la asociación no funcione según lo planeado. Pueden surgir desafíos en términos de alineación de objetivos, diferencias culturales o conflictos en la implementación de la colaboración. Además, si la asociación no genera los beneficios esperados, podría afectar la reputación y la posición competitiva de Oikos que logró generar. Por el lado contrario, si la asociación fuera exitosa para Oikos significaría una aceleración de crecimiento exponencial y una anticipada generación de revenues y una captación del mercado más rápida y eficiente.

Otro riesgo posible es la adquisición de Oikos por una entidad financiera o fintech. En este caso, podrían aparecer riesgos asociados a la integración de las operaciones, la cultura y la gestión. La adquisición podría generar incertidumbre para los empleados y usuarios de Oikos, y podría haber cambios en la dirección estratégica o en la calidad del servicio ofrecido. Además, si la adquisición no se realiza de manera exitosa, podría tener un impacto negativo en la reputación y el valor de la empresa.

En relación al riesgo operacional de Oikos, podemos identificar el riesgo en la seguridad de datos. Como aplicación de administración financiera, Oikos maneja datos confidenciales de sus usuarios, como información bancaria y de tarjetas de crédito. Existe un riesgo inherente de violaciones de seguridad cibernética que podrían comprometer la privacidad y la integridad de los datos de los usuarios. Se deberán implementar medidas sólidas de seguridad de datos y mantenerse actualizada con las mejores prácticas en materia de protección de la información.

Otro riesgo asociado a la operatoria habitual, es el riesgo regulatorio y legal: Oikos debe cumplir con las regulaciones y leyes financieras y de protección de datos que se aplican en las jurisdicciones en las que opera. Cualquier incumplimiento de estas regulaciones podría resultar en multas, sanciones o daños a la reputación de la empresa. Además, los cambios en las regulaciones financieras o de privacidad podrían requerir ajustes significativos en la operación de Oikos.

Si bien la competencia en Latinoamérica, especialmente en Argentina, es baja porque las mejores aplicaciones no están disponibles en su 100% de funcionalidades, Oikos enfrenta el riesgo de competir con otras empresas establecidas y nuevas entrantes en el mercado. La competencia puede afectar la capacidad de Oikos para adquirir y retener usuarios, así como su posición en el mercado.

Es importante que Oikos identifique y evalúe continuamente estos y otros riesgos potenciales, y tome medidas adecuadas para mitigarlos. Esto implica implementar políticas y controles robustos, mantenerse actualizado con las regulaciones aplicables, invertir en seguridad de datos y desarrollar estrategias de gestión de riesgos efectivas. Al abordar los riesgos de manera proactiva, Oikos puede fortalecer su posición en el mercado y asegurar un crecimiento sostenible.



Universidad de  
**San Andrés**



## 11. Recursos, procesos y plan operativo del negocio

Los recursos necesarios para poder llevar a cabo la implementación de Oikos serían los siguientes:

- Equipo de desarrollo: el equipo deberá contar con experiencia en desarrollo de aplicaciones móviles y conocimientos en seguridad informática.
- Infraestructura tecnológica: se contratará la nube brindada por Amazon Web Services para alojar la aplicación y garantizar su disponibilidad y seguridad.
- Recursos financieros: Será necesario contar con el capital inicial para el desarrollo de la aplicación, así como para la publicidad y marketing del negocio.
- Colaboradores: expertos en finanzas personales o asesores financieros para proporcionar contenido y consejos útiles a los usuarios de la aplicación.

El proceso de implementación de Oikos se definió en las siguientes etapas:

- Desarrollo de la aplicación: el equipo de desarrollo trabajará en la creación de la aplicación móvil, considerando los requisitos y funcionalidades necesarios para la gestión colaborativa de las finanzas del hogar.
- Pruebas y mejoras: Se realizarán pruebas exhaustivas de la app para identificar posibles errores o mejoras. Se recopilarán comentarios y sugerencias de los usuarios beta para mejorar la experiencia y funcionalidad de la aplicación.

- Seguridad y protección de datos: Se implementarán medidas de seguridad robustas para proteger la información financiera y personal de los usuarios.
- Mantenimiento y actualizaciones: Se realizarán actualizaciones periódicas para corregir errores, mejorar la funcionalidad y agregar nuevas características según las necesidades y los comentarios de los usuarios.
- Soporte al cliente: Se proporcionará soporte técnico y atención al cliente para resolver cualquier duda o problema que los usuarios puedan tener.



Universidad de  
**San Andrés**

## 12. Plan Operativo de Negocio de Oikos

### 1. Objetivos:

- Captar y retener usuarios: Establecer como objetivo captar un número significativo de usuarios y fomentar la retención a largo plazo.
- Mejorar la funcionalidad: Continuar mejorando y actualizando la aplicación para brindar una experiencia de usuario óptima y agregar nuevas funcionalidades.
- Generar ingresos: Implementar estrategias de monetización efectivas para generar ingresos y garantizar la sostenibilidad del negocio.

