

2021

Informe de apps de finanzas para dispositivos móviles

Las operaciones bancarias y el futuro de las fintech



Contenido

| | | |
|----------|--|----|
| 1 | Aspectos destacados del informe | 3 |
| 2 | Metodología..... | 4 |
| 3 | 5 tendencias de las apps de finanzas | 5 |
| 4 | Costos, tasas de conversión y ROAS..... | 12 |
| 5 | Tendencias de finanzas por mes | 16 |
| 6 | Desempeño por plataforma..... | 20 |

Aspectos destacados del informe

Tendencias de 2020:

El uso de aplicaciones de finanzas aumentó enormemente en 2020: un 15 % en comparación con 2019. Los usuarios instalaron 4,6 mil millones de aplicaciones de finanzas en todo el mundo y pasaron 16,3 mil millones de horas en las apps, lo que se traduce en un aumento del 45 % frente al año anterior.

Sesiones de apps:

Las aplicaciones de fintech suelen ser mejores a la hora de mantener a los usuarios comprometidos. De hecho, las sesiones de las apps de fintech superan a las mejores aplicaciones de banca en hasta 10,8 veces. En Corea del Sur, las mejores aplicaciones de fintech rondan las 225 sesiones por mes.

Métricas de costos:

El costo de instalación (\$2,45) y de registro (\$7,96) se incrementó en 2020. Las activaciones (\$9,78) disminuyeron un 5 % en comparación con el parámetro de 2019.

Tasas de conversión:

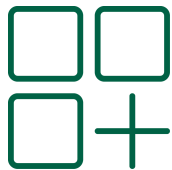
Los usuarios “activan” más rápido, ya que las tasas de conversión (25,1 %) aumentaron un tercio frente al año pasado (19 %). Mientras tanto, las tasas de conversión por registro (30,8 %) cayeron un tercio en comparación con 2019 (46,2 %).

Plataformas:

Android les ofrece una oportunidad a los especialistas de marketing. El costo de las instalaciones fue 4,5 veces más barato que en iOS, y también sorprende que el costo de las activaciones haya sido 8 veces más económico. Si se combinan estos datos, los usuarios de Android presentan el doble de probabilidades de generar una conversión.

Metodología

Intervalo de fechas: 1 de enero a 31 de diciembre de 2020



188

apps



57 mil millones

de impresiones



816 millones

de clics



12 millones

de instalaciones



20 millones

de eventos por primera vez



5 tendencias de las apps de finanzas

La innovación en dispositivos móviles se mezcló con la pandemia por COVID-19, y así, comenzó una revolución en el ámbito de las finanzas.

1

Crece la demanda de apps de finanzas para inversiones, banca, transferencias de fondos y ayuda estatal.

Durante 2020, tuvieron lugar 4,6 mil millones de descargas de apps de finanzas nuevas (un aumento año tras año del 15 %). Esta cifra supera por el doble las descargas totales.

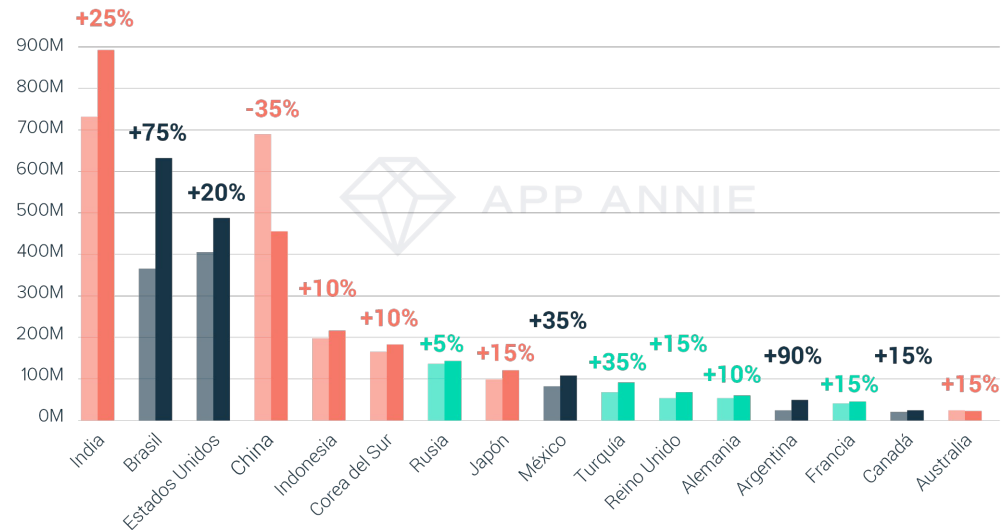
- La región donde se dio el mayor aumento de la demanda de apps de finanzas en 2020 fue América Latina, con un incremento del 75 % año tras año en Brasil y un 90 % en Argentina.
- En abril, la cantidad de descargas aumentó en todo el mundo, y el pico más significativo tuvo lugar en diciembre. Esto indica que el impacto a largo plazo de la pandemia contribuyó a incrementar el uso de estas apps.
- En China, la baja en descargas de aplicaciones de finanzas se produjo con el surgimiento de nuevas reglamentaciones en el ámbito de préstamos de persona a persona.

