



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés

Escuela de Negocios

Maestría en Negocios Digitales

**“OIKOS, finanzas compartidas
para familias del S.XXI”**

*Segmento: Familias con hijos en
edad de manejar dinero*

Autora: Alamo, Sofía Beatriz

Mentor del Trabajo Final de Graduación:

Alejandro Fernández Coya

Buenos Aires, octubre 2023

Agradecimientos

A Santiago, quien creó el nombre Oikos, y con quien amo compartir la vida, además de las finanzas.

A mi papá Juan y a Mechtild por ser sostén de todo lo que me propongo.

A Alejandra y mis estudiantes de la Licenciatura en Negocios Digitales en la sede de Digital House por inspirarme a realizar esta maestría.

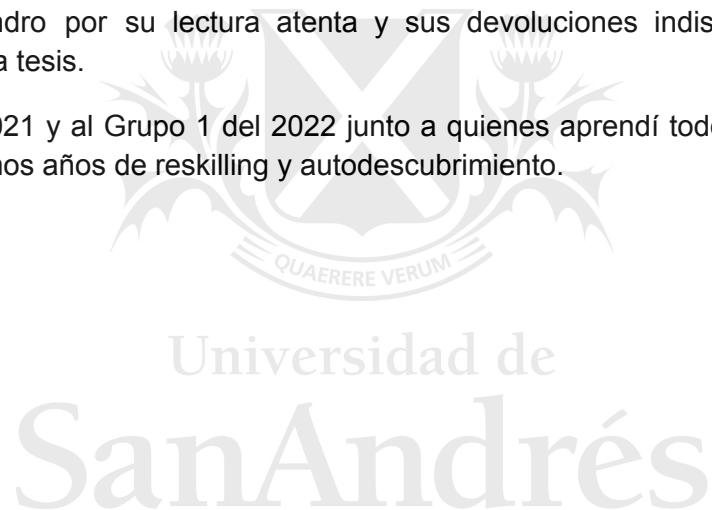
A Maica, mi dupla y co-founder de Oikos, por nuestros intercambios que dieron vida a la ideación de este negocio.

A los entrevistados, colegas y amigos que nos brindaron su punto de vista para expandir el entendimiento de la necesidad y deseabilidad de esta propuesta.

A Valeria, Facundo y Belén por sus diseños, rediseños y feedback que volvieron factible este producto digital.

A mi tutor Alejandro por su lectura atenta y sus devoluciones indispensables para la finalización de esta tesis.

Al Grupo 1 del 2021 y al Grupo 1 del 2022 junto a quienes aprendí todo lo que necesité y más en estos últimos años de reskilling y autodescubrimiento.



ÍNDICE

1. Resumen Ejecutivo	4
2. El problema	5
3. El cliente	7
4. La propuesta de valor	18
5. El product market fit	24
6. El tamaño de la oportunidad	32
7. El modelo de negocios	45
8. Go to Market Plan	47
9. Recursos y plan operativo del negocio	53
10. Implementación del negocio	56
11. Equipo emprendedor, estructura directiva	58
12. Proyecciones financieras y requerimientos de inversión	59
13. Principales riesgos y estrategias de cobertura	61
14. Aspectos legales y regulatorios	64
15. Referencias y Bibliografía	65
16. Anexos	68



Universidad de
San Andrés

1. Resumen Ejecutivo

En un contexto de una creciente complejidad financiera (pluriempleo, múltiples cuentas bancarias por persona y proliferación de billeteras virtuales), las familias se encuentran con la inquietante pregunta de cómo preparar a sus hijos para enfrentar las demandas del mundo financiero moderno.

Es aquí donde surge una necesidad urgente: una herramienta que no solo facilite la administración compartida del dinero en el hogar, sino que también actúe como un aliado en la educación financiera de los más jóvenes. **Oikos** nace como respuesta a este desafío, ofreciendo una solución integral que empodera a las familias para gestionar el dinero de manera colaborativa y, al mismo tiempo, capacita a los niños y adolescentes para tomar decisiones financieras informadas y desarrollar un sólido entendimiento de las finanzas personales.

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.

Si bien Oikos es una solución que facilita la organización de finanzas compartidas del hogar y podrá ser útil a un amplio espectro de composiciones familiares, este proyecto se enfocará en el segmento de familias con hijos en edad de manejar dinero. Se analizó toda la población de Latinoamérica que podría consumir Oikos en el marco de este segmento y se estimó que la app podría tener 210.000 de familias cliente en 3 años, lo que equivaldría a tener una ganancia neta de USD 325.000.

Para el lanzamiento del proyecto se requiere una inversión de USD 270.000 que será destinada al desarrollo y gastos operativos del primer año. La estrategia de marketing, enfocada y sustentable, proyecta un valor atractivo del cliente 7 veces mayor al costo de adquirirlo.

Expertas en finanzas, en diseño de productos digitales y desarrollo de software forman parte del equipo diverso que se conformó para llevar a cabo este proyecto.

2. El problema

Uno de los desafíos que más surge en el día a día de las familias en Argentina es la inestabilidad económica. “Llegar a fin de mes”, “ganarle a la inflación”, “dolarizar o no dolarizar”, “subsidios”, etc. son hoy en día de las palabras más recurrentes en las conversaciones de los argentinos. Sin embargo, sólo un tercio de la población de nuestro país puede responder preguntas básicas sobre educación financiera (GFLEC, 2023). En este contexto, las familias se ven obligadas a realizar malabares para tratar de entender “en qué se va la plata” y cómo pueden hacer para organizarse mejor para poder sostener su calidad de vida.

Hacia el interior de los hogares, la administración de las finanzas (aunque sea de manera intuitiva o inconsistente) se trata de una más de las tareas a distribuir entre las responsabilidades de llevar adelante un hogar. Las mujeres han ganado cada vez más espacio en el mercado laboral, trayendo consigo una democratización de la división de tareas dentro del hogar, aunque aún sea terreno de disputa (Marchionni, Gasparini y Edo, 2019). Sumado a que el mercado laboral y las economías nacionales han mutado y hoy cada vez más se necesitan dos ingresos para sostener la vida familiar (Eforo, 2020), la tarea compartida de administrar los ingresos y los gastos de una familia se vuelve relevante.

Los gastos que una pareja comparte (vivienda, alimentación, transporte, etc.) se vuelven aún más desafiantes cuando tienen hijos, ya que garantizar su bienestar y crecimiento es una responsabilidad de ambos y que los compromete independientemente de si mantienen un hogar o una relación de manera conjunta. Con la bancarización creciente de los trabajadores, producto de la transformación digital facilitada por las últimas revoluciones tecnológicas, y aceleradas por las necesarias cuarentenas de la pandemia de COVID-19, ya cada vez más personas (aunque no tengan empleo formal) tienen una cuenta de banco, aunque sea para cobrar un plan social o un subsidio. Esto también disminuye el uso de efectivo como medio de pago (Ámbito, 16 de febrero 2023). El desafío principal es que el dinero de las familias se ve fragmentado por la multiplicidad de entidades financieras con las que deben contar para intercambiar su dinero. Producto del creciente pluriempleo (Ámbito, 30 de agosto 2023) y la aparición de apps de finanzas, no solo se vuelve desafiante rastrear los ingresos y gastos en la cuenta de los bancos y billeteras

físicas de los integrantes adultos de un hogar, sino que una misma persona puede tener hasta más de dos cuentas bancarias o una cuenta bancaria y una o más billeteras digitales. (Martínez, P., 18 de mayo 2022)

El caso de una pareja con hijos se vuelve especialmente relevante debido a la necesidad de educar financieramente a los más pequeños, fundamentalmente cuando llegan a una edad donde comienzan a manejar dinero, ya sea para sus gastos semanales (almuerzos en el colegio, salidas con amigos), como para inculcarles hábitos de ahorro y enseñarles la responsabilidad de realizar gastos a conciencia, teniendo en cuenta las posibilidades de sus padres y los ingresos de la familia (Junior Achievement, noviembre 2022).

Esto lleva a quienes intentan y deciden llevar sus finanzas de una manera más ordenada para poder estar pendientes de los gastos, y anticiparse ante las necesidades del futuro o a las que toda familia debe afrontar a lo largo de su vida, tengan que utilizar diferentes recursos. Desde la clásica libreta, pasando por planillas de cálculo (compartidas en la nube o no) hasta aplicaciones móviles se vuelven aliados para mantener el orden. Sin embargo, la dificultad de mantener la constancia y el abrumarse ante los constantes cambios, también hace que en pocos meses se abandonen estos intentos de organización, o que solo se limiten a hitos particulares de la familia (afrontar un viaje, comprar un auto, una casa, etc).

Y si a la baja alfabetización financiera le sumamos la poca transparencia de las entidades financieras a la hora de hacer visible dónde se realizó determinado gasto más allá del monto en el historial de movimientos bancarios, llevar un registro claro y relevante para tomar decisiones tanto en el corto, como el mediano y largo plazo, se vuelve un desafío manual que no todas las familias están dispuestas a afrontar.

En síntesis, la administración del hogar es una tarea necesaria, aunque se realice de forma intuitiva o inconsistente. Tal como sucede con otras tareas que hacen a la reproducción de la vida en los hogares, las finanzas familiares necesitan de una participación colaborativa de sus miembros para concretarse y permitir a sus integrantes alcanzar sus objetivos y desarrollarse. Asimismo, esta necesidad administrativa se transforma en una necesidad educativa y formativa a la hora de transmitir y construir hábitos de administración financiera para los integrantes más pequeños de la familia.

3. El cliente

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

- 1. Pareja con o sin hijos que tienen las finanzas desordenadas:** parejas que viven juntas y no tienen claridad en cómo organizar sus ingresos y gastos. Entre estas parejas se incorporan quienes “hacen fondo común”: sus necesidades y gastos no se encuentran diferenciados. Si bien en general, uno de ellos se encarga de las decisiones financieras, tanto los gastos como los ingresos son conocidos por ambas partes. La organización suele estar supeditada a cumplir con algún objetivo particular (ejemplo: vacaciones) y los intentos de control suelen ser esporádicos o nulos.
- 2. Parejas con o sin hijos que tienen las finanzas ordenadas:** parejas que viven juntas, comparten gastos en común pero tienen sus finanzas separadas. Llevan control de todos los gastos y cuentan con presupuestos y objetivos de ahorro tanto personales como conjuntos. Gracias a esta organización pueden realizar proyecciones y utilizar instrumentos de inversión para capitalizarse. Cada uno de los miembros toma decisiones financieras de manera independiente, y mantienen una organización más allá de algún objetivo puntual.
- 3. Pareja con hijos en edad de comenzar a alfabetizarse financieramente:** además de la necesidad de mantener el control de ingresos y gastos, e independientemente del nivel de organización que lleven en relación a las finanzas de la pareja, necesitan una herramienta de control sobre el dinero que le dan a sus hijos y tienen la necesidad de comenzar a educarlos financieramente. Los integrantes de la pareja pueden convivir o no, pero los une la necesidad de colaborar en la manutención de sus hijos.

4. **Roommates:** personas que comparten un mismo hogar con otras personas, con las que no necesariamente comparten objetivos de vida y que necesitan tener claridad de cómo balancear los gastos compartidos de la vivienda. Este vínculo en general es temporal y circunstancial.
5. **Otras configuraciones:** personas que viven juntas y su vínculo no necesariamente es temporal.

Segmento en el que se hizo foco

Si bien Oikos se enfocará en los primeros 3 segmentos como usuarios target de la app: parejas que conviven y tienen finanzas desordenadas, parejas que conviven y tienen finanzas ordenadas; y parejas que tienen hijos en edad de manejar dinero, el presente producto digital se enfocará en el último segmento mencionado.

Se eligieron estos segmentos por varias razones. En primer lugar, las parejas con finanzas desordenadas pueden beneficiarse de la funcionalidad colaborativa de la aplicación Oikos, lo que les permitirá realizar los primeros pasos para ordenar sus finanzas a través del monitoreo de los registros de gastos automatizados y los crear los primeros presupuestos y objetivos de ahorro. En segundo lugar, las parejas con finanzas ordenadas podrán usar la aplicación para hacer más eficiente y organizada la administración de los gastos, presupuestos, objetivos y oportunidades de inversión que comparten. Y en tercer lugar, las parejas con hijos en edad de manejar dinero aprovecharán la posibilidad que les da Oikos para tener un seguimiento del dinero que otorgan a sus hijos, y sus necesidades particulares para brindar educación financiera.

Dicho esto, en el presente trabajo nos enfocaremos en el segmento “parejas con hijos en edad de manejar dinero”, ya que se trata de la unidad familiar más compleja, que necesitará de instrumento sencillo de usar pero al mismo tiempo alfabetizante y motivador. Asimismo, este segmento contribuye a una especial diferenciación de la aplicación respecto de sus potenciales competidores.

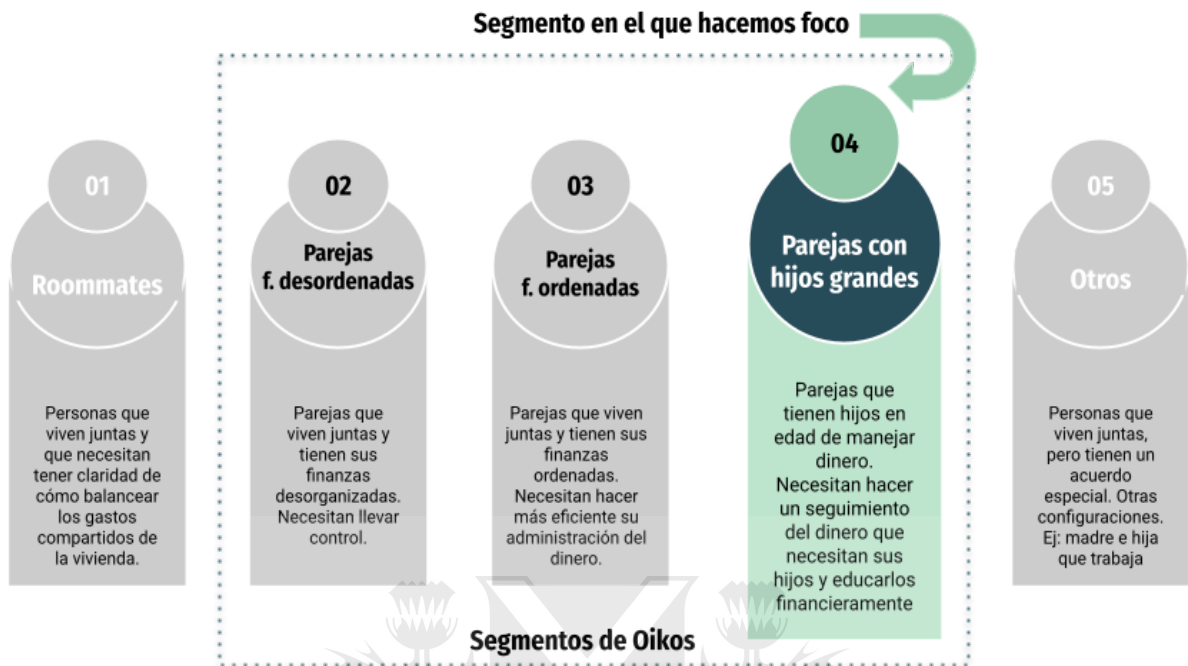


Figura 1. Segmentos identificados y en los cuales se enfoca este trabajo. Elaboración propia.