### 2. Estrategias de Marketing:

- Estrategia digital: Utilizar canales digitales como redes sociales, publicidad en línea y marketing de contenidos para aumentar la visibilidad y promoción de la aplicación.
- Alianzas estratégicas: Establecer asociaciones con blogs o influencers relacionados con las finanzas personales para promocionar la aplicación y ampliar su alcance.
- Marketing de referidos: Implementar un programa de referidos para incentivar a los usuarios existentes a recomendar la aplicación a sus contactos.

### 3. Desarrollo de la Comunidad:

- Crear una comunidad en línea: Establecer canales de comunicación, como un blog o foro, donde los usuarios puedan interactuar, compartir consejos y experiencias.
- Atención al cliente: Brindar un servicio de atención al cliente eficiente y receptivo para resolver dudas y problemas de los usuarios de manera rápida y efectiva.

#### 4. Monetización:

- Modelo freemium: Ofrecer una versión básica gratuita de la aplicación con funcionalidades limitadas y opciones de actualización a una versión premium con características avanzadas y valor agregado.
- Publicidad integrada: Explorar acuerdos de publicidad con empresas relacionadas con las finanzas personales para mostrar anuncios relevantes dentro de la aplicación.
- Servicios adicionales: Ofrecer servicios adicionales, como asesoramiento financiero personalizado o acceso a contenido exclusivo, a través de suscripciones o compras dentro de la aplicación.

#### 5. Innovación y Mejora Continua:

- Investigación de mercado: Realizar investigaciones periódicas para identificar las necesidades y preferencias de los usuarios, así como las tendencias en el mercado de las finanzas personales.
- Análisis de datos: Utilizar análisis de datos para comprender el comportamiento de los usuarios, identificar patrones de uso y realizar ajustes en la aplicación según los datos recopilados.

#### 6. Alianzas Estratégicas:

- Colaborar con instituciones financieras: Establecer alianzas con bancos u otras entidades financieras para ofrecer servicios complementarios, como acceso directo a cuentas bancarias o herramientas de planificación financiera.

#### 7. Evaluación de Resultados:

- Métricas clave: Establecer métricas clave de desempeño, como la adquisición de usuarios, la retención, el crecimiento de los ingresos y la satisfacción del cliente, para evaluar el progreso y realizar ajustes en la estrategia según sea necesario.

El Plan Operativo de Negocio de Oikos se basa en la captación y retención de usuarios, la mejora continua de la aplicación, la generación de ingresos efectiva y el establecimiento de alianzas estratégicas. Además, se enfoca en la innovación y la mejora continua para adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado de finanzas personales.



Universidad de  
**San Andrés**

## 13. Proyecciones Financieras / Units Economics

### Proyecciones financieras

#### *Tasa de Crecimiento de usuarios*

Comenzando con las proyecciones financieras, se estimó la curva de adopción de usuarios, donde se logran 60K usuarios en el primer año, 120K en el segundo y 252K usuarios en el tercero, llegando al Serviceable Obtainable Market (SOM):

	Y1	Y2	Y3
Usuarios	60.000	120.000	252.000
Tasa de crecimiento		100%	110%

La proyección del crecimiento de la tasa de adopción de usuarios de Oikos se basa en una serie de factores que respaldan la expansión continua y el creciente interés en la aplicación a lo largo del tiempo.

En primer lugar, se toma como supuesto que Oikos ha logrado posicionarse como una solución completa y efectiva para la administración financiera familiar. A medida que más familias reconozcan la importancia de gestionar sus finanzas de manera eficiente y Oikos se haga más conocido en el mercado, más usuarios descubrirán y se interesarán por la aplicación.

En segundo lugar, se supone que el efecto de red y el boca a boca positivo juegan un papel clave en el crecimiento proyectado de la tasa de adopción. A medida que más usuarios se registren y utilicen Oikos, se creará un efecto de red que aumentará la atracción de la aplicación. Cuando los usuarios encuentren que es una herramienta útil y satisfactoria, es probable que la recomienden a otros, lo que generará un boca a boca positivo y hará que aumente la tasa de adopción.

En términos de estrategias de marketing, Oikos implementará acciones efectivas para aumentar su visibilidad y llegar a un público más amplio, como se mencionó en apartados anteriores. Además de las redes sociales y colaboraciones con influencers, Oikos expandirá sus canales de marketing a través de asociaciones estratégicas, publicidad digital dirigida y participación en eventos relevantes. Estas estrategias permitirán que Oikos llegue a más usuarios potenciales y acelere la tasa de adopción de la aplicación.

Por último, la evolución de la conciencia financiera también es un factor que respalda la tasa de adopción de Oikos. A medida que más personas comprendan la importancia de una gestión financiera efectiva, estarán más dispuestas a buscar soluciones como Oikos para mejorar su situación financiera familiar.