Utilice los [datos del mercado para comprender](#) cuáles son las características que están reteniendo a los usuarios. Los dispositivos móviles constituyen el patrón común a la hora de tomar decisiones financieras, ya sea con fines de investigación, evaluación, compra o inversión.

Descargas de apps de finanzas, 2020 frente a 2019

Nota: iOS y Google Play; China solo es iOS

■ 2019 ■ 2020



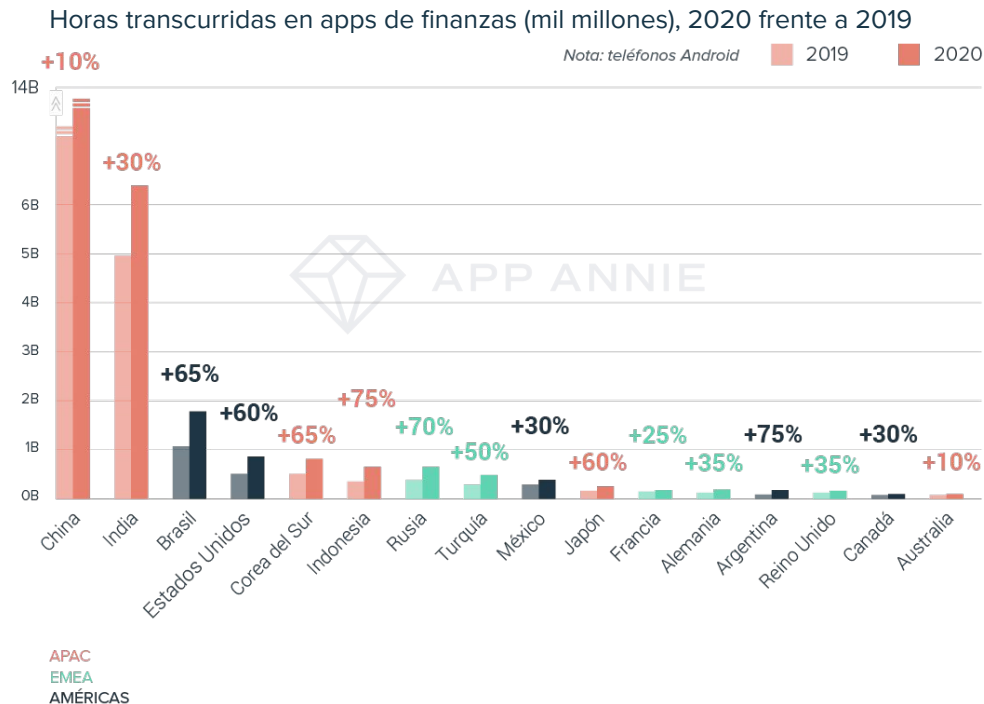
APAC
EMEA
AMÉRICAS

2

Los dispositivos móviles representan el principal canal para influir en las decisiones financieras, mientras el uso de las apps crece en todo el mundo.

Las personas pasaron 16,3 mil millones horas más en las apps de finanzas en 2020, lo que equivale a un aumento año tras año del 45 % fuera de China.