A partir de identificar el segmento en que se enfoca este trabajo, construimos los arquetipos de persona que nos ayudan a entender la perspectiva de los potenciales clientes y usuarios de la aplicación. Dado que este segmento involucra al menos la figura de un padre (cliente y usuario) y un hijo (usuario), empatizamos con estos dos perfiles.

Perfil de padre:



Figura 2: Arquetipo de cliente/usuario padre (Ver [Anexo 1](#) en mayor tamaño)

Perfil hijo:



Figura 3: Arquetipo de usuario hijo (Ver [Anexo 2](#) en mayor tamaño)

En la construcción de ambos perfiles se buscó empatizar con sus intereses y necesidades, con el fin de identificar sus principales dolores y estándares de satisfacción. Asimismo, se buscó conectar con sus intereses y perspectivas de un mismo problema: cómo administran el dinero de la familia para conseguir sus objetivos personales y los que tienen en conjunto.

Validación de la necesidad y del segmento en que se hizo foco

El proceso de validación de la necesidad y de los segmentos se llevó a cabo utilizando diferentes herramientas y métodos para comprender las metas y los comportamientos de los potenciales usuarios de la aplicación Oikos. Entre estos métodos, se accedió a información estadística para conocer la caracterización de los hogares en Argentina y su composición en términos de cómo se distribuye el ingreso y cómo se conforman las familias; luego, se realizaron entrevistas en profundidad a personas que no viven solas, entre las que se incluyeron padres que tienen hijos en edad de manejar dinero, así como hijos que reciben y deben administrar dinero que les dan sus padres; y por último, se realizó una estrategia de marketing para validar el interés en encontrar una solución digital que permita a las familias organizar sus finanzas de manera colaborativa, y al mismo tiempo, conocer sus comportamientos financieros y su búsqueda de alfabetización.

Estudios estadísticos:

El informe "Caracterización de hogares en Argentina" de Fundación Eforo (Fundación Eforo, 2020) revela datos importantes sobre la composición de los hogares en el país. En Argentina, hay un total de 9.2 millones de hogares, con un promedio de tres personas por hogar. La mitad de estos hogares están formados por parejas, mientras que el 18.8% son hogares unipersonales y el 14% son hogares monoparentales. Además, el informe destaca que el 56.7% de los hogares tienen a un varón como jefe de hogar, mientras que el 43.3% tienen a una mujer como jefa de hogar. Esta diferencia se refleja en la configuración de los hogares en los que viven. Estos datos se basan en la Encuesta Permanente de Hogares (EPH - INDEC) realizada en el segundo semestre de 2020 y representan aproximadamente el 70% de la población urbana del país.

Por otro lado, el estudio "Los adolescentes y las finanzas: Conocimiento y hábitos en Argentina," realizado por Junior Achievement (Noviembre 2022) en colaboración con el Centro de Evaluación de Políticas Basadas en la Evidencia de la Universidad Di Tella y el apoyo de BBVA, se llevó a cabo entre junio y agosto de 2022 y encuestó a 3.470 estudiantes de 14 a 19 años en todo el país. Los hallazgos revelan que la educación financiera es una materia relevante para los jóvenes, con el 70% de los encuestados considerándola crucial para su futuro, superando a las matemáticas e informática. Sorprendentemente, los padres y la información en línea son las principales fuentes de conocimiento financiero para los jóvenes, antes que los docentes. Además, el estudio destaca que el 86% de los jóvenes prefiere usar dinero en efectivo como su medio de pago más común, debido a hábitos previos. Sin embargo, el 51% de los jóvenes encuestados cuenta con una billetera digital, siendo la misma, entre los instrumentos financieros presentados, el de mayor prevalencia. Luego, el 22% posee tarjeta de débito, mientras que el 17% tiene cuenta bancaria a su nombre y solo el 10% cuenta con una extensión de una tarjeta de crédito.

Según este estudio, la mayoría de los jóvenes encuestados recibe dinero de manera esporádica, cuando lo necesitan o lo solicitan (54% del total encuestado) y el 36% declara recibir dinero de forma periódica (19% de manera mensual y 17% de forma semanal). El porcentaje de quienes reciben dinero con cierta periodicidad (semanal o mensual) es más alto para el grupo etario de mayor edad (40% contra el 29% para los más chicos). En términos de ahorro, el 78% de los jóvenes dice tener este hábito, pero solo el 54% de los hombres y el 44% de las mujeres logran ahorrar según sus planes. A pesar de no haber diferencias de género en el conocimiento financiero, se observan discrepancias en la autoevaluación de conocimiento y confianza en el manejo del dinero, con menos mujeres considerándose expertas en finanzas y sintiéndose menos seguras en la gestión de sus ingresos.

Entrevistas en profundidad

Se realizaron entrevistas a personas que conviven con otras y con quienes tienen gastos compartidos, para comprender sus necesidades y hábitos financieros. Entre estas personas también se incluyeron a padres que tienen hijos en edad de manejar dinero y a hijos que suelen recibir dinero de sus padres para administrar sus gastos.

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 que se obtuvieron a partir de estas conversaciones con los adultos fueron:

- No todos los hogares se organizan de la misma manera: hay parejas que hacen fondo común para todo y hay otras parejas que tienen gastos compartidos pero mantienen separados sus gastos personales. Hay parejas con un registro muy exhaustivo de ingresos y gastos y hay parejas que no llevan ningún tipo de registro.
- Muchas veces una sola persona de la pareja es quién se ocupa del tema. En lo que respecta a los hijos, si bien entre ambos tienen un acuerdo, y los hijos suelen pedirle dinero a ambos, en general uno de sus progenitores se encarga de mantenerse actualizado de sus gastos.
- Destacan que 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.

Respecto a lo que los motiva a organizarse financieramente destacaron:

- Consideran que es más necesaria la organización cuando tienen más de un empleo o ingreso en un mismo hogar o cuando necesitan cuidar sus ingresos.
- Cuando tienen un objetivo específico de ahorro (un casamiento, un auto, vacaciones) es más fácil tener actualizado el registro de gastos e ingresos.

Y acerca de qué características consideran que debería tener una solución para ayudarlos en su organización financiera definieron:

- Que necesitan que el registro de gastos sea sencillo, y en lo posible automático.
- Que se integre con lo que ya existe: con sus bancos/billeteras o sus planillas.

- Que les permita controlar lo que gastan sus hijos.
- Tener alertas, para prestar atención cuando se están quedando sin dinero o pasando del presupuesto.
- La privacidad de los datos es un punto importante a tener en cuenta.

Cuando se conversó con los menores de edad se obtuvieron los siguientes insights:

- Existe un fuerte interés en aprender sobre finanzas personales y diferentes formas de generar ingresos, aunque las edades varíen entre 13 y 18 años.
- Se observa un uso generalizado de herramientas financieras digitales, como billeteras virtuales y aplicaciones de bancos.
- Manifiestan tener conciencia sobre los desafíos económicos actuales, incluyendo la inflación y el aumento de los costos de vida.
- La independencia financiera es un objetivo común para el futuro y sienten como un valor que sus padres confían en cómo organizan sus gastos.
- También manifiestan que suelen consultarles o guiarlos cuando ven que no se están organizando correctamente.
- La tecnología desempeña un papel crucial en las vidas financieras, no solo facilitando la gestión de dinero a través de aplicaciones, sino como fuentes de información para aprender sobre finanzas.

Estrategia de marketing

Se emplearon estrategias de marketing digital para promover la adopción de la aplicación Oikos entre los posibles usuarios. Una táctica esencial fue la creación de un perfil en Instagram dirigido a los grupos específicos identificados, con el propósito de generar un mayor interés de los usuarios a través del contenido compartido.

La estrategia principal en Instagram tenía como meta atraer visitantes hacia una página de destino especialmente diseñada para promocionar la aplicación Oikos (<https://oikosfinanzas.wixsite.com/oikos>). La página se confeccionó con un diseño visualmente atractivo y una estructura intuitiva para garantizar una experiencia

agradable al usuario. Además, se incluyó información relevante acerca de la aplicación, resaltando sus características y ventajas clave para cada uno de los grupos objetivo.

Para medir el interés de los clientes potenciales en utilizar la aplicación para gestionar sus finanzas personales o del hogar, se añadió el botón "Descargá la App" como *call to action*.

Para aumentar aún más la participación de los usuarios, se compartió en el perfil de Instagram contenido relacionado con los grupos identificados, resaltando cómo la aplicación Oikos podía mejorar su gestión financiera. Además, se llevaron a cabo encuestas interactivas a través de 'Historias' para obtener información sobre nuestros posibles clientes.

Después de realizar pruebas y validaciones, se pudo constatar que existe una demanda real en el mercado de una aplicación que facilite la administración colaborativa y eficiente de las finanzas del hogar en el menor tiempo posible.

Los conocimientos obtenidos de las entrevistas contribuyeron a mejorar la propuesta de valor de Oikos y garantizar que esté en línea con las necesidades y expectativas de los posibles usuarios. Además, esta validación permitió identificar las características fundamentales que los clientes requieren para tener una experiencia satisfactoria.

En resumen, a través de la investigación y la validación de la idea de negocio y los grupos objetivo de Oikos, se puede concluir que ha sido un paso positivo para llevar adelante la idea. Se demostró que existe una demanda real y se identificó una base sólida de posibles clientes.

User journey maps (AS IS) con oportunidades para el diseño del servicio de Oikos

A partir del análisis de los informes estadísticos, las entrevistas y los resultados de este experimento de validación de la necesidad, se construyeron los siguientes *user journey maps* con el fin de sintetizar y profundizar la empatía con el proceso de pensamiento del segmento objetivo y así poder detectar los momentos y oportunidades en los que Oikos puede otorgar valor.

Journey padre



Figura 4: user journey del cliente (padre). Ver [Anexo 3](#) en mayor tamaño.

Journey hija



Figura 5: user journey del usuario (hija). Ver [Anexo 4](#) en mayor tamaño.

Gracias a esta herramienta de análisis, se puede empatizar con los estados de ánimo y dolores por los que atraviesan los usuarios objetivos al transitar su vínculo con el problema identificado: organizar las finanzas compartidas en familia y educar financieramente a los hijos en edad de manejar dinero. Asimismo, en cada uno de estos momentos, y atendiendo a dicho problema, se lograron detectar las necesidades específicas y las oportunidades para brindar servicios de valor para los potenciales clientes. Con estos insights se pudo diseñar la propuesta de valor que se encuentra a continuación.



Universidad de
San Andrés

4. La propuesta de valor

En un contexto de una creciente complejidad financiera (pluriempleo, múltiples cuentas bancarias por persona y proliferación de billeteras virtuales), las familias se encuentran con la inquietante pregunta de cómo preparar a sus hijos para enfrentar las demandas del mundo financiero moderno.

Es aquí donde surge una necesidad urgente: una herramienta que no solo facilite la administración compartida del dinero en el hogar, sino que también actúe como un aliado en la educación financiera de los más jóvenes. Oikos nace como respuesta a este desafío, ofreciendo una solución integral que empodera a las familias para gestionar el dinero de manera colaborativa y, al mismo tiempo, capacita a los niños y adolescentes para tomar decisiones financieras informadas y desarrollar un sólido entendimiento de las finanzas personales.

En síntesis, la propuesta de valor de Oikos se resume de la siguiente manera:

*“Para las familias con hijos en edad de manejar dinero, que tienen el desafío de ayudar a sus hijos a aprender sobre finanzas y usar el dinero que necesitan en su día a día, hemos desarrollado **Oikos**, una app que les ayuda a administrar el dinero de manera compartida, facilitando el control de los gastos, ayudándolos a alcanzar sus objetivos y promoviendo hábitos financieros saludables”.*

Principales beneficios que otorga Oikos:

Con guías sencillas para setear objetivos financieros, así como armar presupuestos y alertas, Oikos anima a las parejas y las familias a organizarse de manera colaborativa. Su objetivo es simplificar la vida de las familias que enfrentan el desafío de adquirir herramientas de educación financiera y la gestión conjunta de sus recursos. En primer lugar, hace que el registro de ingresos y gastos sea lo más sencillo y automático posible, buscando eliminar la carga de tareas manuales.

Pero Oikos va más allá de la administración financiera compartida entre los miembros de una familia: brinda a los padres poderosas herramientas de control y educación financiera diseñadas específicamente para los hijos de la familia, permitiéndoles enseñarles hábitos financieros responsables desde una edad temprana.

Además, Oikos tiene la capacidad de articular e integrar los registros de ingresos y gastos de manera compartida en un único sistema, evitando la fragmentación en cuentas individuales. Esto crea un ambiente financiero colaborativo y transparente que facilita la toma de decisiones financieras más informadas y estratégicas para el bienestar del hogar en su conjunto.

Funcionalidades clave de la aplicación

Para poder comenzar a usar Oikos, los usuarios descargan la aplicación móvil desde las tiendas de aplicaciones y se registran utilizando su información personal (teniendo la posibilidad de poder loguearse con cuentas existentes, como Google o Facebook). Luego, configuran sus cuentas a la medida de las necesidades de su familia: invitan a otros integrantes de la familia a crearse sus propias cuentas y a vincular sus cuentas para conformar su *oikos*, su espacio familiar donde podrán ver sus presupuestos compartidos, próximos vencimientos, objetivos conjuntos, y desafíos del hogar.

Al crear sus cuentas y configurar su *oikos*, cada miembro de la familia accede a una billetera virtual, con su tarjeta virtual prepaga, que también podrá adquirir de manera física. Para las familias que hayan creado una cuenta para menores de 18 (y mayores de 13 años), esta tarjeta estará asociada a una cuenta principal, a modo de extensión, de manera que los usuarios padres también puedan acceder a la información de los integrantes más jóvenes del hogar.

Además del espacio compartido en el *oikos* familiar, cada uno de los integrantes tendrá sus espacios individuales donde podrá integrar otras cuentas bancarias, billeteras virtuales, y registrar sus ingresos y gastos particulares. Una vez dentro de la aplicación, los usuarios podrán realizar las siguientes acciones:

- Ingreso de dinero y pagos desde un solo lugar:
 - Integración con otras tarjetas de débito y otras billeteras virtuales para ingresar dinero a las cuentas de Oikos.
 - Realización de pagos desde la app desde su billetera virtual.

- Gestión de Gastos Compartidos entre las cuentas de un mismo Oikos:
 - Registro de gastos compartidos, como vivienda, alimentación y transporte.
 - Generación de informes financieros detallados a partir de gráficos y visualizaciones que ayuden a comprender los patrones de gasto.
 - Historial de transacciones y estados de cuentas individuales y saldo global.

- Educación Financiera para jóvenes:
 - Cuentas financieras para los niños y adolescentes.
 - Herramientas de ahorro y metas financieras para niños y adolescentes.
 - Información educativa sobre finanzas adaptada a la edad.

- Presupuesto Familiar:
 - Creación de presupuestos personalizados para la familia.
 - Seguimiento del presupuesto en tiempo real.
 - Alertas cuando se excede un presupuesto específico.

- Transferencias y Pagos Familiares:
 - Facilidad para realizar transferencias de dinero entre los miembros de la familia.
 - Programación de pagos regulares, como las mensualidades o pagos semanales para los hijos.
 - Programación de pagos extraordinarios a demanda que permita prestarse dinero entre los miembros del mismo Oikos.
 - Registro de pagos realizados e ingresos recibidos.

