



CADENA DE VALOR



Nuestros Partners:

- Universidad Ricardo Palma (Perú)
- Universidad del Pacífico (Perú)
- Universidad FESC (Colombia)
- Universidad Católica de Chile (Chile)
- BBVA (Perú)
- BCI (Chile)
- Credit Capital (México)
- Finnovista (México)
- Startup Chile (Chile)
- Liquid Venture Studio (Perú)
- Ava Trade (Chile)
- Agros (Perú)
- Ministerio de educación de Chile (Chile)

También, buscaremos concretar alianzas con:

- Reguladores del sistema financiero, ministerios de educación y otros entes involucrados en las estrategias nacionales de educación financiera (en cada país).
- Organizaciones con iniciativas globales de educación financiera como la GFLEC (Universidad de Washington), OCDE, BID, Ministerios de educación e inclusión.
- Asociaciones Fintech y Edtech en cada país.
- Aceleradoras e instituciones afines y especializadas en Fintech y Edtech.

**Con esto pretendemos reducir el riesgo, la incertidumbre, lograr la definición de actividades y la adquisición de recursos específicos logrando alianzas para desarrollar nuevos negocios y relaciones de proveedor-comprador asegurando un suministro fiable.



ACTIVIDADES CLAVE

Alfi es la primera plataforma serious game (video juego formativo) de educación financiera que conecta de manera gratuita, divertida y accesible a todas las personas con productos reales del sistema financiero. Usamos machine learning para adaptar el juego a los perfiles y preferencias de casa usuario y, así, crear el escenario perfecto basado en productos financieros reales y noticias actuales de interés para que aprendan a tomar decisiones sobre su dinero. Nuestro juego está soportado por técnicas de gamificación, como la presentación de cartas lúdicas, dinero virtual, ranking, medallas, material audiovisual, etc. pensadas y filtradas para cada tipo de jugador. Además se le otorgan medallas por cada test de alfabetización financiera que resuelven. Nuestras métricas están basadas en estudios y recomendaciones de instituciones internacionales como OCDE, BID Y Standard & Poor's.

Estamos realizando una fuerte campaña publicitaria a nivel de las principales ciudades latinoamericanas (según nuestro segmento objetivo) para obtener nuevos usuarios. Nuestra plataforma está diseñada bajo técnicas de gamification probadas, las cuales elevan el ratio de recurrencia y retención de usuarios.

Por el lado de nuestros clientes, estamos realizando demostraciones privadas con grupos de clientes actuales de instituciones financieras con el objetivo de incluirlos en nuestra versión abierta con los productos más atractivos para los usuarios finales. Además, estamos contactando a instituciones educativas medianas y grandes que cuenten con varias sedes en las principales ciudades para ofrecer paquetes grandes de usuarios. Del mismo modo, gracias a las asociaciones Fintech en Perú y Chile nos estamos acercando a otros grupos de interés para proveer educación financiera como los sectores PYMES y Agrícolas, por ejemplo, financiado por otras organizaciones.

Actividades de Producción: Desarrollamos una plataforma de educación financiera actualizada constantemente. Alfi proporciona información real y contenido actualizado, también tiene un algoritmo de perfilamiento y evolución que va aprendiendo de los gustos y preferencias de cada usuario, esto ayuda a crear un entorno de juego atractivo para cada uno de ellos.

Actividades de Plataforma/Red: Disponemos de una plataforma como recurso principal y es dominada por las actividades relacionadas a dicha plataforma o red.

RECURSOS CLAVE

Consideramos que los activos clave para lograr nuestro propósito son:

Tecnológicos (Plataforma): Mediante web scraping se recolecta información financiera de fuentes confiables, (Bloomberg, Investing y otras prestigiosas fuentes de información) la cual es filtrada y transformada a un lenguaje lúdico y gamificado para posteriormente ser distribuida a nuestros usuarios, considerando sus respectivos equipos y perfiles de consumidor/inversor; logrando tener acceso a información real y personalizada según sus gustos y preferencias.

Intelectuales: Marcas, propiedad de los conocimientos, alianzas con instituciones internacionales especializadas en educación financiera.

Humanos: Áreas técnicas (conocimientos específicos), mercadotecnia, estrategia, diseño.

PROBLEMA IDENTIFICADO

Se considera a una persona como "analfabeta financiera" cuando desconoce por lo menos uno de los siguientes ítems: **tasa de interés, riesgo, rentabilidad, inflación y el funcionamiento del mercado de capitales**. Según un último estudio de la OCDE más del **70% de la población latinoamericana es considerada ANALFABETA FINANCIERA**. Esto es el gatillador de otros problemas tales como: 70% de las familias sobre endeudadas en América Latina, 60% de los jóvenes entre los 17 y 29 años con deudas en el sistema financiero en América Latina. Debido a esta problemática, presente en toda la región, consideramos aumentar el nivel de educación financiera al crear Alfi.