- Las apps de finanzas y transacciones conformaron las áreas clave de crecimiento: el tiempo transcurrido en las cinco principales apps de inversiones y transacciones presentó un aumento del 55 % año tras año.
- La participación en aplicaciones de inversiones fue particularmente considerable en América: hubo un aumento del 135 % del tiempo transcurrido en EE. UU. año tras año y un incremento del 115 % en Canadá y México. El mayor crecimiento en APAC lo ofreció Corea del Sur, con un aumento del 120 %.
- También se dieron cambios similares en el ámbito de las apps de créditos. Por ejemplo, las aplicaciones de préstamos de persona a persona crecen en popularidad en Indonesia. Asimismo, las apps del tipo “compre ahora, pague después” o las de “crédito revertido” seducen a la generación Z y a los millennials en EE. UU. Australia.



[Si no monitorea los movimientos del mercado de forma oportuna, podría pasar por alto los indicadores clave de la mentalidad financiera de los consumidores dinámicos de hoy.](#)



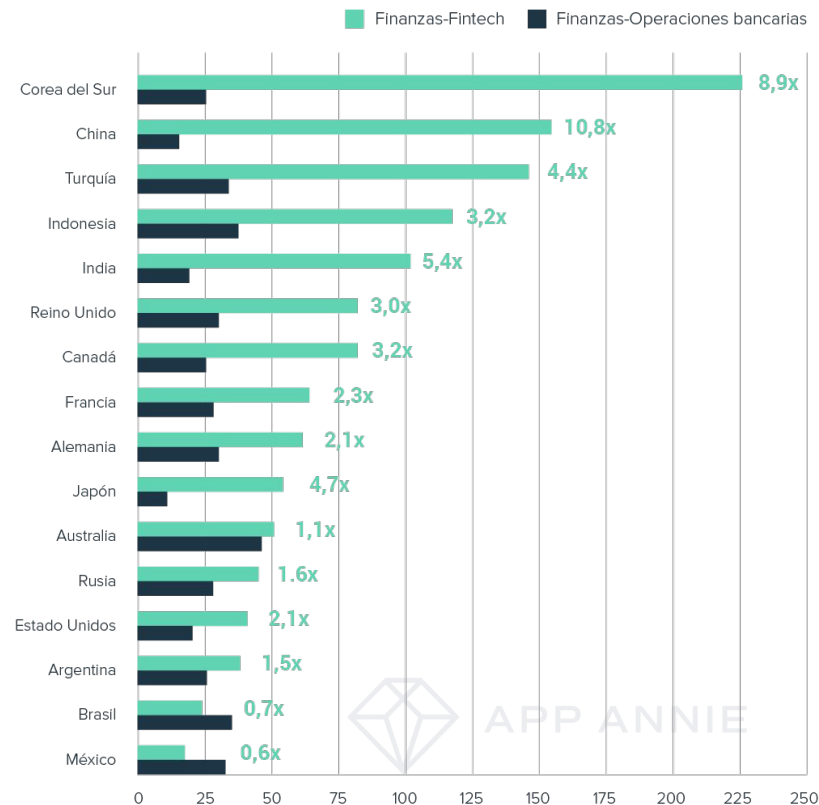
3

Por sesión, las principales apps de fintech superan a las mejores apps de banca en hasta 10,8 veces.

- La menor diferencia entre apps se dio en Australia, donde las sesiones mensuales promedio por usuario en apps de fintech fueron tan solo un 10 % más largas que en las apps de banca. Parte de ello se atribuye a que los bancos adoptaron de forma temprana la función de transferencias de persona a persona.
- Corea del Sur y China lideran el ranking, ya que el usuario promedio pasó cientos de sesiones en cada aplicación. En Corea del Sur, esto significa que el usuario promedio consulta aplicaciones de fintech más de 7 veces por día cada mes.

Los datos del mercado de los dispositivos móviles revelan las verdaderas diferencias en el comportamiento de los consumidores por segmento de mercado y ubicación geográfica. [Profundice](#) en cuáles son los indicadores del éxito en el ecosistema móvil para las aplicaciones de fintech y banca. Aproveche esta información para nutrir el plan de desarrollo de su producto y enriquecer sus estrategias de adquisición de usuarios y nuevas interacciones.

Sesiones promedio por mes, por usuario, en las 5 principales apps, en 2020, banca frente a fintech



4

Las apps de banca minorista siguen siendo muy populares en América del Norte y Europa, mientras que las fintech están en pleno auge en APAC.

Las apps de finanzas más populares por crecimiento en el tiempo transcurrido en la app, en 2020



Nota: teléfonos Android; crecimiento acumulado en tiempo transcurrido total.