- Desafíos Financieros:

- Establecimiento de metas financieras familiares a corto y largo plazo.
- Seguimiento del progreso hacia el logro de estas metas.
- Sugerencias y consejos para alcanzar las metas.
- Creación de desafíos (*challenges*) para fomentar y motivarse entre sí utilizando técnicas de gamificación.
- Notificaciones y Recordatorios:
 - Notificaciones de vencimientos de pagos y gastos planificados.
 - Recordatorios para realizar transferencias y mantenerse dentro del presupuesto.
- Seguridad y Privacidad:
 - Autenticación segura, como huellas dactilares o reconocimiento facial.
 - Encriptación de datos para proteger la información financiera sensible.
 - Políticas de privacidad claras y transparentes.
- Soporte al Cliente:
 - Acceso a un equipo de soporte para resolver problemas y preguntas.
 - Recursos educativos y tutoriales para ayudar a los usuarios a aprovechar al máximo la aplicación.
- Compatibilidad Multiplataforma:
 - Disponibilidad en múltiples dispositivos, como teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras.
 - Sincronización de datos entre dispositivos para una experiencia coherente.

Principales características técnicas

Oikos presenta una serie de características técnicas clave que la distinguen:

- Integración bancaria y Fintech: Oikos ofrece integraciones con diversas entidades financieras, lo que permite a los usuarios realizar ingresos y transferencias de manera conveniente directamente desde la aplicación. También funciona como un proveedor de servicios de pago cuenta pago, lo que significa que los pagos pueden realizarse sin salir de la aplicación.
- Data Analytics Avanzada: Oikos funciona como una herramienta de análisis de datos, utilizando la información proporcionada por las instituciones financieras para identificar automáticamente el origen de los gastos y movimientos y clasificarlos según categorías. Esto simplifica la generación de informes y alertas significativas para las familias, mejorando su comprensión de las finanzas familiares.
- Automatización Inteligente: La aplicación utiliza la inteligencia artificial para automatizar el ingreso de datos y su clasificación. Esto incluye el análisis de información de las cuentas bancarias y billeteras virtuales para los ingresos y gastos realizados de manera virtual y la captura automatizada de recibos o facturas impresos y registro de gastos a través del reconocimiento de voz para los ingresos y gastos realizados con otros medios de pago.
- Disponibilidad Multiplataforma: Oikos estará disponible en múltiples plataformas, incluyendo dispositivos móviles y la web. Esto permite a las familias acceder a su información financiera desde cualquier lugar y en cualquier momento. Además, la sincronización en tiempo real garantiza que los cambios realizados en un dispositivo se reflejen automáticamente en todos los demás dispositivos conectados, manteniendo la información siempre actualizada y accesible.

Seguridad y Privacidad

Por último, pero no menos importante, 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.

Asimismo, Oikos vela por la intimidad financiera de los miembros que componen una familia, facilitando que cada uno de los integrantes del hogar pueda comprender la importancia de tener control sobre su propia cuenta y garantizar así su privacidad.

En resumen, Oikos ofrece una aplicación que facilita la administración compartida de las finanzas en el ámbito familiar. Al simplificar la creación de presupuestos, el seguimiento de gastos, la gestión de deudas y el establecimiento de metas financieras, Oikos capacita a las familias, y en particular a sus miembros más jóvenes, para ejercer un mayor control sobre sus finanzas y tomar decisiones más informadas y estratégicas. Esto les permite superar desafíos financieros como el gasto excesivo, la falta de planificación y la carencia de educación financiera.



Universidad de
San Andrés

5. El product market fit

Para poder explicar el fit que existe entre las necesidades del cliente y el producto, se construyó el Value Proposition Canvas con el objetivo de entender las necesidades del segmento y realizar una propuesta acorde a la satisfacción de esas necesidades.

Value Proposition Canvas



Figura 6: Value proposition canvas - Perfil del cliente (padres). Ver [Anexo 5](#) en mayor tamaño.



Figura 7: Value proposition canvas - Perfil del usuario (hijos). Ver [Anexo 6](#) en mayor tamaño.

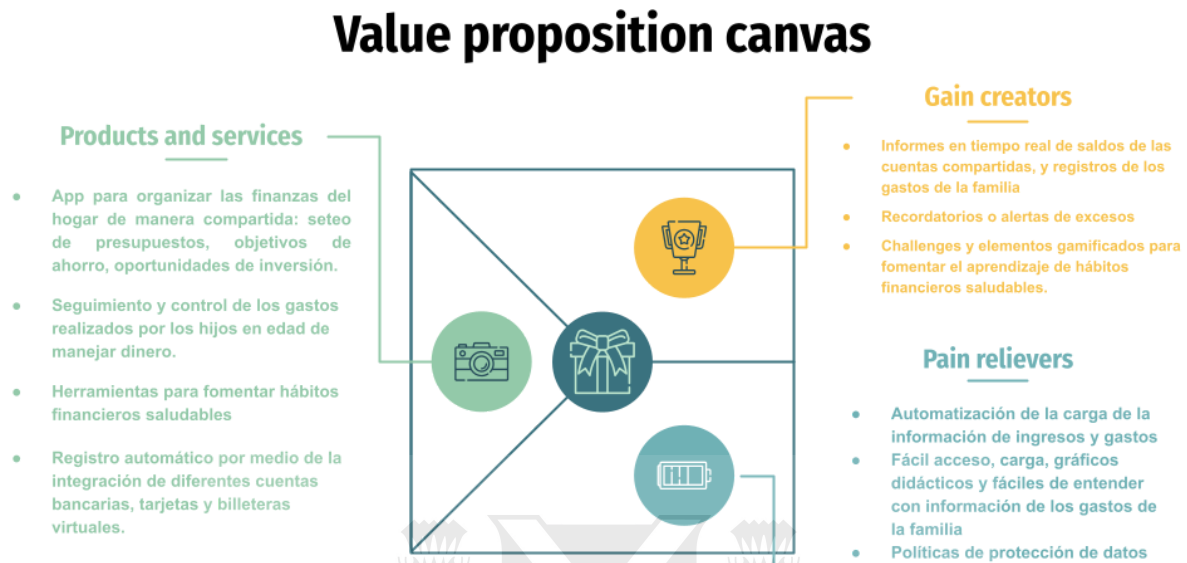


Figura 8: Value proposition canvas - Propuesta de valor. Ver [Anexo 7](#) en mayor tamaño.

De acuerdo al análisis realizado se identificaron varias razones por las cuales existe *fit* entre Oikos y el mercado. Por un lado, esta aplicación se encargará de dar una solución a los tres *jobs to be done* esenciales identificados: mediante la creación de una billetera digital que permita compartir ingresos y pagos de un grupo familiar, simplificamos el registro de ingresos y gastos, haciendo que la clasificación de las categorías de gastos sea lo más automático posible, lo que elimina la carga de tareas manuales y reduce la fricción en la gestión financiera, a la vez que integramos los registros de ingresos y gastos de todo el núcleo familiar en un solo sistema, lo que evita la fragmentación en cuentas individuales y simplifica la toma de decisiones financieras conjuntas. Y por último, proporcionamos herramientas de control y educación financiera diseñadas específicamente para los hijos de la familia. Esto permite a los padres enseñar hábitos financieros responsables desde una edad temprana, abordando la preocupación por la falta de recursos educativos.

Sin duda, es importante resaltar cómo nuestra aplicación también aporta un valor significativo a los hijos. Los hijos, al utilizar **Oikos**, descubren un mundo de beneficios para su desarrollo financiero y su participación activa en la gestión

familiar. Tienen la capacidad de mantener a sus padres informados sobre sus gastos cotidianos, lo que fomenta la transparencia y la comunicación en la familia. Además, la aplicación les permite asumir responsabilidades financieras de manera independiente, manteniendo su intimidad financiera desde una cuenta propia, lo que promueve la autonomía y el sentido de responsabilidad desde una edad temprana.

Una de las ventajas clave es el acceso a recursos educativos sobre educación financiera adaptados a sus primeras necesidades. Esto les proporciona el conocimiento necesario para tomar decisiones financieras informadas y desarrollar hábitos financieros responsables que los beneficiarán a lo largo de su vida. Adicionalmente, encontrarán herramientas motivacionales que los inspirarán a aprender y aplicar hábitos financieros saludables. Los elementos gamificados y desafíos a crear en el entorno familiar les brindan la oportunidad de adquirir habilidades financieras de manera entretenida y efectiva.

En última instancia, les permite a los hijos dar visibilidad a sus padres sobre sus gastos y cómo están contribuyendo al bienestar familiar, lo que fortalece la conexión entre generaciones y promueve una comprensión mutua en relación con las finanzas familiares. En resumen, **Oikos** no solo beneficia a los padres, sino que también empodera a los hijos para convertirse en usuarios financieramente responsables y educados desde una edad temprana.

MVP: Producto mínimo viable

El MVP desarrollado con el propósito de validar la propuesta de valor consistió en la creación de un perfil de [Instagram](#) y una [landing page](#). El sitio describe la propuesta de Oikos, para los segmentos a los que apunta, entre los que se encuentra el segmento de padres con hijos en edad de manejar dinero. Esto permitió recopilar información sobre el interés en la gestión de finanzas del hogar y la necesidad de fomentar la educación financiera de los más jóvenes de la familia por parte de posibles usuarios.

El objetivo era atraer tráfico a la página y, posteriormente, llevar a cabo diversos experimentos. En primer lugar, se probó la solicitud de registros mediante el botón "Descargar app", donde se solicitaba la dirección de correo electrónico para futuras notificaciones sobre el lanzamiento de la aplicación. También se implementó un

cuestionario relacionado con las finanzas del hogar y personales para obtener ideas y conocimientos valiosos. El cuestionario puede consultarse en <https://oikosfincom.outgrow.us/oikosfincom-2>

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

- Se realizó un seguimiento de los clics en la landing page para comprender cuáles eran los contenidos más atractivos para los visitantes.
- Se registraron los clics en el botón "Descargar app" y la cantidad de correos electrónicos registrados.
- Se analizaron las respuestas obtenidas a través del cuestionario.

Los resultados revelaron que del total de visitantes del sitio web, el 45% completó el cuestionario y el 25% hizo clic en "Descargar app" y proporcionó su dirección de correo electrónico. Además, al analizar las respuestas del cuestionario, se descubrió que el 70% de los participantes considera que alcanzar objetivos financieros es su principal motivación.

Adicionalmente, se crearon prototipos de alta fidelidad utilizando Figma, con el fin de obtener retroalimentación de posibles clientes en aspectos como funcionalidad, usabilidad, diseño y aceptación general de la aplicación. Estos prototipos de alta fidelidad resultaron ser una herramienta ágil y adaptable que permitió iterar sobre la idea hasta encontrar la solución más adecuada, basada en la valiosa retroalimentación de los usuarios potenciales.

A continuación se presentan algunas pantallas del mock up en cuestión

Home

Cuentas compartidas vs. Cuentas propias

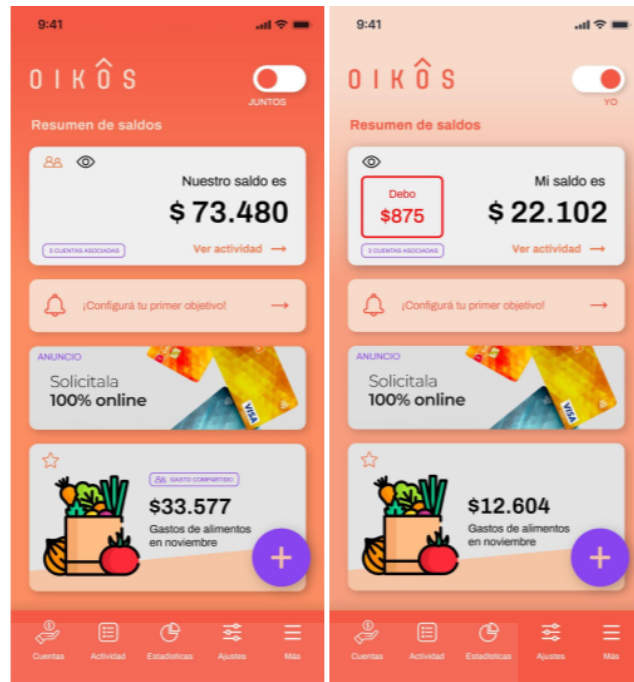


Figura 9: Pantallas de Inicio: saldos compartidos vs individuales

Menú

Flotante: agregar gastos, ingresos, crear transferencias.
Menú footer: Cuentas, Actividad, Estadísticas, Ajustes y otros

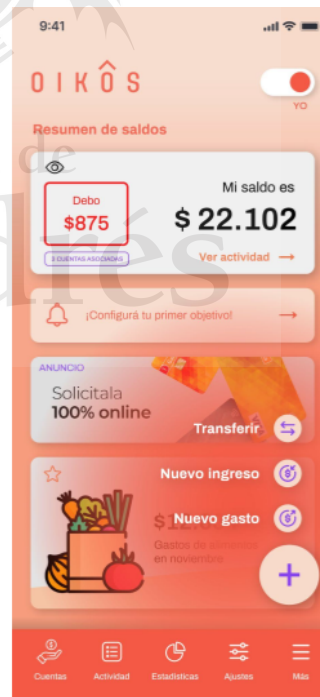


Figura 10: Menú de Oikos

Cuentas

Agregar cuentas y editar cuentas
(personales y compartidas)



Figura 11: Agregar y editar cuentas de usuario

Actividad

Últimos movimientos



Figura 12: Detalle de actividad de usuario

Saldo extra

Los usuarios pueden pedirse prestado dinero de manera inmediata.

Resulta útil especialmente a los menores cuando se quedaron sin saldo en su billetera virtual. El límite de este saldo es configurado por los usuarios padres.

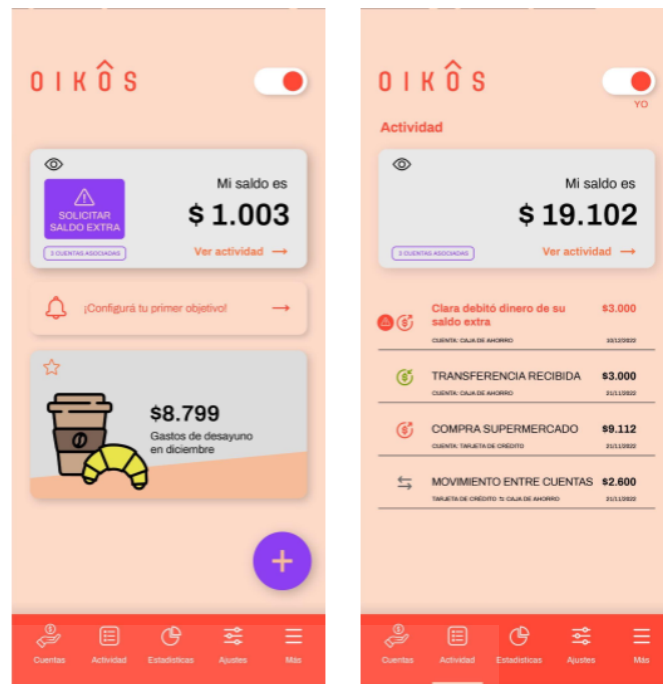


Figura 13: Saldo extra: cuando se quedan sin saldo, los usuarios hijos pueden solicitar un préstamo inmediato de las cuentas de los padres, con su previa autorización y configuración.