#### *Estado de Resultados*

Para poder proyectar el estado de resultados a 3 años, partimos de las siguientes premisas: fee anual de U\$30 por cada usuario que se suscriba, costo de mantenimiento de la app por usuario de U\$6 (20% del costo anual) y un costo adicional de pago de cloud donde se almacenará la aplicación.



### Proyección Estado de Resultados

#### **Ingresos**

Suscripciones	U\$ 396.000	U\$ 1.008.000	U\$ 2.268.000
Publicidad	U\$ 79.200	U\$ 158.400	U\$ 332.640
Costos	-U\$ 363.000	-U\$ 724.500	-U\$ 1.518.750

<b>Resultado Bruto</b>	<b>U\$ 112.200</b>	<b>U\$ 441.900</b>	<b>U\$ 1.081.890</b>
------------------------	--------------------	--------------------	----------------------

<b>Margen bruto</b>	<b>24%</b>	<b>38%</b>	<b>42%</b>
---------------------	------------	------------	------------

<i>Ratio de Eficiencia</i>	<i>76%</i>	<i>62%</i>	<i>58%</i>
----------------------------	------------	------------	------------

#### **Gastos en mkt**

Publicidad IG	-U\$ 80.000	-U\$ 104.000	-U\$ 124.800
SEM	-U\$ 30.000	-U\$ 39.000	-U\$ 46.800
Otra publicidad	-U\$ 20.000	-U\$ 26.000	-U\$ 31.200

#### **Gastos adm**

Alquiler Oficina	-U\$ 18.000	-U\$ 18.000	-U\$ 18.000
Sueldos	-U\$ 72.000	-U\$ 135.000	-U\$ 234.000

<b>Total Gastos</b>	<b>-U\$ 220.000</b>	<b>-U\$ 322.000</b>	<b>-U\$ 454.800</b>
---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

<b>Resultado Operativo</b>	<b>-U\$ 107.800</b>	<b>U\$ 119.900</b>	<b>U\$ 627.090</b>
----------------------------	---------------------	--------------------	--------------------

<b>Margen operativo</b>	<b>-23%</b>	<b>10%</b>	<b>24%</b>
-------------------------	-------------	------------	------------

Imptos.	-U\$ 37.730	-U\$ 41.965	-U\$ 219.482
---------	-------------	-------------	--------------

<b>Resultado neto</b>	<b>-U\$ 145.530</b>	<b>U\$ 77.935</b>	<b>U\$ 407.609</b>
-----------------------	---------------------	-------------------	--------------------

<b>Margen neto</b>	<b>-31%</b>	<b>7%</b>	<b>16%</b>
--------------------	-------------	-----------	------------

*Proyección del estado de resultados a 3 años, expresado en dólares*

Una vez desarrollada la primera parte del Income Statement, habiendo destacado la forma en que crecerán las suscripciones y sus costos ligados a ellas, se refleja el resultado bruto de los tres años.

El primer año presenta un resultado bruto de U\$112,2K debido al gran porcentaje que representan los costos variables sobre el total de los ingresos, algo lógico para lo que se espera del primer año. Es por esto que se obtiene el margen bruto más pequeño de los años proyectados posicionado en un 24% y como contrapartida, un ratio de eficiencia del 76%, lo que indica que Oikos estará afrontando una proporción mayor de sus ingresos en costos, traduciéndose en una señal de elevada ineficiencia.

Por su parte, el segundo año refleja un resultado bruto mayor, principalmente por un incremento del monto de suscripciones el cual se duplica con respecto al año anterior y posiciona al margen bruto en un 38% y al ratio de eficiencia en 62%, porcentajes más alentadores y consistentes con un año crucial para el futuro de la compañía, ya que se logra el break even.

En el tercer año, a pesar de tener un incremento de más del doble en sus costos variables, el crecimiento de los ingresos por suscripciones y publicidad comienza a ser exponencial lo que permite cubrir esos costos y reflejar un resultado bruto de casi U\$1,1M. Este año permite apreciar un margen bruto aún más sólido establecido en 42% y por supuesto, un ratio de eficiencia que continúa decreciendo a niveles del 58%.

En relación al margen operativo, se puede observar claramente que luego del primer año con márgenes negativos, se logra el punto de equilibrio en el segundo año con un margen operativo positivo de 10% y donde se supone que Oikos tiene una mayor maduración de su base de usuarios lo que le permite tener una mayor porción de ingresos que respaldan la estructura de gastos necesaria para el continuo desarrollo de negocio. Los gastos fueron divididos en dos grandes grupos: aquellos relacionados con el negocio habitual, que como mencionamos anteriormente, suponemos un costo de mantenimiento de la app y un costo por el servidor de Amazon Web Services; y por otro lado los gastos de marketing que serán fundamentales para dar a conocer la aplicación y adquirir usuarios los primeros años y los gastos de administración donde incluimos los sueldos de los programadores (donde suponemos una necesidad de contar con 2 programadores/desarrolladores de back/front-end en el primer año, y para el tercer año proyectamos tener 4 dado que consideramos que la aplicación a medida que vaya captando más usuarios seguir incorporando y ajustando features).

