

## Las “super apps” financieras

En el ámbito financiero se observa el nacimiento de “super apps”. Se trata de algo más que aplicaciones para dispositivos móviles orientadas a un servicios específico. En particular, además de una aplicación financiera proporcionan una experiencia social y de conectividad.



Asimismo, estas “super apps” financieras combinan una variedad de servicios financieros que van más del segmento de pagos. Ofrecen la posibilidad de obtener créditos al consumo, préstamos, realizar inversiones responsables y asesorarse en la gestión de las finanzas. A estos servicios puramente financieros se unen otros de comunicación, búsqueda, navegación o comercio. Todos son ofrecidos bajo una única plataforma. En definitiva, las “super apps” buscan ofrecer una solución financiera integral que permita a los usuarios no solo comprar en línea y administrar su vida financiera diaria, sino también conectarse y pagar por una creciente gama de servicios utilizando su smartphone.



Por su parte, los consumidores pueden obtener una experiencia transparente, personalizada y eficiente, lo que es especialmente importante en el segmento de población más joven. Así, por ejemplo, hay estudios que muestran que la adopción de algunas de estas “super apps” es mayor entre la población de edad joven y con un mayor nivel educativo<sup>1</sup>.

Por el momento, el lanzamiento de estas “super apps” está siendo liderado por grandes compañías tecnológicas ya establecidas y algunas de las FinTech más emergentes, que buscan adelantarse a nuevos patrones de comportamiento para ofrecer a sus clientes aplicaciones de “ventanilla única”. En algunos casos, estas compañías buscan acuerdos de colaboración con el sector bancario aprovechando los contactos e información de las entidades financieras.

<sup>1</sup> Tencent's study on WeChat adoption. Society & Technology (S-Tech) y Shenzhen University. Julio 2018



Por el momento, el uso de estas “super apps” es dispar internacionalmente. En Estados Unidos y Europa comienzan a despegar, aunque su avance es más importante en China y en el Sudeste Asiático. En China destacan dos “super apps”, Ant Financial y WeChat. Entre ambas acaparan el 90% del mercado de pagos móviles del país. Son propiedad de las dos principales BigTech, Alibaba y Tencent, respectivamente. Además de estas dos, surgen otras como Toss y Kakao Pay en Corea del Sur, Go-Pay en Indonesia o GoJek en todo el Sudeste Asiático.

El éxito de estas “super apps” en Asia reside en que permiten sus usuarios realizar desde una misma app una reunión con un amigo, mandar mensajes instantáneos, pedir comida de un restaurante, reservar un taxi, obtener indicaciones de localización, pagar, enviar dinero a otros usuarios y otorgar créditos para financiar las compras en línea.