Objetivos

Los usuarios de un Oikos pueden configurar objetivos propios o colaborativos, entre las cuentas asociadas a un mismo grupo familiar.

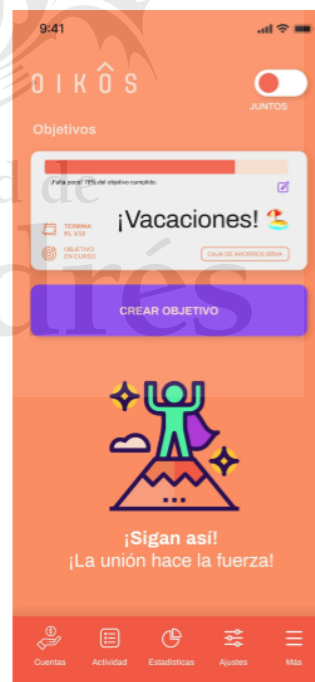


Figura 14: Los usuarios pueden configurar objetivos conjuntos y motivarse entre sí para conseguirlos.

Challenge

El componente de gamificación de la aplicación facilita la posibilidad de retar a un desafío a un miembro del grupo familiar.

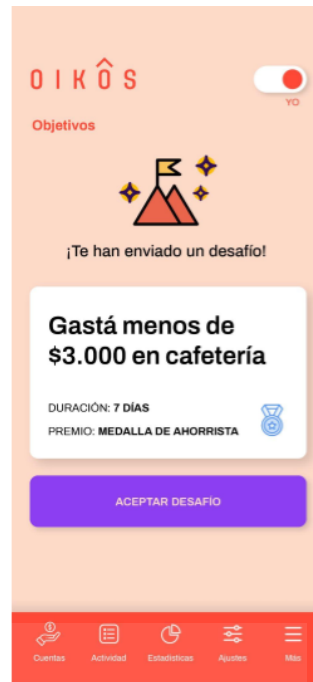


Figura 15: Los usuarios dentro de un grupo familiar pueden proponerse desafíos entre sí.

Academy

El componente educativo de Oikos.

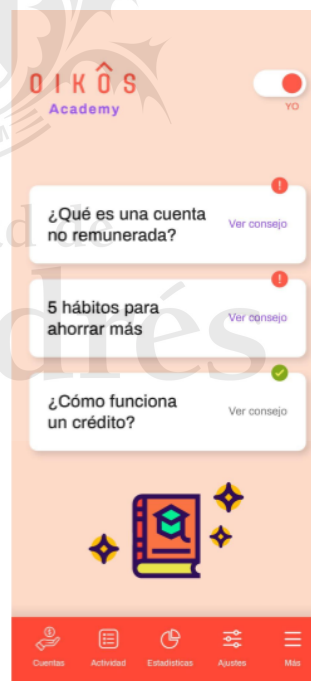


Figura 16: Oikos también tiene consejos, especialmente creados para los usuarios más jóvenes que están comenzando a aprender sobre finanzas.

6. El tamaño de la oportunidad

Oikos está 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 13 y 55 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 (requisitos fundamentales para la utilización de la app)
- población con cierto nivel de educación financiera

Total Addressable Market (TAM):	%	#
Población América Latina entre los 13 y 55 años		397.250.700
Población sin pobreza	69,0%	274.233.651
Acceso a Celular	92,0%	252.294.959
Acceso a Internet	78,0%	196.790.068
Educación Financiera	30,0%	59.037.020
TAM		59.037.020

Para calcular el SAM, se puntualizó en la población Argentina con los mismos criterios utilizados para el TAM, pero atendiendo a estadísticas más precisas acerca de la composición de los hogares argentinos.

Serviceable Available Market (SAM):	%	#
Cantidad de hogares con hijos hasta 18 años		3.941.898
Cantidad de personas por hogar con hijos hasta 18	4,36	17.186.675
Población sin pobreza	66,7%	11.467.760
Acceso a Celular	96,7%	11.089.324
Acceso a Internet	93,4%	10.357.428
Educación Financiera	36,0%	3.728.674
SAM		3.728.674

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

210.000

Los datos utilizados en este análisis se obtuvieron de diversas fuentes de información. En primer lugar, se consultó el portal de estadísticas de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), a través de su sitio web y base de datos interactiva (CEPAL, 2021), ya que proporciona datos relevantes sobre indicadores socioeconómicos en la región. Asimismo, se emplearon datos sobre el acceso a tecnologías provenientes del informe "Digital 2022 April Global Statshot" publicado por DataReportal (20 de julio 2023), y se recuperó información de un artículo de Bloomberg Línea (14 de octubre de 2021), que destaca los países líderes en educación financiera en América Latina y el porcentaje de acceso a este tipo de educación.

Además, se utilizó un informe de la Fundación Éforo (2020) para obtener información específica sobre la composición de los hogares en Argentina, y la cantidad de familias con hijos menores de 18 años. Para datos demográficos y de estructura de población en Argentina también se consultaron las publicaciones del Instituto Nacional de Estadística y Censos, de la Encuesta Permanente de Hogares (INDEC, 2023) para datos adicionales sobre la población y educación financiera en el país. Por último, se recuperó información de un artículo de Infobae (2021), que ofrece una perspectiva de la educación financiera en Argentina, incluyendo la brecha de género en este ámbito.

Industria y contexto

La industria de la administración financiera a través de aplicaciones y plataformas en línea se encuentra en constante evolución y crecimiento. La industria *fintech* (tecnología financiera) ha experimentado un notable aumento en su relevancia y alcance en los últimos años (Mora S. & Palazzi, P., 2020). Este crecimiento se ha visto impulsado por una serie de factores clave, así como por la necesidad cada vez

mayor de soluciones financieras eficientes y accesibles para la gestión tanto de las finanzas personales como del hogar.

La complejidad en la gestión de las finanzas personales y del hogar ha aumentado significativamente en las últimas décadas, debido al surgimiento de nuevos activos financieros, la rápida evolución tecnológica y la creciente interconexión de los mercados financieros a nivel global. Esto ha llevado a un aumento en la demanda de herramientas y servicios que simplifiquen la toma de decisiones y ayuden a las personas a tener un mayor control sobre sus recursos económicos. En este contexto, la industria fintech se ha diversificado en una amplia variedad de productos y servicios. Entre estos, se encuentran las aplicaciones móviles que permiten a los usuarios llevar un registro detallado de sus gastos, establecer presupuestos personalizados y recibir alertas cuando se acercan a sus límites de gasto. Estas aplicaciones suelen ofrecer modelos de negocio "freemium" y "premium", brindando a los usuarios opciones accesibles para gestionar sus asuntos financieros.

Además de las aplicaciones móviles, otra parte importante de la industria se centra en los servicios de asesoría financiera personalizada. Estos servicios abarcan desde la planificación financiera a largo plazo hasta la gestión activa de inversiones. Aunque suelen ser más costosos que las aplicaciones móviles, ofrecen un alto grado de personalización y conocimientos financieros avanzados. Además, han surgido plataformas que permiten a los usuarios conectarse con asesores financieros en línea, lo que amplía la disponibilidad de asesoramiento experto a nivel global.

En el ámbito tecnológico, la aparición de la tecnología blockchain y las criptomonedas ha tenido un impacto significativo en la industria fintech. Estas tecnologías se han utilizado para mejorar la seguridad y la eficiencia de las transacciones financieras, así como para crear nuevas formas de financiamiento y modelos de inversión. La inteligencia artificial y la automatización también han transformado la industria, permitiendo la personalización de servicios financieros y la optimización de procesos. Esto ha llevado a una mayor comodidad para los usuarios y una mayor eficiencia en la gestión financiera.

La industria fintech también se ha destacado por su papel en la promoción de la inclusión financiera. Muchas empresas fintech están trabajando para cerrar la brecha en el acceso a servicios financieros, brindando soluciones a comunidades que históricamente se han visto excluidas del sistema bancario tradicional. La competencia entre las fintech y las instituciones financieras tradicionales ha generado una mayor innovación en la industria, así como la colaboración entre ambas para aprovechar la experiencia y la infraestructura existente.

La industria fintech no se limita a un solo mercado, sino que ha experimentado un crecimiento global, con empresas fintech de diferentes regiones expandiendo sus servicios y compitiendo a nivel internacional. Además, los modelos de negocio en esta industria siguen evolucionando, desde startups especializadas hasta plataformas integrales que buscan convertirse en soluciones únicas para todas las necesidades financieras de los usuarios.

En el ámbito de los sistemas electrónicos de pago, se pueden clasificar en tres categorías principales: sistemas de prepago, sistemas de pago instantáneo y sistemas de postpago. Los sistemas de prepago implican que los usuarios entreguen dinero al administrador para futuros pagos. Los sistemas de pago instantáneo involucran pagos en tiempo real, como tarjetas de débito o transferencias electrónicas. Mientras que los sistemas de postpago implican el pago de bienes o servicios adquiridos en el pasado, como las tarjetas de crédito. Las soluciones fintech hoy en día combinan de manera diferente estos sistemas, lo que favorece la innovación y mayor facilidad de absorción por parte del mercado (Mora, S. & Palazzi, P., 2019)

En América Latina, las startups fintech han experimentando un crecimiento significativo, impulsado por cambios en las regulaciones y el acceso a capital, además del aislamiento provocado por la pandemia y el cambio en los hábitos de consumo financiero digital. Este sector se ha expandido enormemente desde 2017, con casi 2.500 empresas fintech en la región, un aumento del 300%, y alrededor del 22.6% de ellas son latinoamericanas y caribeñas. Brasil lidera con un 31%, seguido de México (21%), Colombia (11%), Argentina (11%) y Chile (7%), según el BID (Portal Argentina.gob.ar, 28 de abril de 2022)

Argentina es un actor destacado en este escenario, con alrededor de 350 empresas fintech que ofrecían empleo a unas 30,000 personas de manera directa hacia mayo de 2023. El impacto de estas empresas en la sociedad argentina es notable, con 6 de cada 10 personas mayores de 13 años utilizan cuentas fintech. Aproximadamente 4 millones de personas en Argentina tienen acceso al crédito a través de este tipo de soluciones, y se han creado 10 millones de cuentas de inversión, un número que se ha multiplicado por 20 en los últimos 4 años (Rodríguez, V., 18 de mayo 2023)

En Argentina, la regulación de la industria fintech se centra en tres organismos: el Banco Central de la República Argentina (BCRA), la Comisión Nacional de Valores (CNV) y la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN). Todas las fintech, independientemente de su actividad, están sujetas a la regulación del BCRA. Las *insurtech* caen bajo la supervisión de la SSN, mientras que las que operan con fideicomisos o inversiones están bajo la jurisdicción de la CNV.

La regulación de los sistemas electrónicos de pago en Argentina es compleja y abarca múltiples leyes y regulaciones, incluyendo el marco regulatorio previo a la aparición de estos medios. Esto incluye por un lado a la Ley N.º 25.065 de Tarjetas de Crédito (TLC) que aplica íntegramente sobre las tarjetas de crédito, pero que también aplica sobre las tarjetas de débito y sobre las llamadas “tarjetas de compra exclusivas” en la medida en que sus operatorias “estén relacionadas con la operatoria de una Tarjeta de Crédito”. Y por otro lado, la Ley 21.526 de Entidades Financieras (LEF) que aplica sobre los sistemas de tarjetas de débito y sobre las transferencias electrónicas de fondos. En todos los casos, también impactará lo dispuesto por el Código Civil y Comercial (CCC), lo dispuesto por la Ley N.º 24.240 de Defensa al Consumidor (LDC) y lo establecido por la Ley N.º 25.246 de Lavado de Dinero (LLD), así como las regulaciones que al respecto dispone la Unidad de Información Financiera (UIF). (Mora, S. & Palazzi, P., 2019).

Las billeteras virtuales son ahora consideradas "proveedores de servicios de pago" (PSP) y están reguladas por el BCRA. Se han establecido requisitos mínimos para operar como PSP y se exige la inscripción en un registro. Los fondos de los clientes deben estar disponibles en todo momento y se pueden invertir en fondos comunes de inversión. Asimismo, también pueden considerarse “proveedores de servicios de

pago que ofrecen cuentas de pago” (PSPCP) cuando además otorgan crédito a sus usuarios.

En los últimos años, se han establecido diferentes disposiciones del BCRA como la Comunicación “A” 6212, del 31 de marzo de 2017, donde el Banco Central fijó el máximo de las tasas de intercambio en un 2% para las tarjetas de crédito y en un 1% para las tarjetas de débito, ordenando llevar dichos máximos gradualmente hasta 1,3% y 0,6% para 2021. Con la comunicación “A” 6859 determinó que “los fondos de los clientes acreditados en cuentas de pago ofrecidas por Proveedores de Servicios de Pago (PSP) deberán encontrarse, en todo momento, disponibles -con carácter inmediato ante su requerimiento por parte del cliente- por un monto al menos equivalente al que fue acreditado en la cuenta de pago. A tal efecto, los sistemas implementados por el PSP deberán poder identificar e individualizar los fondos de cada cliente. El 100 % de los fondos de los clientes deberá encontrarse depositado -en todo momento- en cuentas a la vista en pesos en entidades financieras del país”.

Con la comunicación A” 6885, dispuso que los PSP deban inscribirse en el “Registro de Proveedores de Servicios de Pago que ofrecen cuentas de Pago” de la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias (SEFyC) dentro de los 30 días corridos posteriores al 1 de marzo de 2020, fecha en que se habilitará dicho registro (“el Registro de PSP”). (Merval, 4 de marzo 2020).

Luego, el Banco Central reguló una serie de instrumentos como los PEI (Pagos Electrónicos Inmediatos), el Alias CBU, el DEBIN (Débito Inmediato). Del mismo modo, reguló medidas como el CVU (Clave Virtual Uniforme) y logró establecer un estándar para pagos a través de códigos de respuesta rápida (códigos QR) que permitirían entre otras cuestiones la interoperabilidad entre distintos negocios de pago, lo que instaura la iniciativa Transferencias 3.0. Esto último significa que un mismo código QR permite hacer pagos con transferencia desde cualquier cuenta, ya sea de un banco o de un proveedor de servicios de pago. Sólo con un teléfono, las personas usuarias pueden leer cualquier código QR con cualquier billetera virtual o aplicación de banco.

Además, con las Comunicaciones “A” 7462 y “A” 7463 se estableció que las entidades financieras y los PSP que presten el servicio de billetera digital deberán arbitrar mecanismos para detectar actividades sospechosas o inusuales de las personas usuarias, tendientes a mitigar el riesgo de fraude (Pringles, J., 3 de septiembre de 2022).

Desde abril de 2023, los PSP deben cumplir con las mismas pautas de protección al consumidor que los bancos. Las restricciones cambiarias limitan las operaciones en moneda extranjera, y la regulación sobre criptomonedas prohíbe a los bancos vender o facilitar transacciones con activos digitales.

En relación al segmento que nos ocupa en el presente trabajo, la resolución General 977 publicada recientemente, el 22 de septiembre de 2023, en el Boletín Oficial reglamenta la utilización de Fondos Comunes de Inversión Abiertos de Mercado de Dinero o Money Market por parte de adolescentes (13 a 17 años), que podrán recurrir a ellos mediante Internet y con previa autorización del representante legal. La cuenta bancaria con CBU o la cuenta de pago CVU, de titularidad del o de la adolescente, deberá estar vinculada con la de su representante legal. (Infobae, 22 de septiembre de 2023).