Cabe mencionar que luego del resultado operativo, se estimó la aplicación de una alícuota impositiva del 35% para luego arribar al resultado neto.

Como conclusión, la proyección del estado de resultados de Oikos refleja un resultado neto negativo en el primer año, logrando el break even en el segundo año, con ganancias positivas y margen neto del 7%. Esto se debe a varios factores:

- Grandes inversiones iniciales: durante los primeros años, se supone que Oikos realizará inversiones significativas en el desarrollo de la aplicación, marketing y contratación de personal generando gastos considerables que afectan el resultado bruto negativamente.
- Adquisición de usuarios: en los primeros años Oikos, como venimos explicando a lo largo de todo el trabajo, se enfocará en la adquisición de usuarios y en aumentar su base de usuarios activos. Para poder lograrlo, se implementarán las estrategias de marketing mencionadas en el apartado “10. Go to Market” lo que conlleva a tener altos gastos de marketing.
- Escalabilidad del negocio: se estima que llevará dos años alcanzar un nivel de escala que permita reducir los costos operativos y aumentar la eficiencia. A medida que la base de usuarios crezca y se optimicen los procesos internos, será posible reducir los costos de operación y mejorar el resultado bruto.
- Aumento de los ingresos: Oikos logra consolidarse en el mercado y aumentar su base de usuarios en el tercer año, lo que produce que los ingresos generados por la aplicación aumenten.
- Optimización de costos: a medida que Oikos adquiera más experiencia y conocimiento sobre su modelo de negocio, implementará estrategias para optimizar los costos operativos (automatización de procesos, reducción de programadores, renegociación del acuerdo con AWS, reducción de gastos de publicidad ya que se espera que el boca a boca y el efecto de red ayuden de forma positiva en este punto). Estas acciones contribuirán a mejorar el resultado bruto y a alcanzar el punto de equilibrio en el tercer año.

## Units Economics

El **CAC** se refiere al costo promedio que una empresa incurre para adquirir un nuevo cliente. En el caso de Oikos, se estima que el CAC para el primer año es de U\$2, lo que significa que la empresa gastará en promedio U\$2 para adquirir cada nuevo cliente. En la estimación del CAC se incluyeron los costos asociados con actividades de marketing, como publicidad en redes sociales, campañas de marketing y otros gastos relacionados a publicidad (contratos con influencers). Se estima que a lo largo de la proyección el CAC disminuya y sea más orgánica la adquisición de nuevos clientes.

El **LTV** se refiere al valor total que un cliente aporta a una empresa durante su ciclo de vida como cliente. En este caso, se estima que el LTV es de U\$72, lo que significa que en promedio, un cliente generará ingresos por un valor de U\$72 durante su relación comercial con Oikos. Para el cálculo del LTV se tuvieron en cuenta los ingresos recurrentes que se esperan recibir del cliente a lo largo del tiempo (U\$30 fee anual), así como los márgenes de beneficio asociados (U\$6 costo mantenimiento de la app asociado directamente al cliente). Se toma como supuesto que la relación comercial promedio con un cliente dure aproximadamente 3 años, ya que tomamos como punto de partida que lograr un objetivo a mediano/largo plazo puede llevar 3 años o más y teniendo en cuenta que la vida económica activa es algo cotidiano y continuo.

La relación entre el CAC y el LTV es una métrica importante para evaluar la eficiencia y la rentabilidad de las actividades de adquisición de clientes. En este caso, la relación es de 33, lo que indica que el LTV es aproximadamente 33 veces mayor que el CAC, dando una señal positiva, ya que implica que el valor generado por cada cliente supera ampliamente el costo de adquirirlo.

Una relación favorable entre el CAC y el LTV, como es en este caso, indicaría que el valor generado por cada cliente supera ampliamente el costo de adquirirlo, lo que es un buen indicador de la rentabilidad de Oikos.

## Fuentes y Bibliografía

-Value Proposition Design: Alex Osterwalder

<https://hbr.org/2016/09/know-your-customers-jobs-to-be-done#strategyzer.com> -  
[Testing Your Business Model - A Reference Guide](#)

-When Has a Consumer Startup Reached Product-Market Fit?, Andrew Chen

<https://andrewchen.co/when-has-a-consumer-startup-hit-productmarket-fit/>

-<https://productcoalition.com/focus-on-the-problem-more-than-the-solution-102693f282fe>

-<https://medium.com/@anujamore/achieving-product-market-fit-39971873fe81>

-<https://blog.producthunt.com/how-to-design-products-that-delight-your-users-with-slacks-vp-of-design-ethan-eismann-84d9dad1ec22>

