

“El usuario ya no busca productos financieros, busca soluciones para su día a día”



Plazo amplía su propuesta mediante alianzas y tecnología para integrar servicios de bienestar, ahorro y financiación en una única experiencia.

Las aplicaciones financieras móviles ya no se limitan a ofrecer pagos o financiación, sino que incorporan cada vez más servicios orientados al ahorro, el bienestar y la gestión cotidiana. Plazo se ha consolidado como uno de los



principales motores de crecimiento de ID Finance, integrando en una única experiencia funcionalidades de pago, financiación flexible, cashback y servicios de valor añadido vinculados a ámbitos como la salud, el bienestar o el ahorro energético.

Pregunta. ¿Por qué Plazo apuesta por convertirse en un ecosistema más amplio de ventajas financieras?

Respuesta. En Plazo siempre hemos buscado aportar valor más allá de la gestión financiera, por eso hemos creado un ecosistema de alianzas con startups que permite acompañar al usuario en distintos ámbitos de su día a día. Nuestra app combina pagos, financiación flexible, cashback y servicios de valor añadido en una experiencia móvil sencilla y práctica. Cada interacción genera beneficios adicionales, ya sea mediante recompensas, acceso a financiación o servicios relacionados con la salud, el bienestar, el ahorro energético o el cuidado personal. Así, convertimos las operaciones cotidianas en una experiencia más útil y conectada con las necesidades reales de los consumidores.

Detectamos que los usuarios valoran más que nunca la sencillez y la rapidez, sobre todo a la hora de activar financiación: rehúyen los trámites tediosos de la banca tradicional y prefieren servicios que puedan activar de manera inmediata, sin esperas y con máxima transparencia.

Y en un mercado de finanzas personales muy saturado, el cliente busca aquellos servicios que le ofrezcan más por menos.

P. ¿Cómo ayudan la tecnología y el análisis de datos a personalizar la experiencia y mejorar el servicio al usuario?

R. Son clave para ofrecer una experiencia relevante y personalizada. Trabajamos con modelos que nos permiten entender el comportamiento de uso en tiempo real dentro de la app y adaptar la experiencia: desde financiación ajustada al perfil del cliente hasta recomendaciones de cashback o



Andrea Arellano. Growth Marketing Manager Plazo.

“El futuro de los servicios financieros pasa por ecosistemas integrados y personalizados”

servicios de valor añadido vinculados a sus hábitos de consumo.

En un entorno financiero, esta personalización debe apoyarse en un análisis de riesgo robusto. La misma tecnología nos permite evaluar solvencia, anticipar comportamientos de pago y tomar decisiones de crédito más precisas y responsables. Además, la IA y la verificación biométrica refuerzan la protección frente al fraude sin añadir fricción innecesaria.

P. ¿Qué papel jugarán los ecosistemas como Plazo en la evolución de los servicios financieros?

R. El futuro de los servicios financieros pasa por ecosistemas integrados porque el usuario ya no quiere relacionarse con múltiples entidades, sino acceder desde el móvil a soluciones pensadas para su vida real. La tendencia es que los servicios le acompañen de forma proactiva y contextual, conectando finanzas con salud, ahorro energético o sostenibilidad. Y aquí, la personalización y la utilidad práctica serán diferenciales. En Plazo queremos estar a la vanguardia y consolidarnos como una herramienta para la gestión financiera y el bienestar de las personas.

Más información
www.plazo.es