En resumen, la industria fintech es un sector dinámico y en constante cambio, impulsado por la necesidad de las personas de tener un mayor control y comprensión de sus asuntos financieros. Con la incorporación de tecnologías innovadoras y una creciente diversificación de servicios, continúa desempeñando un papel fundamental en la forma en que las personas gestionan sus finanzas personales y del hogar en un mundo cada vez más complejo y globalizado.

Competencia

En relación a la competencia, existen otras aplicaciones similares en el mercado, como **Spendee, Mobills, Monefy 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 en aplicaciones como **Spendee** y **Wallet**, 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.

En relación al segmento objetivo del presente producto (padres con hijos en edad de manejar dinero), se analizaron dos soluciones que se asemejan a la propuesta de valor de **Oikos**, sin embargo no se encuentran operativas en Latinoamérica: **Revolut** y **FamZoo**.

Si bien a partir de nuestra investigación identificamos que la creación de cuentas en billeteras virtuales es un hábito común para los padres cuyos hijos se encuentran en edad de manejar dinero, soluciones como **Mercado Pago**, **MODO** y **Ualá** pueden considerarse competidores indirectos, al igual que las entidades bancarias más tradicionales. Sin embargo, dado que ninguna de estas soluciones provee la opción de realizar operaciones de manera compartida, ni pone foco en la educación financiera de los más jóvenes se han desestimado para el análisis de este apartado.

Competidores

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

- **Spendee**

Origen Estados Unidos

Se diferencia de las demás aplicaciones de finanzas personales al centrarse en la capacidad de fijar metas de ahorro con fechas límite, recordatorios y estadísticas adicionales que mantienen al usuario informado sobre el progreso de su proyecto.

Al igual que cualquier otra aplicación de registro de gastos, facilita el seguimiento de los gastos tanto por compras individuales como por categorías, con la capacidad de convertirlos instantáneamente en gráficos e infografías que ayudan a comprender en qué se está gastando 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, fundamentalmente por no contar con todos los bancos que se encuentran en Argentina.

Si bien en la versión premium cuenta con la posibilidad de de combinar cuentas con otros usuarios, no cuenta con la posibilidad de realizar un control parental en las cuentas de los hijos del grupo familiar.

- **Monefy**

Origen Noruega

Se destaca por su gran facilidad de uso y un diseño altamente atractivo. Su estructura se basa en íconos que representan diferentes categorías de gastos, lo que hace que ingresar cada pago sea sumamente sencillo, proporcionando de inmediato la información necesaria para su análisis en un gráfico circular.

Sin embargo, su simplicidad también implica ciertas limitaciones, ya que resulta difícil personalizarla para adaptarla a gastos o consumos específicos que no estén predefinidos. Además, en la versión freemium, solo se permite utilizar el euro como moneda, y para seleccionar cualquier otra moneda, es necesario suscribirse por USD40 al año.

En comparación con otras aplicaciones, esta es la más básica, ya que no permite la creación de presupuestos, seguimiento de su evolución ni la configuración de objetivos para supervisar los progresos. Su enfoque principal se centra exclusivamente en el seguimiento de gastos. No tiene la posibilidad de compartir finanzas con otros miembros de la familia.

- **Mobills**

Origen Brasil

Se distingue del resto de las aplicaciones de finanzas personales por su diseño y usabilidad. Dentro de las analizadas, es la única aplicación de la región. Como todas, permite el registro de gastos e ingresos de manera manual y la carga y seguimiento de objetivos.

Sin embargo, es notorio que aunque esté disponible en español, aún tiene varias marcas del portugués en muchas de sus traducciones. Asimismo, la opción de integrarse con entidades financieras de manera automática solo permite integrarse con Nubank, la conocida billetera brasileña.

En términos generales, su oferta de servicios es bastante básica, asimilándose a Monefy. Tampoco tiene la posibilidad de gestionar cuentas de manera colaborativa. Otro punto a tener en cuenta es que no tiene modelo freemium. Todas sus funcionalidades son pagas.

- **Wallet**

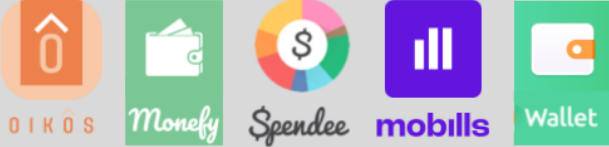
Origen República Checa

Ofrece la capacidad de registrar gastos y recibir información visual de fácil comprensión, además de la opción de crear presupuestos para proyectos específicos.

Dentro de su plan premium, destacan dos características altamente apreciadas por los usuarios. En primer lugar, la posibilidad de compartir cuentas específicas con familiares, lo que facilita la gestión y planificación conjunta de los gastos familiares.

Adicionalmente, permite la sincronización automática de datos con cuentas bancarias, aunque es importante tener en cuenta que la compatibilidad puede ser un problema en algunos casos. Como se mencionó previamente, aunque se muestran bancos argentinos, la conexión puede no ser factible en ciertas situaciones.

En síntesis, la comparación de estos cuatro competidores con las características principales de Oikos, nos permite dar cuenta del diferencial que se está planteando en el presente trabajo.



	OIKOS	Moneyfy	Spendee	mobills	Wallet
Precio	USD 30 x año	USD 40 x año	USD 23 x año	USD 30.6 x año	USD 22 x año
FUNCIONALIDADES					
Cuentas conjuntas	✓	X	✓	X	✓
Control parental	✓	X	X	X	X
Registro manual de gastos/ingresos	✓	✓	✓	✓	✓
Integración con entidades financieras	✓	X	✓	✓	✓
Pre-paid wallet	✓	X	X	X	X
Creación de presupuestos	✓	X	✓	X	✓
Carga de objetivos	✓	X	X	✓	✓
Educación Financiera gamificada	✓	X	X	X	X

Figura 17. Cuadro comparativo de las features que tienen los principales competidores identificados

Por último, si bien no se trata de aplicaciones que se encuentren disponibles en la región, teniendo en cuenta su propuesta de valor, y funcionalidades compartidas con Oikos, hemos decidido analizar las siguientes propuestas a modo de expandir el presente benchmarking.

- **FamZoo**

Origen Estados Unidos

Se distingue del resto de las aplicaciones de finanzas personales porque tiene foco en la gestión de las finanzas familiares, con énfasis en la educación financiera de los más pequeños. Ofrece de manera distintiva el uso de roles, lo que favorece el control parental y la posibilidad de visibilizar de manera compartida para los adultos todos los movimientos de los hijos.

A través de una tarjeta prepaga permite que los padres realicen transferencias y se comporten como “banqueros” y los hijos como “clientes”, otorgándoles la posibilidad realizar sus gastos con estas tarjetas de manera independiente, a la vez que también pueden acceder a “créditos” automáticos de sus padres.

Entre sus desventajas, además de no estar disponible para nuestra región y no ofrecer acceso a ninguna de sus funcionalidades de manera gratuita, la experiencia de usuario ofrecida y el diseño de interfaz es bastante tosco volviéndose poco atractiva para los usuarios más jóvenes.

- **Revolut**

Origen Inglaterra

Se distingue de FamZoo principalmente por su buena experiencia de usuario y su interfaz atractiva e intuitiva. Sus tarjetas personalizadas (tanto virtuales como físicas) le otorgan valor a la hora de motivar a los más jóvenes a optar por un servicio de este estilo.

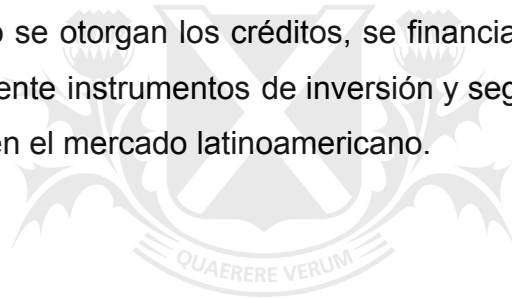
Al igual que la anterior, ofrece de manera distintiva el uso de roles, lo que favorece el control parental y la posibilidad de visibilizar de manera compartida para los adultos todos los movimientos de los hijos, con la posibilidad de regular esa visibilidad a medida que vayan creciendo y se vuelvan más independientes.

Asimismo, los usuarios menores de edad también pueden realizar transferencias a otros usuarios que tengan la misma aplicación. Y a su vez pueden acceder a crédito de manera automática de las cuentas de sus padres, si el límite que les han otorgado se encuentra disponible.

Estas dos aplicaciones nos permiten dar cuenta de la creciente demanda y valida la necesidad identificada previamente. Al operar desde Latinoamérica, con las necesidades particulares de esta región, podría otorgarle a Oikos ventajas competitivas ante la posibilidad de que estas aplicaciones intenten internacionalizar sus productos. A diferencia de sus competidores, Oikos posibilita la gestión compartida de las finanzas de la familia, y brinda el diferencial de educación financiera motivadora a través de propuestas gamificadas para fomentar hábitos

financieros saludables en los más jóvenes del grupo familiar. Todo esto la vuelve más atractiva para los usuarios que buscan ordenar sus finanzas hogareñas.

Además, al comparar las funcionalidades de los competidores con Oikos, se puede observar que las entidades financieras que operan en Latinoamérica, hoy no cuentan con información de cómo se distribuyen y organizan los hogares, donde conviven grupos de personas. En este sentido, en Argentina, soluciones como Mercado Pago (y la tardía MODO) han logrado dar luz sobre cómo se realizan pagos cotidianos, en los negocios de barrio, más allá de las compras online y vía transferencia bancaria. Sin embargo, no cuentan con la oportunidad de analizar quién construye su vida con quién, qué necesidades tienen dentro del hogar y qué necesitan para sostener su vida conjunta, qué necesidades particulares pueden tener para los miembros más jóvenes de la familia. Esta información es vital a la hora de repensar cómo se otorgan los créditos, se financian los gastos, se pueden ofrecer más acertadamente instrumentos de inversión y seguros, abriendo camino a nuevas oportunidades en el mercado latinoamericano.



Universidad de
San Andrés

7. El modelo de negocios

El modelo de negocios de Oikos apunta a ser un modelo diversificado. Al tratarse de un proveedor de servicios de pago con cuenta pago (PSPCP) la compañía obtiene beneficios por las transacciones realizadas por los usuarios a través de su aplicación. Por cada compra que se efectúa utilizando la plataforma de Oikos, ya sea por su tarjeta virtual o el uso de códigos QR interoperables, la empresa cobra una pequeña tasa (*interchange*) que es pagada por los sellos (entidades financieras como VISA, Mastercard, American Express, etc.).

Por otro lado, también se buscan alianzas estratégicas con locales con el fin de otorgar descuentos a los usuarios para ofrecer servicios personalizados y publicidad dirigida.

Se adiciona al modelo de comisión por transacción, el modelo de suscripción llamado Oikos Premium. Se trata de un fee de U\$D 30 anual por Oikos (grupo familiar) que incluye: tarjetas prepagas físicas personalizadas, acceso a microcréditos ondemand y seguros que protejan los bienes personales de la familia, como celulares y dispositivos electrónicos.

En instancias futuras del desarrollo del negocio, se podrán obtener ingresos a partir de los intereses que se cobren a los usuarios a través de los microcréditos que se otorgan de manera personalizada. La compañía analiza los datos para evaluar la solvencia de los solicitantes y determina las tasas de interés adecuadas.

Además, Oikos podrá ofrecer servicios de inversión a través de cuentas remuneradas, donde los usuarios pueden depositar fondos y ganar intereses, algo que a partir las últimas resoluciones también pueden hacer los menores de edad entre los 13 y los 18 años. Estas fuentes de ingresos, combinadas con el volumen de usuarios y transacciones, hacen que Oikos sea financieramente sostenible y rentable.

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, para el segmento de familias con hijos en edad de manejar dinero. Se compone de nueve elementos clave que representan los bloques de construcción esenciales de cualquier empresa:

- Propuesta de Valor: Para las familias con hijos en edad de manejar dinero, que tienen el desafío de ayudar a sus hijos a aprender sobre finanzas y usar el dinero que necesitan en su día a día, hemos desarrollado Oikos, una app que les ayuda a administrar el dinero de manera compartida, facilitando el control de los gastos, ayudándolos a alcanzar sus objetivos y promoviendo hábitos financieros saludables”
- Segmentos de Cliente: familias con hijos en edad de manejar dinero
- Canales: app, landing page, redes sociales
- Relaciones: servicio automatizado; asistencia personal; blogs
- Fuentes de Ingresos: comisiones por interchange, fee por servicio Premium, intereses de microcréditos, servicios de inversión, publicidad dirigida
- Actividades Clave: desarrollo front y back de la app; marketing; finanzas
- Recursos Clave: cloud (base de datos); servicios cognitivos para automatizar procesos; marketing y brand; finanzas
- Asociaciones Clave: AWS, otras entidades financieras, otras entidades de educación financiera
- Estructura de Costos: salarios; fee por publicidad; fee por cloud; abogados; alquiler; servicios

8. Go to Market Plan

El lanzamiento de Oikos supone una estrategia integral que busca introducir y posicionar la aplicación en el mercado de la administración financiera familiar, con foco en el segmento de familias con hijos en edad de manejar dinero. 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 framework utilizado para lograr atravesar todas las etapas de lanzamiento y crecimiento de este producto digital es el conocido como “framework pirata” por las siglas de sus etapas en inglés AARRR (Awareness, Activation, Retention, Revenue, Referral). Esta estrategia introducida por Dave McClure (20 de junio de 2007) es útil para comprender a los clientes, su recorrido y optimizar el embudo, así como establecer algunas métricas valiosas y procesables para el monitoreo y mejora del negocio.

Las acciones dentro del funnel de conversión de Oikos se pensaron de la siguiente manera:

1. Conciencia (Awareness):

- *Estrategia de contenido:* En el blog en el sitio web de Oikos, se ofrecen herramientas y consejos financieros para padres e hijos, proporcionando información valiosa para mejorar la gestión financiera familiar, haciendo foco en la educación financiera de los más jóvenes, promoviendo hábitos saludables en la gestión del dinero familiar. Este tipo de contenidos también es proporcionado en diferentes formatos, atendiendo a las estrategias necesarias de diferentes canales, como pueden ser podcasts en Spotify, videos cortos en YouTube, contenidos snack en Instagram, Facebook y TikTok.
- *Estrategias de posicionamiento en Redes Sociales:*

- *SEO (Optimización de motores de búsqueda)*: se implementan estrategias de SEO para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda y aumentar la visibilidad de la marca.
- *SEM (Search engine marketing)*: Se utilizan anuncios pagos en plataformas digitales, como Youtube, y redes sociales (Instagram, Facebook y TikTok) para generar conciencia sobre la aplicación y dirigir tráfico hacia el sitio web y/o la página de descarga.
- *Colaboraciones con actores clave*:
 - Se establecen colaboraciones con escuelas y centros educativos para promover la app entre los estudiantes y sus padres a través de cursos, seminarios y webinars.
 - Se contacta influencers y potenciales embajadores de la marca, tras haber identificado que poseen una audiencia relevante en la educación financiera o la crianza para promocionar la app a través de sus publicaciones, reseñas y demostraciones.