-<https://ebookcentral.proquest.com/lib/sanandres/reader.action?docID=581476>



## Anexos

### 1. Segmentos de Clientes identificados post entrevistas e investigación de mercado.

## Segmentos identificados



### 2. Arquetipos de clientes: realizados post entrevistas con usuarios potenciales de la aplicación.

**Juana**

**Segmento: Pareja con finanzas ordenadas**

**Brief Description**

Edad: 32 años  
NSE: Alto  
Motivación: Ahorrar para concretar proyectos con su novio.  
Estado: convive con su pareja hace 7 años  
Ciudad: Olivos

**Skills**

- Lic. en Economía (UBA)
- MBA (UdeSA)
- Idiomas: inglés
- Le encantan los datos

**Customer Jobs**

- Organizar de manera efectiva sus ahorros para poder comprarse su primera casa juntos
- Planificación a futuro de sus ahorros para poder armar un plan de inversión.

**Personality**

- Trabaja en una fintech
- Es independiente, organizada, ordenada.
- Le gusta capacitarse constantemente.
- Busca cosas nuevas para hacer siempre.

**Interests**

- Salir a comer con sus amigos
- Viajar/escapadas de finde
- Disfrutar de una buena lectura y de escuchar podcasts
- Le gusta estar informada 24/7

**Tech**

- Usa todas las apps posibles para no llevar la billetera a ningún lado
- Usa Splitwise y Excel sheet para la administración de las finanzas del hogar

**Gains**

- Utilizar una sola herramienta de manera colaborativa para organizar las finanzas
- Entender cuánto pueden eficientizar los ahorros para su próximo viaje
- Presupuesto a mediano plazo de posibles inversiones

**Pains**

- Usar varias herramientas es una faca y lleva tiempo
- Gastos no optimizados
- Imposible planificación futura



## Maria

### Segmento: Pareja con finanzas desordenadas



#### Brief Description

Edad: 29 años  
NSE: Medio/Alto  
Motivación: Ahorrar para comprar su primer auto.  
Estado: convive con su pareja hace 4 años  
Ciudad: CABA

#### Skills

- Lic. En Administración de empresas (UCEMA)
- Trabaja en un Banco como analista de segmento
- Idiomas: inglés

#### Customer Jobs

- Tener claro el ahorro y su crecimiento para poder cumplir el objetivo de comprar su primer auto.
- Identificar en qué se están yendo los ingresos de los dos. Siempre llegan justo a fin de mes (aun teniendo buenos sueldos).
- Identificar cuáles servicios fueron pagos y cuales aún no, para evitar deudas.
- Tener un orden de las finanzas del hogar para poder lograr cualquier proyecto juntos.

#### Personality

- El orden no es su principal cualidad. Le cuesta la organización en cualquier aspecto de su vida.
- Le gustan los planes familiares.
- Es espontánea, transparente y volada.

#### Interests

- Viajar: las vacaciones son sagradas
- El fútbol de los sábados no se cambia por nada.
- Ama comprarse ropa.

#### Tech

- Redes sociales
- Apps de todo tipo
- Las finanzas no son lo suyo. Paga los servicios por OLB y es suficiente.

#### Gains

- Tener ahorros suficientes para comprar el primer auto.
- Poder administrar el dinero de manera rápida y en un solo lugar
- No perder tiempo en la organización

#### Pains

- Fran (su pareja) tampoco es organizada con los gastos, con lo cual siempre queda algún servicio del mes sin pagar.
- No saben como comenzar a planificar las finanzas

## Julian

### Segmento: Persona que vive sola, con finanzas ordenadas



#### Brief Description

Edad: 35 años  
NSE: Medio/Alto  
Motivación: Alcanzar la independencia financiera  
Estado: vive solo, pero siempre tiene compañía  
Ciudad: Lomas de Zamora

#### Skills

- Lic. en Marketing (UADE)
- MND (UdeSA)

#### Customer Jobs

- Presupuesto mensual en Excel sheet que sigue rigurosamente.
- Registro exhaustivo de sus gastos
- Planificación de sus ahorros para poder incrementar sus inversiones a largo plazo..

#### Personality

- Trabaja en una consultora de marketing
- Es organizado y disciplinado
- Tiene una rutina diaria y le gusta planificar sus actividades con anticipación

#### Interests

- Disfruta de buenas lecturas e ir al cine
- Hace deporte y le interesa tener una buena alimentación
- Le gusta viajar y tener escapadas con amigos

#### Tech

- Usa todas las apps posibles para no llevar la billetera a ningún lado
- Usa Splitwise y Excel sheet para la administración de las finanzas del hogar

#### Gains

- Ahorrar para poder hacer crecer su patrimonio
- Utilizar una sola herramienta, ya que si tiempo vale oro
- Valoraría consejos financieros para mejorar sus inversiones

#### Pains

- Le lleva mucho tiempo el registro de gastos y el armado del presupuesto
- No conoce muchas opciones de inversión