Esta es una gran problemática para los países latinoamericanos, algunos ejemplos:
* Chile: 60% de analfabetismo financiero
* Perú: 80% de analfabetismo financiero
* Argentina: 72% de analfabetismo financiero
* México: 68% de analfabetismo financiero

Leyes:

Perú: http://www.minedu.gob.pe/p/ley_general_de_educacion_28044.pdf
Chile: <https://www.leychile.cl/Navegar?idLey=21092&tipoVersion=0>
Argentina: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/01_estrategia_nacional-inclusion-financiera_300819-final.pdf

PROPÓSITO

Buscamos ser una solución al analfabetismo financiero, en un target millennial latinoamericano reduciendo los grandes indicadores de exclusión financiera. Para esto contamos con métricas validadas por la OCDE y GFLEC (Universidad de Washington) para medir el porcentaje de alfabetismo financiero.

Actualmente contamos:

Usuarios: 25,000 usuarios
Porcentaje de alfabetización financiera: 25%
Recurrencia: 60%
Incremento de usuarios por mes: 40%

Meta a corto plazo (2020):

Usuarios: 150,000 usuarios
Porcentaje de alfabetización financiera: 35%
Recurrencia: 60%
Incremento de usuarios por mes: 40%

Meta a mediano plazo (2022):

Usuarios: 500,000 usuarios
porcentaje de alfabetización financiera: 40%
Recurrencia: 60%
Incremento de usuarios por mes: 40%

Meta a largo plazo (2024):

Usuarios: 2,500,000 usuarios
Porcentaje de alfabetización financiera: 65%
Recurrencia: 60%
Incremento de usuarios por mes: 40%

Nos motiva resolver una problemática que se refleja en el día a día de las personas y afecta su calidad de vida.

PROPUESTA DE VALOR

Educamos financieramente a las personas a través de un serious game gratuito, personalizado, divertido y accesible para todos, bajo métricas de la OCDE.

Reducimos su nivel de desconocimiento y desconfianza sobre el sistema financiero, haciéndolos jugar sobre escenarios reales del día a día ligados a productos financieros. De esta forma, dentro de un entorno atractivo y controlado, aprenden de sus errores evitando cometerlos en el mundo financiero real.

Con ello logran reducir sus índices de morosidad y deudas, obtener mayores fuentes de ingresos y elevar su calidad de vida.

RELACIONES

Debido al modelo de negocio tenemos diferentes tipos de relaciones con los clientes y también con los usuarios finales:

Asistencia personal: Los clientes pueden contactar con un agente comercial real (una persona real) para que les ayude durante el proceso de compra.
Comunidades: Utilizamos comunidades de clientes para conseguir una mayor involucración con ellos y facilitar las conexiones.
Co-creación: Nos involucramos con los clientes para crear valor (ej. los clientes participan en el diseño de nuevos productos o nuevos contenidos)

Además tenemos con:

Cientes:

Intercambio de insights de usuarios que vamos encontrando en el proceso para seguir mejorando la plataforma y que la relación win-win sea más efectiva.
Sugerencias de propuestas nuevas por parte de nuestros clientes a nuestros usuarios finales.

Usuarios finales:

Contenido del juego actualizado, novedosos y en constante cambio.
Contenido adicional para cubrir necesidades de distintos perfiles de usuarios dentro del segmento.
Interrelación y respuestas rápidas por todos los canales de comunicaciones que mantenemos.
Solución a sus problemas.



CANALES

Llegamos a nuestros clientes/usuarios a través de:

Cientes:

A través de nuestra web y promocionando nuestra solución a través de nuestros canales digitales (Facebook, linkedin, instagram, youtube y mailing).
A través de nuestros partners: Liquid Venture Studio, Asociación Fintech Perú, Asociación FinteChile, StartUp-Chile y otros partners individuales **asociados**.
Usuarios finales:
Via online, a través de publicidad digital en alianza con partners.

SEGMENTOS



Usuarios Actuales:

Nuestros usuarios activos están divididos de la siguiente manera
• Jóvenes entre los 16 a 24 años: 23%
• Jóvenes entre los 25 y 29 años: 58%
• Adultos mayores a 29: 19%

Cientes:

A **Instituciones educativas** y financieras nacionales (en cada país) e internacionales (presentes en Latinoamérica).
A asociaciones u organizaciones de interés en ofrecer educación financiera innovadora y escalable.
Usuarios finales:
Gratuito para todos los usuarios finales.

Pretendemos acceder a:

- Mercado de masas: gran grupo de personas con problemas y necesidades similares.
- Segmentado: diferentes grupos de clientes con necesidades y problemas que no varían demasiado.



ESTRUCTURA DE COSTOS

De acuerdo a nuestro modelo de negocio nuestra estructura de costos es basada en valores, nos concentramos en la creación del valor proporcionado al cliente/usuario final.

Presentamos costos fijos, costos variables y economías de alcance ya que gozamos de ventajas en los costos debido a un mayor alcance de nuestras operaciones.

- Ingreso mensual: US\$2,500
- Gastos mensuales: US\$2800
- Usuarios globales: 25k usuarios (15mil por suscripción/10mil libres (campaña))
- Dinero en cuenta: \$40,000

FUENTES DE INGRESO

Generamos ingresos a través de:

- Dos modelos de negocio: US\$ 0.5 / cobro por campaña de tercerización de responsabilidad social a empresas financieras
- Cobramos a **instituciones educativas** por paquetes de usuarios customizados, desde US\$0.50 mensual por usuario (en paquetes mínimos de 500 usuarios)
- Cobramos a las **instituciones financieras**, por campañas de educación financiera y sponsorship, a través de sus áreas de responsabilidad social y sustentabilidad en campañas masivas.