2. Activación:

- *Lead Magnet*: Se ofrece un atractivo incentivo, como guías descargables sobre hábitos financieros saludables para compartir con los más jóvenes de la familia, o bien, un curso introductorio gratuito para administrar finanzas personales, a cambio de que los potenciales usuarios y clientes dejen sus datos de contacto para poder ofrecerles acompañamiento en el proceso de descargar y suscribirse a Oikos.
- *Participación en Redes Sociales*: Se realizan interacciones activas a través de publicaciones e historias, donde se comparte información valiosa y se responden preguntas a usuarios interesados.
- *Email Marketing*: Se utiliza el correo electrónico de manera estratégica, enviando mensajes segmentados con contenido relevante que destaca los beneficios y características de nuestra aplicación. Los correos incluyen boletines informativos, actualizaciones de la aplicación, consejos financieros y ofertas exclusivas para fomentar la interacción y lealtad.

- *Facilitación de Migración:* Se simplifica el proceso de cambio desde aplicaciones competidoras al proporcionar herramientas y asistencia para la migración de datos, garantizando una transición sin problemas y evitando la fricción de tener que cambiar de aplicación.
- *Pruebas Gratuitas:* Se ofrecen períodos de prueba gratuitos que permiten experimentar la aplicación en su totalidad, incluyendo todas las características inclusive las que forman parte del plan premium para que los usuarios puedan comprender completamente el valor que se entrega con el uso de Oikos.

3. Retención:

- *Ofertas y Promociones:* Se crean ofertas especiales, descuentos o paquetes exclusivos para aquellos usuarios que estén listos para tomar la decisión de adquirir la aplicación.
- *Facilidad de Compra:* Se proporciona un proceso de compra o descarga sencillo y fácil de utilizar, con opciones de pago seguras y transparentes. Ofreciendo descuentos para quienes contraten la suscripción anual.
- *Notificaciones Personalizadas:* Se utilizan notificaciones push y correos electrónicos personalizados para recordar a los usuarios acerca de tareas financieras importantes, como el pago de facturas o el establecimiento de metas de ahorro, adecuación de los registros automáticos al poder editar con información más clara y así poder acceder luego a reportes más relevantes para ellos.
- *Programas de Recompensas y Gamificación:* Se implementa un programa de recompensas que motiva a los usuarios a utilizar la aplicación de manera continua, ofreciendo incentivos y desafíos tipo juegos para hacer la experiencia aún más divertida y gratificante. Este tipo de estrategia puede contribuir a que los más jóvenes del grupo familiar puedan sentirse más motivados a realizar registros.

4. Referidos (Referral)

- *Retroalimentación y Testimonios:* Se solicita la retroalimentación de los usuarios y se les anima a compartir su experiencia y testimonios, lo que respalda la promoción futura de la aplicación con experiencias reales y satisfactorias.
- *Programas de Referidos:* Se implementa un programa de referidos que recompensa a los usuarios que recomiendan la aplicación a otras personas, incentivando la propagación orgánica de la misma.
- *Estudios de Caso y Testimonios:* Se comparten casos de éxito y testimonios de usuarios satisfechos para construir confianza y demostrar los resultados positivos que se pueden lograr con la aplicación, basándose en experiencias reales de familias que han obtenido beneficios al utilizar Oikos de manera colaborativa.

5. Revenue

- *Soporte al cliente:* Establecer canales de comunicación para brindar soporte técnico y resolver cualquier duda o problema que los usuarios puedan tener.
- *Seguimiento y analítica a medida de las familias:* Se crean informes periódicos (mensuales, trimestrales y/o anuales) con el fin de mostrar los beneficios de contar con un registro detallado de los ingresos y gastos para facilitar la gestión de las finanzas personales y familiares. Asimismo, gracias a este tipo de estrategia se pueden ofrecer consejos sobre ahorro, inversión y cómo hacer más eficiente el uso de la aplicación, y así guiar hacia otras funcionalidades premium.
- *Acceso a funcionalidades en colaboración con otras entidades financieras:* Se brindan opciones de actualización de suscripción con características adicionales, incentivando el crecimiento de la aplicación entre los usuarios existentes y proporcionándoles un mayor valor, como por ejemplo, herramientas personalizadas sobre inversión, acceso a seguros y otros instrumentos que favorezcan a las finanzas a la medida de la familia.

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.

En síntesis, la estrategia del *go to market* de Oikos se enfoca principalmente en canales digitales, con el propósito de dirigir el tráfico hacia nuestra landing page y sitio web, permitiendo que las personas conozcan más acerca de Oikos y, finalmente, descarguen nuestra aplicación.

Además de las redes sociales, buscamos establecer colaboraciones con influencers y expertos en finanzas personales y familiares que tengan audiencias relevantes. Estos colaboradores probarán nuestra aplicación, compartirán sus experiencias y la recomendarán a sus seguidores, lo que contribuirá a ampliar la presencia de Oikos y fortalecer la confianza en nuestra marca.

Paralelamente, estamos forjando alianzas estratégicas 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 nuestra aplicación con servicios financieros complementarios. Estas asociaciones están destinadas a aumentar la visibilidad de Oikos y llegar a audiencias más amplias.

Además, participaremos activamente en eventos y ferias comerciales relacionados con finanzas, tecnología o estilo de vida familiar. También estableceremos colaboraciones con instituciones educativas y organizaciones sin fines de lucro que se dedican a la concienciación sobre las finanzas personales y la educación financiera de los jóvenes. Estas oportunidades nos brindarán un espacio para presentar nuestra aplicación, interactuar directamente con nuestro público objetivo y generar leads y descargas de la aplicación.

Asociaciones Clave

Para alcanzar estos objetivos, Oikos tiene la oportunidad de forjar alianzas estratégicas con diversas entidades vinculadas a su industria y público objetivo. A continuación, se enumeran algunas colaboraciones potenciales que podrían explorarse:

- Asociaciones con Instituciones Financieras: Oikos podría establecer vínculos con bancos, cooperativas de crédito y otras instituciones financieras para ofrecer servicios integrados a sus usuarios. Esto podría incluir la capacidad de vincular cuentas bancarias, acceder a datos financieros en tiempo real y realizar transacciones directamente desde la aplicación, lo que añadiría un elemento diferenciador fundamental.
- Colaboración con Proveedores de Servicios Financieros: Oikos podría asociarse con proveedores de servicios financieros, como compañías de seguros, gestores de inversiones o plataformas de préstamos, con el fin de proporcionar a sus usuarios opciones adicionales para la gestión financiera y el acceso a productos financieros complementarios.
- Cooperación con Empresas de Tecnología Financiera (Fintech): Podría establecer alianzas con otras empresas fintech que ofrezcan servicios o productos relacionados con la gestión financiera familiar. Esto podría incluir la integración de soluciones de pago, aplicaciones de ahorro o herramientas de inversión para enriquecer la experiencia de los usuarios.
- Asociaciones con Organizaciones de Educación Financiera sin Fines de Lucro, Instituciones Educativas o Expertos en Finanzas: Oikos podría colaborar con organizaciones sin fines de lucro centradas en la educación financiera, instituciones educativas o expertos en este campo para ofrecer recursos adicionales a sus usuarios. Esto podría englobar contenido educativo, webinars, talleres o asesoramiento financiero personalizado, con el objetivo de ayudar a las familias a mejorar sus conocimientos y habilidades financieras.

Estas son algunas de las posibilidades de asociaciones estratégicas que Oikos podría considerar para fortalecer su propuesta de valor y ampliar su alcance en el mercado de la gestión financiera familiar. Estas colaboraciones estratégicas tienen el potencial de brindar beneficios adicionales a los usuarios de Oikos y contribuir al crecimiento de la empresa en este segmento de mercado.

9. Recursos 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 cuenta con experiencia en desarrollo de aplicaciones móviles y conocimientos en seguridad informática. El desarrollo tecnológico se subcontratará en una agencia y consistirá, en principio, en un desarrollo de aplicación React Native, en Javascript para el Frontend y contenido en el framework Node JS Express para el Backend. Se necesitarán cuatro personas en el equipo inicial: un diseñador UX y un desarrollador front end y dos desarrolladores backend, tanto para el desarrollo del backend de la aplicación como de la base de datos.
- **Infraestructura tecnológica:** se contratan los servicios de nube proporcionados por Amazon Web Services para alojar la aplicación y garantizar su disponibilidad y seguridad, así como implementar sus servicios cognitivos y de inteligencia artificial aplicada a la hora de automatizar los registros de los movimientos de las familias usuarias de la aplicación.
- **Recursos financieros:** Se trabaja para contar con el capital inicial para el desarrollo de la aplicación, así como para la publicidad y marketing del negocio.
- **Colaboradores:** Se contratan expertos en finanzas personales o asesores financieros para proporcionar contenido de educación financiera, con adaptación para un público general, en particular para enseñar a menores de edad, atendiendo a estrategias de gamificación y motivación, por lo que tendrán también foco en el diseño de experiencia de usuario.
- **Equipamiento:** En la primera instancia del negocio, y por tratarse de una startup, no se requieren recursos materiales significativos, ya que la modalidad de trabajo de los colaboradores y fundadores será 100% remota. Para que puedan realizar su trabajo desde su hogar, se entregan notebooks a cada colaborador. A medida que se logre el crecimiento esperado y aumente la dotación de empleados se evaluará el alquiler de oficinas en espacios de

coworking en Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con el objetivo de adoptar una modalidad de trabajo híbrida.

- Equipo de legales: al tratarse de un proveedor de servicios de pago en un escenario regulatorio dinámico, deberá contar con asesoramiento continuo para atender a las comunicaciones y resoluciones del BCRA.

Por la naturaleza del negocio se detectan las siguientes operaciones críticas en el plan operativo de la aplicación:

- Creación de cuentas con verificación de identidad y requerimientos de autorización: Esta operación implica permitir que los usuarios, tanto padres como hijos, creen sus cuentas en la aplicación, pero es crucial verificar su identidad y establecer niveles de autorización adecuados. Esto garantiza que solo las personas autorizadas tengan acceso a la aplicación y sus funcionalidades.
- Asegurar seguridad de las transacciones y la instantaneidad de los pagos, préstamos y oportunidades de inversión: La seguridad de las transacciones es fundamental para proteger el dinero y los activos involucrados. Además, la instantaneidad de los pagos, préstamos y oportunidades de inversión asegura que los usuarios puedan gestionar sus finanzas de manera eficiente y oportuna.
- Automatizar registros y garantizar visualización de informes en tiempo real: La automatización de registros simplifica el seguimiento de ingresos y gastos, lo que es esencial para la gestión financiera. Asimismo, la visualización de informes en tiempo real permite a padres e hijos tomar decisiones informadas sobre sus finanzas compartidas.
- Garantizar la seguridad de los datos proporcionados por los usuarios al utilizar la aplicación: La seguridad de los datos personales y financieros de los usuarios es de máxima importancia. La aplicación debe implementar medidas de seguridad robustas, como cifrado y protección contra amenazas cibernéticas, para asegurar que la información sensible esté protegida en todo momento.

En síntesis, el Plan Operativo de Negocio de Oikos se basa en la captación y retención de usuarios; la mejora continua de la aplicación, atendiendo a la seguridad de las transacciones que se realicen desde la app y el resguardo de los datos proporcionados por los usuarios; 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 dinámicas del mercado de finanzas personales y adaptarse ante las regulaciones que se implementen en el contexto de la industria.



Universidad de
San Andrés

10. Implementación del negocio

Roadmap de producto

Durante los primeros años de vida de la aplicación se espera desarrollar, probar e implementar las diferentes funcionalidades que lograrán posicionar a Oikos de manera diferenciada de sus potenciales competidores. Se implementó el *framework MoSCoW* (Must, Should, Could, Won't) con el fin de priorizar las funcionalidades que se desarrollarán a lo largo del primer año.

	Q1	Q2	Q3	Q4
Objetivos	Validación con usuarios target Lanzamiento MVP	Fidelizar usuarios y entregar valor educativo	Aumentar ticket promedio: microcréditos y Oikos Premium.	Optimizar y automatizar la clasificación y registros de gastos
Funcionalidades	<ul style="list-style-type: none">• Onboarding• Configuración de un oikos• Billetera virtual prepaga asociada entre padres e hijos• Pagos con QR• Visualización de saldos personales vs. compartidos	<ul style="list-style-type: none">• Challenges gamificados entre miembros de Oikos• Transacciones programables y a demanda entre miembros de Oikos	<ul style="list-style-type: none">• Asociación con negocios de cercanía para recomendar descuentos• Implementación de métodos de post pago y Oikos Premium	<ul style="list-style-type: none">• Optimización de análisis de transacciones y clasificación de gastos• Captura automatizada de recibos y tickets impresos

Internacionalización

La primera etapa del negocio está proyectada en el mercado local de Argentina. Estos objetivos se justifican en el objetivo para el Año 3 de lograr ingresos asociados al mercado SOM definido (USD 1.890.000,00), que representan estimativamente en 210.000 familias cliente.

Los objetivos de adquisición de clientes nuevos serán de:

Año 1: 50.000 familias cliente nuevos

Año 2: 100.000 familias cliente nuevos

Año 3: 210.000 familia cliente nuevos

Una vez consolidado el mercado en Argentina se prevé levantar capital durante el año 4 que permita la expansión a México, por el atractivo de ese mercado y la oportunidad de penetración en la población joven que usa tecnología.

Durante el año 5 y, en función de los resultados obtenidos, se lanzará una prueba piloto en el mercado brasilero, también atractivo por el volumen y su liderazgo en el desarrollo fintech.

A medida que avance el negocio se espera crecer en estructura en Argentina para dar servicio desde esta localización a nuevos mercados, contratando también algunos recursos en los países target.



Universidad de
San Andrés

11. Equipo emprendedor, estructura directiva

Oikos cuenta con un equipo diverso de profesionales, todos amantes de la gestión de las finanzas personales compartidas y apasionados por este emprendimiento:

Sofía Alamo: Apasionada por la educación financiera. Co-Founder, cumplirá rol de Chief Executive Officer y Chief Marketing Officer. Es graduada de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (UBA), con experiencia en educación y tecnología. Es líder en materias del track de negocios en Digital House. Perfil de gestión, con experiencia en liderazgo y producto digital.

Maica Borda: Amante de las finanzas y la innovación en la industria Fintech. Co-Founder, cumplirá rol de Chief Product Officer y Chief Financial Officer. Es Licenciada en Administración (UBA), con amplia experiencia en empresas financieras, se desempeña como Sr. Team Leader Estrategia y Políticas en Banco Galicia. Perfil analítico, con experiencia en procesos, data analytics y business intelligence.

María Belén López del Monte: Ama crear soluciones tecnológicas de gestión, cumplirá el rol de Chief Technology Officer. Es Licenciada en Tecnología Multimedial (Universidad Maimónides) con experiencia como Sr. Software Engineer en Mercado Libre. Perfil techie, con experiencia en desarrollo Full Stack.