## Mateo

### Segmento: Persona que vive sola, con finanzas desordenadas



#### Brief Description

Edad: 27 años  
NSE: Medio  
Motivación: comenzar a ahorrar y tener control de sus finanzas  
Estado: soltero, disfrutando la vida  
Ciudad: Caballito

#### Skills

- Desarrollador de software (UTN)
- Le encanta todo lo relacionado al front-end

#### Customer Jobs

- Comenzar a ahorrar y tener un control preciso de sus finanzas
- Pagar sus deudas y comenzar a ahorrar para invertir en su futuro.
- No olvidarse de pagar los servicios del hogar (así evita que se generen cargos adicionales)

#### Personality

- No tiene muchos hábitos establecidos y a menudo se deja llevar por impulsos
- Gasta más de lo que debería por no prestar atención a sus finanzas

#### Interests

- Disfruta pasar tiempo con sus amigos y salir a divertirse.
- Mira series y pelis por cualquier plataforma (paga todas)
- Pasa parte de su tiempo jugando juegos online

#### Tech

- Utiliza muy poco las billeteras virtuales, se maneja mucho con la tarjeta de crédito
- Solo tiene IG como red social.

#### Gains

- Finanzas organizadas
- Tener un presupuesto para poder saber cuánto gastar
- Recibir alertas sobre sus facturas pendientes
- Recibir consejos financieros para ayudarlo a desarrollar mejores hábitos

#### Pains

- Gasta más de lo que debería.
- Tiene deudas de TC y préstamos estudiantiles
- No tiene un presupuesto establecido y no lleva registro de sus gastos.



3. Quiz realizado para obtener insights de los leads que logramos que lleguen a la landing page de Oikos a través de la publicidad generada en Redes Sociales, específicamente Instagram.

Landing page: <https://oikosfinanzas.wixsite.com/oikos>

Contanos sobre cómo organizan las finanzas de tu hogar

¿Con quién compartís tu hogar?

con mi pareja e hijos

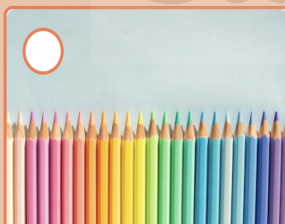
con mi pareja

con amigos

con mis padres

Continue

¿Con qué nivel de organización se identifican?



Muy organizados, hacemos seguimiento regular: casi obse.



Desorganizados, hacemos seguimiento cada tanto o nunca.



Organizados pero no es fácil: se complica cuando hay hijos que manejan dinero.

Continue

## ¿Cómo definirías la relación de tu casa con el dinero?



Hacemos fondo común:  
Compartimos todo: "lo mío es tuyo y lo tuyo es mío"



Cada uno mantiene su independencia:  
"cuentas claras conservan el amor".



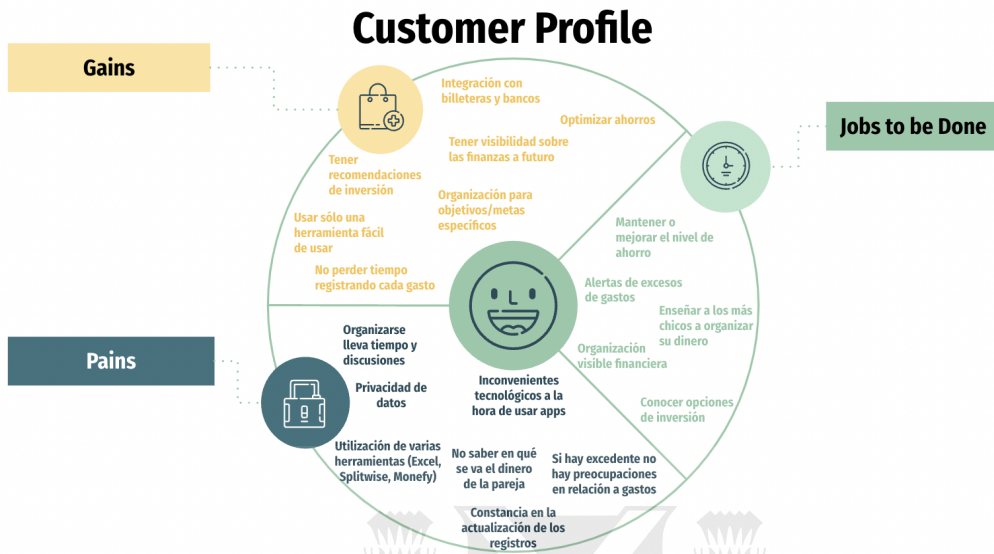
Queremos enseñar a nuestros hijos a administrarse:  
"Enseñamos con el ejemplo".