El Cap Table del equipo al momento de fundar la empresa se define así:

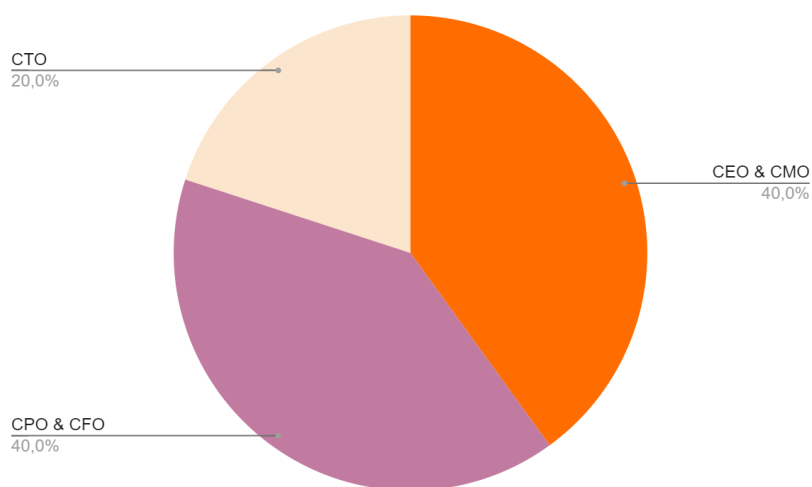


Figura 18 - Cap table. Fuente: Elaboración propia

12. Proyecciones financieras y requerimientos de inversión

Para la implementación del negocio se necesita una inversión inicial de USD 271.000 que se destinará al diseño y creación de marca; marketing y ventas para consolidar la red de usuarios; y desarrollo de software para crear la solución MVP.

Se prevé que los costos variables del negocio durante los primeros 3 años involucren: gastos de marketing y ventas, desarrollo de software y mejora continua de la aplicación, seguros y servicios de abogados expertos en regulación de servicios de proveedores de pago y expertos en finanzas compartidas del hogar con foco en educación financiera para niños y adolescentes.

Durante la primera etapa del negocio se proyecta el alquiler de oficinas y se espera que los otros costos fijos asociados sean los sueldos del equipo y el fee inicial de AWS.

El Cash Flow del negocio será idéntico al Estado de Resultados durante los primeros 3 años por tratarse de un negocio de plataforma que no involucra activos fijos. Se espera recuperar la inversión durante los primeros meses del segundo año de vida del negocio.

La inversión está dirigida a la creación de una start up que por definición tiene un riesgo asociado mayor a otro tipo de proyectos. Por esta razón, se minimiza al máximo la inversión en activos y costos fijos. Si bien se utilizó la tasa libre de riesgo de los bonos americanos para el análisis del caso de negocio, la recuperación de la inversión y el retorno en el plazo proyectado son atractivos, con una inversión inicial relativamente baja. Lo mencionado es la base fundamental de un negocio innovador para el éxito en una rueda de capitalización.

Proyección Estado de Resultados

Ingresos

Suscripciones	U\$ 330.000	U\$ 840.000	U\$ 1.890.000
Ingreso x transacción	U\$ 100.000	U\$ 200.000	U\$ 420.000
Costos	-U\$ 303.000	-U\$ 604.500	-U\$ 1.266.750

Resultado Bruto	U\$ 127.000	U\$ 435.500	U\$ 1.043.250
------------------------	--------------------	--------------------	----------------------

Margen bruto	30%	42%	45%
---------------------	------------	------------	------------

<i>Ratio de Eficiencia</i>	<i>70%</i>	<i>58%</i>	<i>55%</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 oficinas	U\$ 18.000	U\$ 21.600	U\$ 24.000
Sueldos	-U\$ 216.000	-U\$ 234.000	-U\$ 364.500
Total Gastos	-U\$ 328.000	-U\$ 381.400	-U\$ 543.300

Resultado Operativo	-U\$ 201.000	U\$ 54.100	U\$ 499.950
Margen operativo	-47%	5%	22%

Imptos.	-U\$ 70.350	U\$ 18.935	-U\$ 174.983
---------	-------------	------------	--------------

Resultado neto	-U\$ 271.350	U\$ 73.035	U\$ 324.968
Margen neto	-63%	7%	14%

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 tercer año, con ganancias positivas y margen neto del 22%.

La relación entre el CAC (customer acquisition cost) y el LTV (life time value) 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 6.9, lo que indica que el LTV es aproximadamente 6.9 veces mayor que el CAC (USD 3), dando una señal positiva, ya que implica que el valor generado por cada cliente supera ampliamente el costo de adquirirlo desde el primer año.

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.

13. Principales riesgos y estrategias de cobertura

Oikos, como cualquier empresa, se encuentra expuesta a una serie de riesgos vinculados a su operación y decisiones estratégicas. A continuación, se explorarán varios ejemplos hipotéticos de riesgos que podrían impactar a Oikos, abordando de manera más estructurada los distintos aspectos que deben considerarse.

En el ámbito operativo, un riesgo crítico al que Oikos debe enfrentarse es la seguridad de los datos. Dado que maneja información financiera sensible de sus usuarios, como datos bancarios y de tarjetas de crédito, existe un riesgo inherente de violaciones de seguridad cibernética que podrían poner en peligro la privacidad y la integridad de los datos. La implementación de sólidas medidas de seguridad de datos y la actualización constante de las mejores prácticas en protección de información son fundamentales.

En este mismo sentido, otro de los riesgos críticos vinculados a la seguridad de los datos, es que en el segmento trabajado también se debe tener en cuenta que la aplicación involucra la administración de datos de menores de edad, un segmento muy vulnerable de la población, lo que refuerza la necesidad de prácticas de protección de información específicas para este segmento.

Además, Oikos debe abordar riesgos regulatorios y legales. La empresa debe cumplir con las regulaciones financieras y de protección de datos vigentes en las jurisdicciones en las que opera, con foco en el dinamismo que ha tenido en los últimos años la regulación de los proveedores de servicios de pago. El incumplimiento de estas normativas podría resultar en multas, sanciones o daños a la reputación de la compañía. Los cambios en las regulaciones financieras o de privacidad podrían exigir ajustes significativos en la operación de Oikos.

Teniendo en cuenta el crecimiento de la industria fintech y en particular de la proliferación de los prestadores de servicios de pago, donde existen players importantes como Mercado Pago, MODO y Ualá, otro de los riesgos de Oikos está vinculado al desarrollo de sus principales competidores. Actualmente las billeteras virtuales se encuentran en la búsqueda de convertirse en un agregador de cuentas. Y si bien las billeteras líderes del mercado aún no se han organizado en torno a las finanzas compartidas, sus avances en el desarrollo de billeteras para menores de

edad y gestión de la información de gastos podría establecerse que se encuentran cada vez más cerca de incorporar este tipo de propuestas. De hecho, las aplicaciones que sí involucran la administración de los registros de gastos de manera colaborativa, estudiadas en el apartado de Competencia, no poseían estas funcionalidades hasta diciembre de 2022, cuando ya se había avanzado con el presente proyecto. La competencia podría afectar la capacidad de Oikos para adquirir y retener usuarios, así como su posición en el mercado.

Aunque sería difícil que esta tendencia abarque tanta cantidad de empresas como para generar una disminución de la demanda que afecte al negocio no se descarta realizar las iteraciones pertinentes llegado el caso, haciendo foco en el tipo de familias target con soluciones específicas para fomentar la educación financiera de los más jóvenes, a fin de diferenciarse de la competencia.

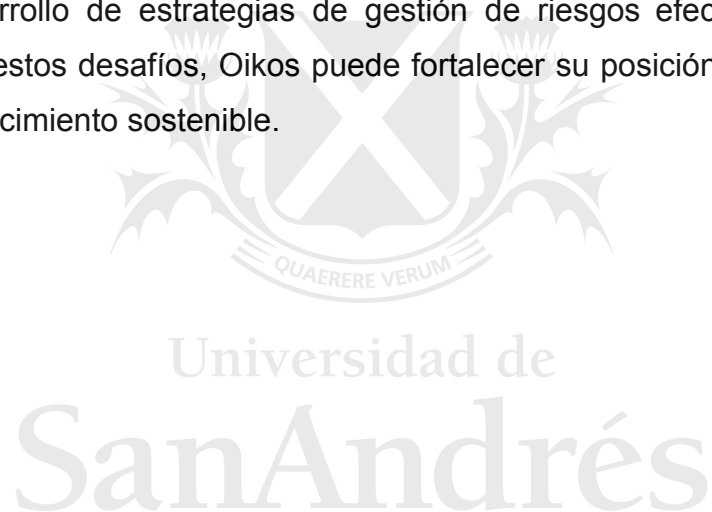
Como toda empresa no estará exenta de riesgos de corte financiero, esto es, falta de capital que permita la expansión a mercados internacionales; o el aumento de costos operativos que afecte la rentabilidad, ya que se trata de un servicio cuya frecuencia es determinante para el éxito del negocio y el ticket promedio es relativamente bajo. Se prevé ajustar objetivos y dilatar la salida a otros mercados en caso de ser necesario. Se considera la probabilidad de expandir el negocio a otros segmentos, como familias sin hijos o bien personas que vivan solas, apostando a abarcar a un tamaño de mercado mayor, con la posibilidad de acrecentar las posibilidades para aumentar el ticket promedio, así como el desarrollo de verticales de negocio asociadas a la otorgación de créditos, seguros y servicios financieros personalizados para cada hogar, de modo tal de generar ingresos incrementales que solventaran el crecimiento en otros mercados.

Una posibilidad que Oikos podría considerar es la asociación con otra empresa o incluso una adquisición. Sin embargo, esta decisión no está exenta de riesgos. Al asociarse con otra entidad, existe la probabilidad de que la colaboración no se desarrolle como se había planeado. Desafíos como la alineación de objetivos, diferencias culturales y posibles conflictos en la implementación de la colaboración pueden surgir, afectando la eficacia de la asociación. Si esta no cumple con las expectativas, la reputación y la posición competitiva de Oikos podrían sufrir. Por otro lado, si la asociación prospera, podría impulsar un crecimiento exponencial y

acelerar la generación de ingresos, así como una captación más eficiente del mercado.

Otro escenario de riesgo sería la adquisición de Oikos por una entidad financiera o fintech. En este caso, la integración de operaciones, cultura y gestión podría plantear desafíos significativos. Los empleados y usuarios de Oikos podrían experimentar incertidumbre debido a posibles cambios en la dirección estratégica o en la calidad del servicio ofrecido. Una adquisición no exitosa podría tener un impacto negativo en la reputación y el valor de la empresa.

Para mitigar estos riesgos, Oikos debe llevar a cabo una evaluación continua y tomar medidas adecuadas. Esto implica la implementación de políticas y controles sólidos, el cumplimiento de las regulaciones aplicables, inversiones en seguridad de datos y el desarrollo de estrategias de gestión de riesgos efectivas. Abordando proactivamente estos desafíos, Oikos puede fortalecer su posición en el mercado y garantizar un crecimiento sostenible.



14. Aspectos legales y regulatorios

La sociedad se constituirá y registrará en el Registro Nacional de Personas Jurídicas (IGJ) como una SAS (Sociedad por Acciones Simplificada) debido a su facilidad de administración y su adecuación a los requisitos del negocio. Además de limitar la responsabilidad de los socios, esta forma societaria permite la participación de múltiples accionistas y no exige un capital mínimo, lo que agiliza la creación de la sociedad.

De manera simultánea, se procederá a la apertura de una cuenta comercial bancaria, la obtención del Código Único de Identificación Tributaria (CUIT) y la inscripción en los impuestos de Ingresos Brutos, IVA y Ganancias ante la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).

Dado que se trata de un proveedor de servicios de pago, se realizará la inscripción en el "Registro de Proveedores de Servicios de Pago que ofrecen cuentas de Pago" de la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias (SEFyC). Además, para que los usuarios puedan tener su CVU, se creará una cuenta en un banco sponsor de fondo.

Como la startup digital se enfocará en el desarrollo de software innovador, la aplicación será registrada como derecho de autor ante el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI).

Además, dado que la aplicación recopilará y almacenará datos personales de los usuarios, se cumplirán las regulaciones de protección de datos personales establecidas en la Ley 25.326 y el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea, ampliamente reconocido como una buena práctica en este ámbito a nivel mundial.

15. Referencias y Bibliografía

Ámbito (16 de febrero 2023). “Cae el uso de efectivo y es récord el nivel de bancarización en Argentina”. Ámbito Financiero. Recuperado de: <https://www.ambito.com/mas-del-90-los-adultos-argentina-tiene-cuenta-bancaria-n5653069>

Ámbito (30 de agosto 2023). “Crece la cantidad de trabajadores en Argentina que tienen más de un empleo”. Ámbito Financiero. Recuperado de: <https://www.ambito.com/economia/crece-el-pluriempleo-argentina-que-es-y-que-sucede-n5807195>

Blomberg Línea (14 de octubre 2021). “Ranking: estos países son los líderes en educación financiera en América Latina”. Blomberg Línea. Recuperado de: <https://www.bloomberglinea.com/2021/10/14/ranking-estos-paises-son-los-lideres-en-educacion-financiera-en-america-latina/>

CEPAL (2021). “Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas”. Recuperado de: <https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/dashboard.htm>

DataReportal (20 de julio de 2023): *Digital 2023 July Global Statshot Report*. DataReportal, We Are Social & Meltwater. Recuperado de: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-july-global-statshot>

Fundación Eforo (2020). *Caracterización de hogares de Argentina. Informe técnico*. Recuperado de: <https://www.eforo.org.ar/eforodata>

GFLEC (11 de enero 2023). *S&P global FinLit survey*. Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC). Recuperado de: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-46-152>

INDEC (2023). *Encuesta Permanente de Hogares*. Recuperado de: <https://gflec.org/initiatives/sp-global-finlit-survey/>

Infobae (22 de septiembre de 2023): “Un avance para las billeteras digitales: la CNV habilitó que adolescentes puedan invertir en fondos comunes de inversión”. Recuperado de: <https://www.infobae.com/economia/2023/09/22/un-avance-para-las-billeteras>

[-digitales-la-cnv-habilito-que-adolescentes-puedan-invertir-en-fondos-comunes-de-inversion/](#)

Junior Achievement (Noviembre 2022). *Los adolescentes y las finanzas. Investigación sobre conocimientos y hábitos en Argentina*. Junior Achievement. Recuperado de <https://junior.org.ar/adolescentesyfinanzas/>

Marchionni, M., Gasparini, L., & Edo, M. (2019). *Brechas de género en América Latina. Un estado de situación*. Caracas: CAF. Recuperado de: <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1401>

Martinez, P. (18 de mayo 2022). "El auge de las billeteras digitales: casi la mitad de los adultos ya tiene una cuenta virtual". *La voz*. Recuperado de: <https://www.lavoz.com.ar/negocios/el-auge-de-las-billeteras-virtuales-casi-la-mitad-de-los-adultos-ya-tiene-una-cuenta-virtual/>

McClure, D. (20 de junio de 2007). "Producto Marketing for Pirates: AARRR! (aka Startup Metrics for Internet Marketing and Product Management)". Blog personal Master of 500 hats. Recuperado de: <https://500hats.typepad.com/500blogs/2007/06/internet-market.html>

Merval (4 de marzo 2020). "Nueva Regulación sobre Prestadores de Servicio de Pago". Recuperado de: <https://www.marval.com/publicacion/nueva-regulacion-sobre-prestadores-de-servicios-de-pago-13528>

Mora, S. & Palazzi, P. (2019). *Fintech. Aspectos Legales. Tomo II*. Centro de Tecnología y Sociedad (CETYS) - Universidad de San Andrés. Buenos Aires.

Mora, S. & Palazzi, P. (2020). *Fintech. Aspectos Legales. Tomo III*. Centro de Tecnología y Sociedad (CETYS) - Universidad de San Andrés. Buenos Aires.

Portal Argentina.gob.ar (28 de abril de 2022): "Fintech puede ser un fuerte motor de desarrollo para Latinoamérica". Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/fintech-puede-ser-un-fuerte-motor-de-desarrollo-para-latinoamerica>

Pringles, J. (3 de septiembre de 2022): "Nuevas disposiciones del BCRA para billeteras virtuales y PSP". Noetinger Armando. Recuperado de: <https://noetingeryarmando.com/nuevas-disposiciones-del-bcra-para-billeteras-virtuales-y-ssp/>

Rodriguez, V. (18 de mayo 2023). "Fintech: panorama, desafíos e iniciativas para una industria que está en el centro de la escena financiera". Portal A24.com. Recuperado de: <https://www.a24.com/economia/fintech-panorama-desafios-e-iniciativas-una-industria-que-esta-el-centro-la-escena-financiera-n1102431>



Universidad de
San Andrés

16. Anexos

A continuación se detallan los anexos referenciados a lo largo del documento.



Universidad de
San Andrés

Anexo 1

Fernando (padre)

Segmento: Pareja con hijos que empiezan a manejar dinero



Brief description

Edad: 47 años
NSE: Medio/Alto
Motivación: Enseñar a sus hijos la importancia de aprender a administrar las finanzas. Planificar el próximo viaje a Disney
Ciudad: Martínez

Skills

- Arquitecto (UBA)
- Le encanta planificar proyectos grandes, de alto impacto

Persona Main Job (Main goals)

- Tener un registro de los gastos de la familia
- Planificar el próximo viaje a Disney para averiguar por el viaje de 15 de Clara.
- Planificar la siguiente etapa de Ramiro, cuando termine la secundaria y entre a la universidad

Personality

- Le gusta que las cosas se hagan como él dice, pero en general le da la razón a Viviana, su esposa para no pelear.
- Es organizado, pero cuando está con mucho trabajo se abruma fácilmente.

Interests

- Pasar tiempo con los chicos, en especial si involucra actividad al aire libre como ir de camping o navegar.
- Ir a jugar fútbol con los amigos, aunque en general terminan suspendiendo y van a comer pizza y tomar cerveza

Tech savviness

- Es muy hábil con Excel y con softwares de planificación de proyectos.
- Usa apps para organizar su agenda y sus tareas
- Tiene una tablet que lleva a todos lados, donde toma notas para sus proyectos, pero suele usar más su agenda en papel

Gains

- Los chicos son autónomos en el uso del dinero
- Tienen claros los gastos de la familia y pueden avanzar con planes a futuro

Pains

- Tener que perseguir a los chicos por la plata que les da para ir al colegio
- Peleas con su esposa, Viviana, porque no logran ponerse de acuerdo cuál es la mejor manera de organizar el dinero para los chicos
- Tener que usar muchas herramientas distintas para registrar los gastos
- No tiene tiempo de registrar todos los consumos de la familia, que se diversifican a medida que los chicos crecen

Anexo 2

Clara (hija)

Segmento: Pareja con hijos que empiezan a manejar dinero



Brief description

Edad: 14 años
NSE: Medio/Alto
Motivación: Comenzar a administrar su propio dinero. Aprender sobre finanzas personales
Ciudad: Martínez

Skills

- Estudiante
- Tiene habilidades para convencer e influenciar en los demás. En particular, a sus papás.

Persona Main Job (Main goals)

- Usar de manera consciente el dinero que le dan sus papás por semana para ocuparse de sus gastos.
- Aprender nociones básicas de alfabetización financiera

Personality

- Es independiente y se siente responsable.
- Se hace escuchar cuando hay algo que no le cierra.
- A veces se siente insegura con su futuro pero no lo demuestra.
- Le cuesta admitirlo, pero recurre a sus papás cuando necesita ayuda o consejos.

Interests

- Pasar tiempo con sus amigas
- Realizar actividades por fuera de la escuela, como danza y tela.
- Preparar su viaje a Disney para disfrutar con sus amigas.
- Comprar ropa para las fiestas de 15 a las que la invitaron.

Tech savviness

- Si fuera por ella, pasaría todo el día con el teléfono, chateando con amigas.
- Tiene todas las redes sociales, y suele usarlas para buscar información que le interesa.
- No siempre logra distinguir entre fuentes fidedignas de información.

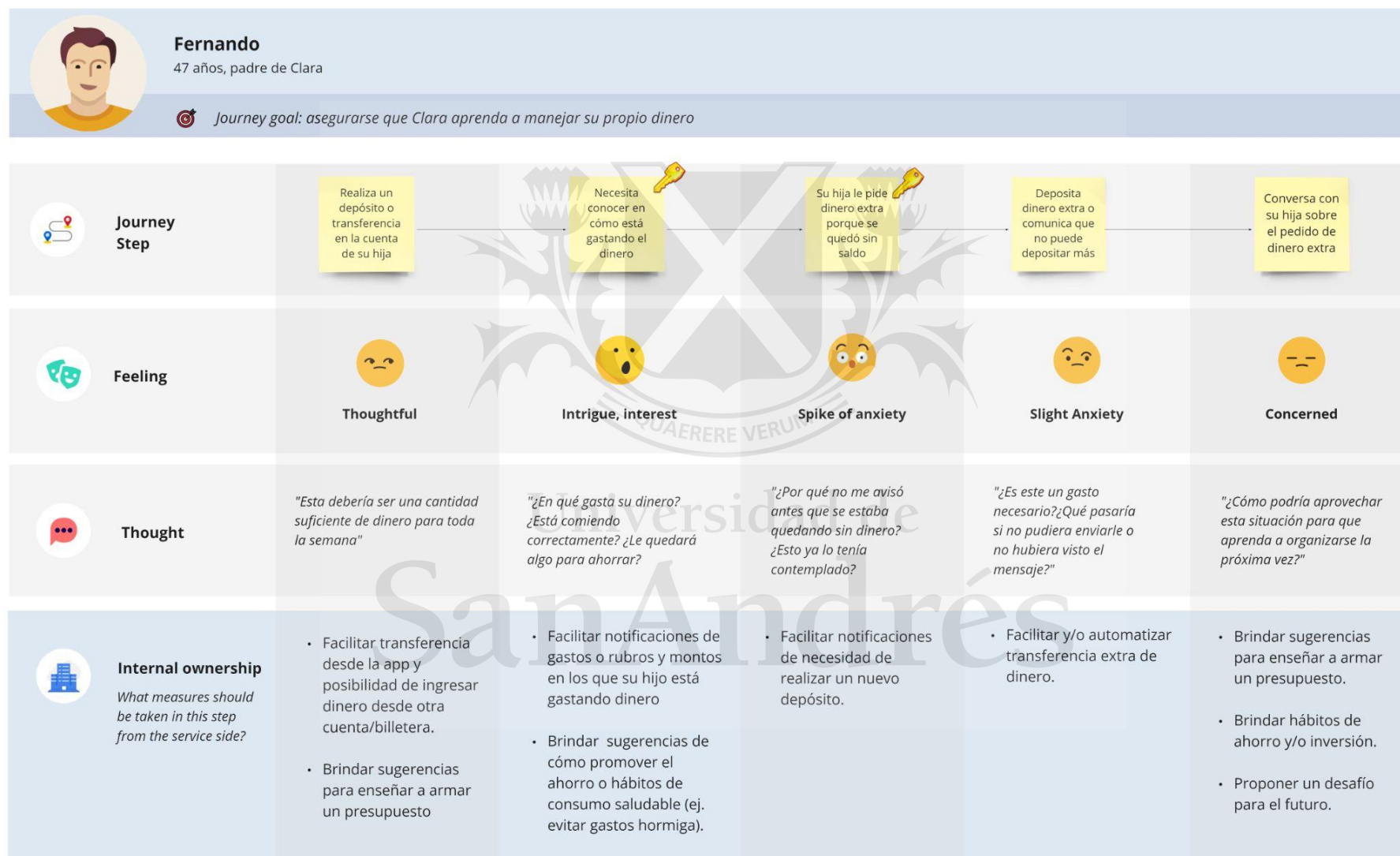
Gains

- Sentirse independiente al poder usar y administrar el dinero que le dan sus papás para sus actividades.
- Le gustaría aprender cómo hacer para ahorrar o invertir y poder comprarse cosas para ella













Pains

- Tener miedo que el dinero que le dan sus papás no le alcance
- Que sus papás no estén atentos cuando necesite dinero
- No poder sumarse a algún plan con amigos porque no le alcanza el dinero de la semana o ya se lo gastó.

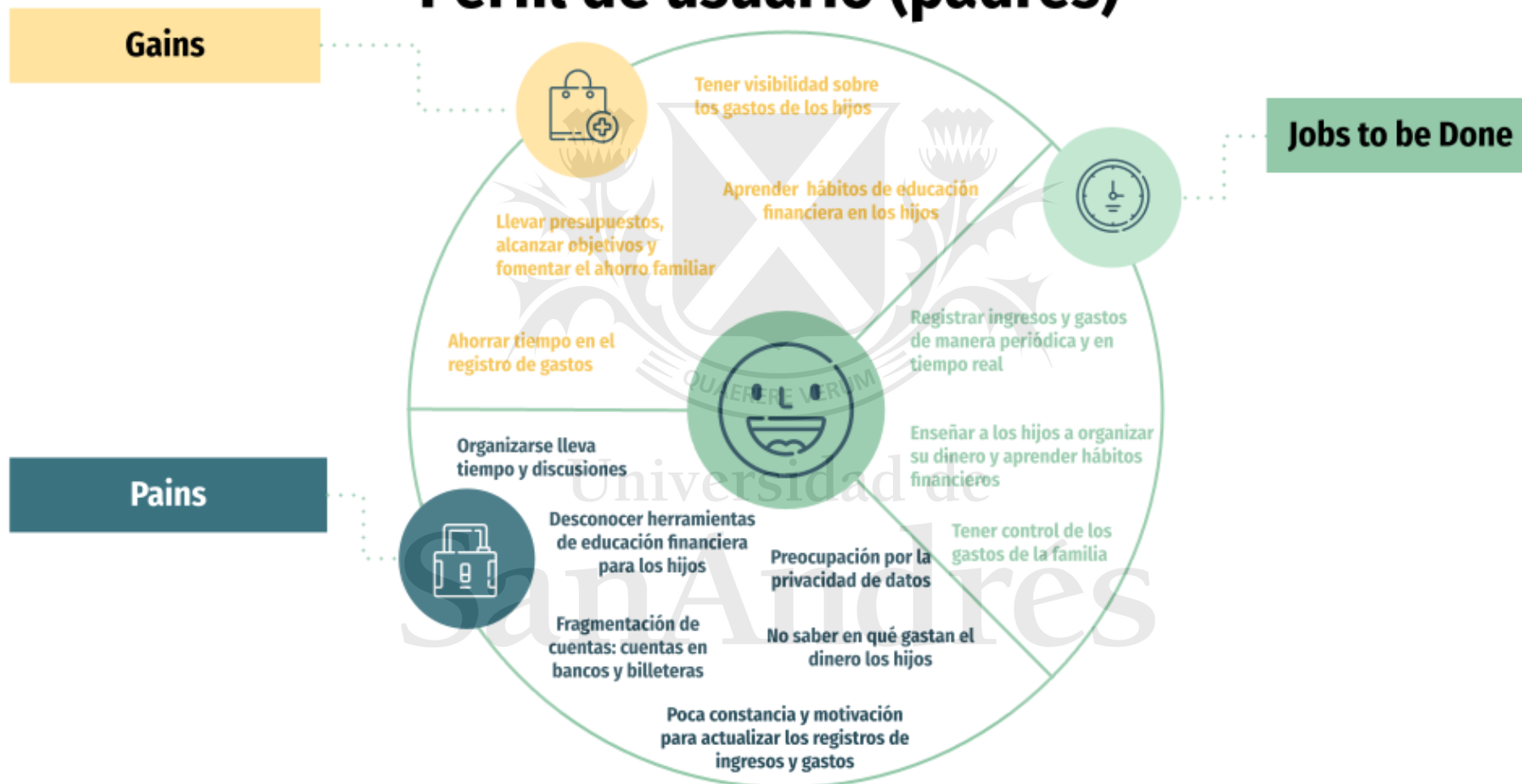
Anexo 3



Anexo 4

 Clara 15 años, hija de Fernando Journey goal: usar dinero de manera independiente y satisfaciendo sus necesidades							
 Journey Step	Recibe dinero de sus padres	Realiza pagos necesarios	Ahorra el dinero que no utilizó	Se compra algo que le gusta con su ahorro	Surge un imprevisto y tiene que pedir más dinero	Espera la respuesta de su padre	Recibe dinero extra o negativa de su padre
 Feeling	 Excited	 Thoughtful	 Proud	 Excited	 Slight Anxiety	 Spike of anxiety	 Love / Hate
 Thought	<i>"Tengo mucho dinero junto, me tiene que alcanzar para toda la semana"</i>	<i>"¿Podría comprar lo mismo pero más barato para quedarme con algo de dinero para mí? ¿Qué oportunidad me estoy perdiendo?"</i>	<i>"Soy muy responsable, siempre me las ingenio para ahorrar algo de dinero"</i>	<i>"Soy independiente. Con mi dinero hago todo lo que quiero".</i>	<i>"No me di cuenta que esto podría pasar. No quiero perderme esta salida con amigas"</i>	<i>"¿Por qué no me contesta? ¡justo ahora que me surgió esta necesidad!"</i>	<i>"Tengo el mejor/peor papá del mundo"</i>
 Internal ownership <i>What measures should be taken in this step from the service side?</i>	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar el ingreso de dinero desde otra cuenta/billetera. Brindar sugerencias para armar un presupuesto 	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar el pago y el registro de lo que se está gastando Brindar información sobre hábitos de consumo saludable (ej. evitar gastos hormiga). Crear desafíos para fomentar gastos inteligentes 	<ul style="list-style-type: none"> Brindar información sobre cómo ahorrar y cómo proteger los ahorros. Brindar información sobre créditos, interés, inversiones. 	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar el pago y el registro de lo que se está gastando. 	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar el pedido de dinero extra. Facilitar la comunicación entre cuentas del padre y de la hija. 	<ul style="list-style-type: none"> Automatizar el ingreso de dinero extra 	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar el ingreso de dinero desde otra cuenta/billetera. Crear un desafío para promover el ahorro o la importancia de anticiparse a gastos extra.

Perfil de usuario (padres)



Perfil de usuario (hijos)



Value proposition canvas

Products and services

- App para organizar las finanzas del hogar de manera compartida: seteo de presupuestos, objetivos de ahorro, oportunidades de inversión.
- Seguimiento y control de los gastos realizados por los hijos en edad de manejar dinero.
- Herramientas para fomentar hábitos financieros saludables
- Registro automático por medio de la integración de diferentes cuentas bancarias, tarjetas y billeteras virtuales.



Gain creators

- Informes en tiempo real de saldos de las cuentas compartidas, y registros de los gastos de la familia
- Recordatorios o alertas de excesos
- Challenges y elementos gamificados para fomentar el aprendizaje de hábitos financieros saludables.

Pain relievers

- Automatización de la carga de la información de ingresos y gastos
- Fácil acceso, carga, gráficos didácticos y fáciles de entender con información de los gastos de la familia
- Políticas de protección de datos