Continúe

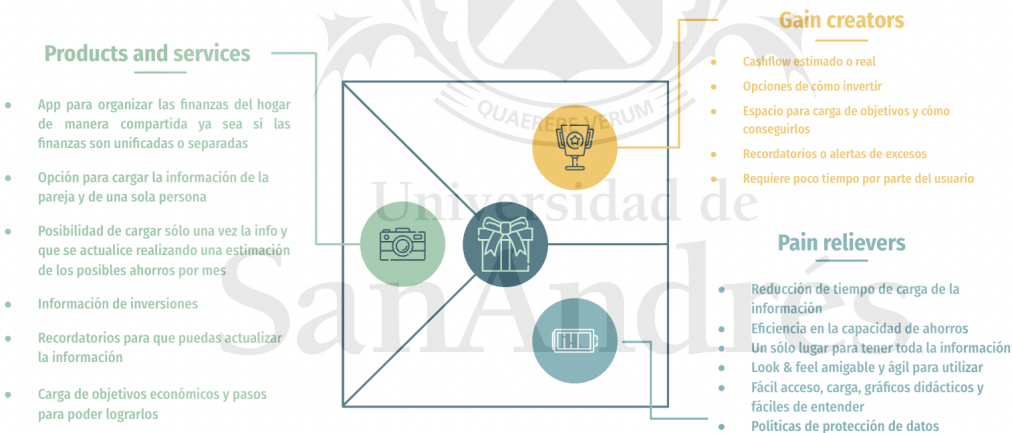
## ¿Para qué usarías una app para organizar las finanzas de tu familia?

- porque tenemos objetivos y queremos cumplirlos
- porque no sabemos en qué se nos va el dinero
- porque si fuéramos más eficientes podríamos ahorrar o invertir
- porque necesitamos saber y comparar qué gasta cada uno o nuestros hijos.

#### 4. Value proposition Canvas: armado para poder identificar el product market fit



### Value map



#### 5. Business Model Canvas

### Canvas business model: OIKOS

<b>Key Partners</b>  - AWS	<b>Key Activities</b>  - Desarrollo front y back de la app - Marketing - Finanzas	<b>Values</b>  App para organizar las finanzas del hogar de manera colaborativa, que permite administrar ingresos y gastos, establecer objetivos familiares, armar presupuestos, obtener información sobre inversiones y optimizar los ahorros	<b>Relationships</b>  Servicio automatizado Asistencia personal Blogs	<b>Customers</b>  Parejas con finanzas ordenadas y desordenadas  Personas que viven solas con finanzas ordenadas y desordenadas
<b>Costs</b> - Salarios - Fee por Publicidad - Fee por Cloud	<b>Key Resources</b>  - Cloud (base de datos) - Marketing y brand - Finanzas		<b>Channels</b>  App Landing Page Redes sociales	

## 6. Competidores: análisis de la competencia en la industria de aplicaciones para administrar las finanzas del hogar



	OIKOS	Monefy	Spendee	Wallet
<b>Precio</b>	US\$ 30/año	US\$ 40/año	US\$ 23/año	US\$ 22/año
Cuentas conjuntas	Free	X	\$	\$
Registro de gastos/ingresos	Free	Free	Free	Free
Carga de objetivos	\$	X	X	X
Presupuesto	\$	X	Free	Free
Integración c/ bancos	Free	X	\$	\$
Asesoramiento financiero	\$	X	X	X

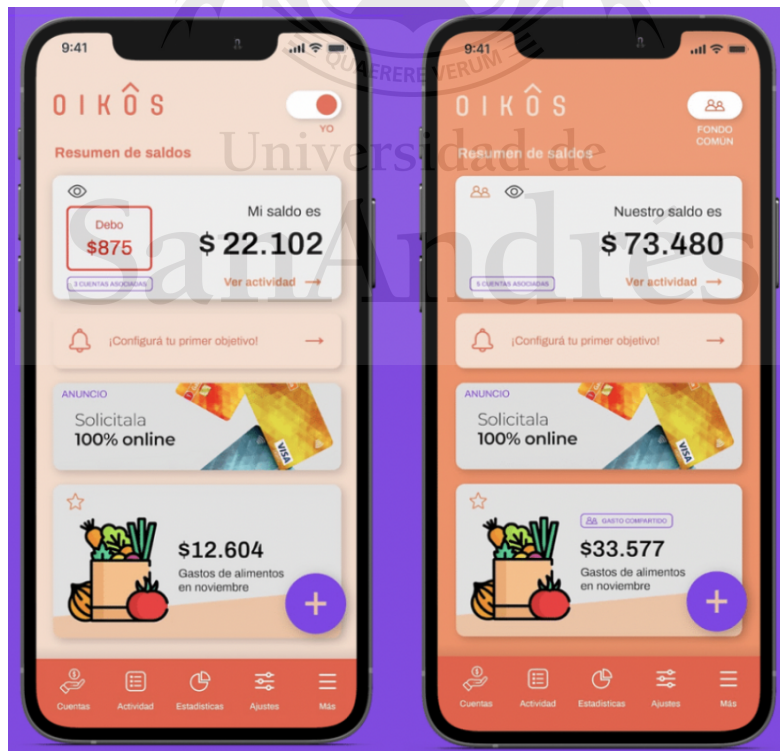


## 7. Armado de la estrategia de marketing para el posicionamiento de la marca y la adquisición de nuevos usuarios.

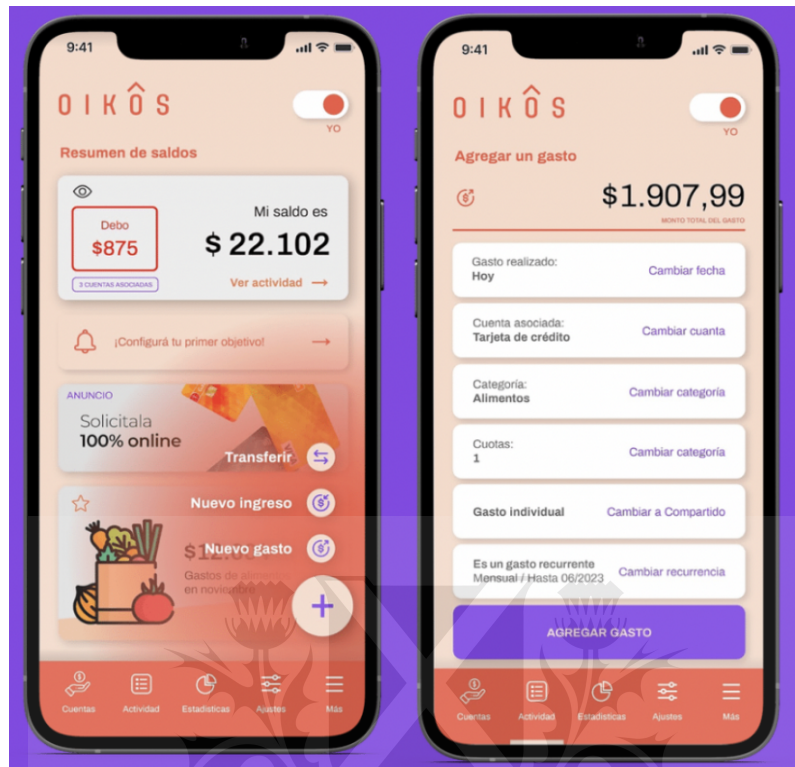


## 8. Prototipos de la aplicación

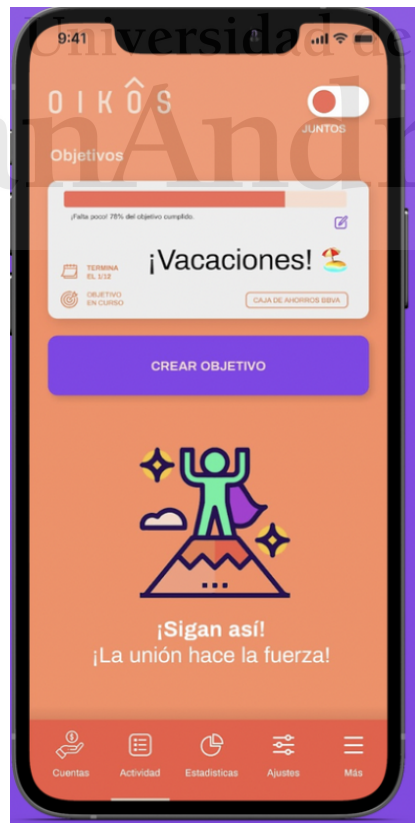
*Pantalla inicial donde se verían las cuentas conjuntas y personales*



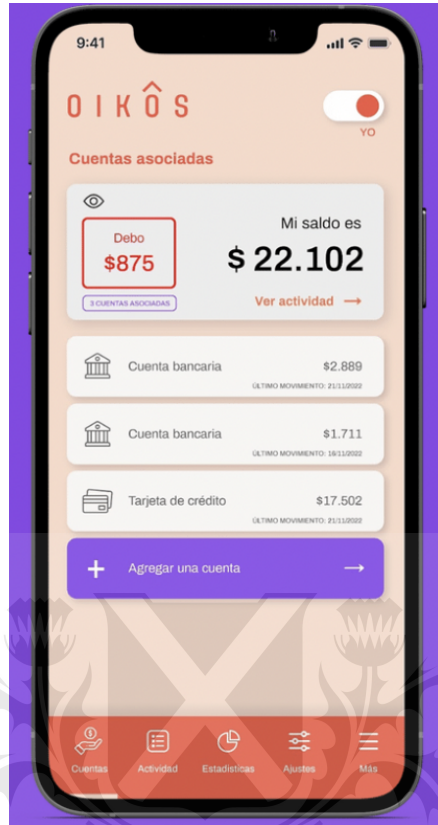
*Pantalla de registro de gastos*



*Pantalla de carga de objetivos y visualización del grado de avance*



*Pantalla de visualización de integración con cuentas bancarias*



Universidad de  
**San Andrés**