- Banca minorista tradicional
- Fintech (incluidos bancos móviles solamente)
- Otra

[Monitoree las apps](#) más populares para saber cuáles están ganando terreno y podrían quitarle cuota de mercado.

5

Analice y compare las apps más populares en función de sus puntuaciones de desempeño.

- Al observar detalladamente el desempeño de las principales apps más populares en 2020, la aplicación japonesa [PayPay](#) obtuvo 100 puntos, con lo que superó a las principales apps de banca y fintech en EE. UU. y Reino Unido.
- Con 97 puntos de sentimiento, [Chase Mobile](#) fue la única app que superó las marcas de PayPay (93) en esta métrica.
- Compare su producto con el de la competencia analizando la puntuación de desempeño con Performance Score, la herramienta que compila métricas de sentimiento, adquisición, monetización e interacción.

Cuando las descargas no bastan: una métrica multifacética de propiedad exclusiva con base en nueve métricas de desempeño dispares le permite comparar sus resultados en dispositivos móviles independientemente del ciclo de vida de la app, el modelo de negocio o la industria. Descúbrala en [App Annie Pulse](#).

Puntuaciones de desempeño para las principales apps más populares según el tiempo transcurrido en la app, 2020

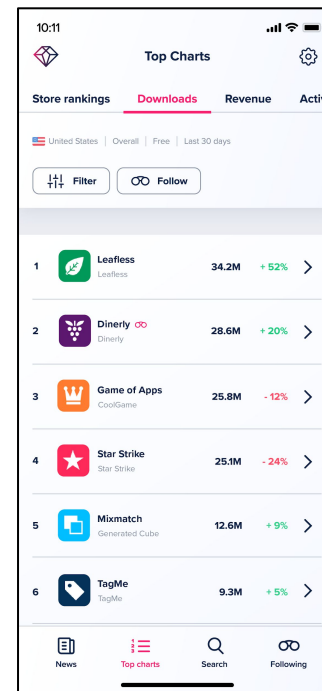
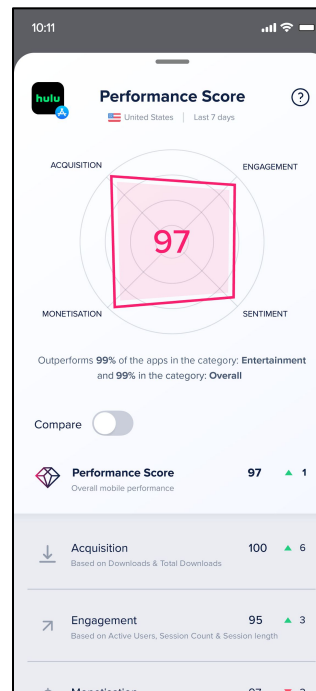
| | OPERACIONES BANCARIAS | | | FINTECH | | |
|---------------------------|-----------------------|-------------|------------------|----------------|-----------------|------------|
| | Estados Unidos | Reino Unido | Japón | Estados Unidos | Reino Unido | Japón |
| | Chase Mobile | NatWest | Rakuten Card | Robinhood | Trading 212 | PayPay |
| Puntuaciones de desempeño | 90 | 88 | 90 | 93 | 84 | 100 |
| Adquisición | 93 | 92 | 97 | 100 | 96 | 100 |
| Compromiso | 95 | 96 | 94 | 91 | 84 | 100 |
| Sentimiento | 97 | 87 | 94 | 50 | 84 | 93 |

Nota: semana del 14 al 20 de febrero de 2021; aplicaciones breakout por el tiempo pasado en los teléfonos Android



La economía móvil en la palma de sus manos

- Acceda a perspectivas de dispositivos móviles facilitadas por App Annie en un nuevo y elegante entorno para dispositivos móviles.
- Los usuarios pueden seguir aplicaciones o mercados para obtener **novedades personalizadas** en la sección de noticias.
- Explore datos destacados sobre descargas, ingresos, uso y sentimientos respecto de aplicaciones que compiten entre sí.
- Tome decisiones de crecimiento y de producto sobre la marcha, gracias a que tiene la información al alcance de la mano.
- **Compare y evalúe** a la competencia con Performance Score de App Annie, la herramienta que compila múltiples métricas de dispositivos móviles con base en la ciencia de datos.





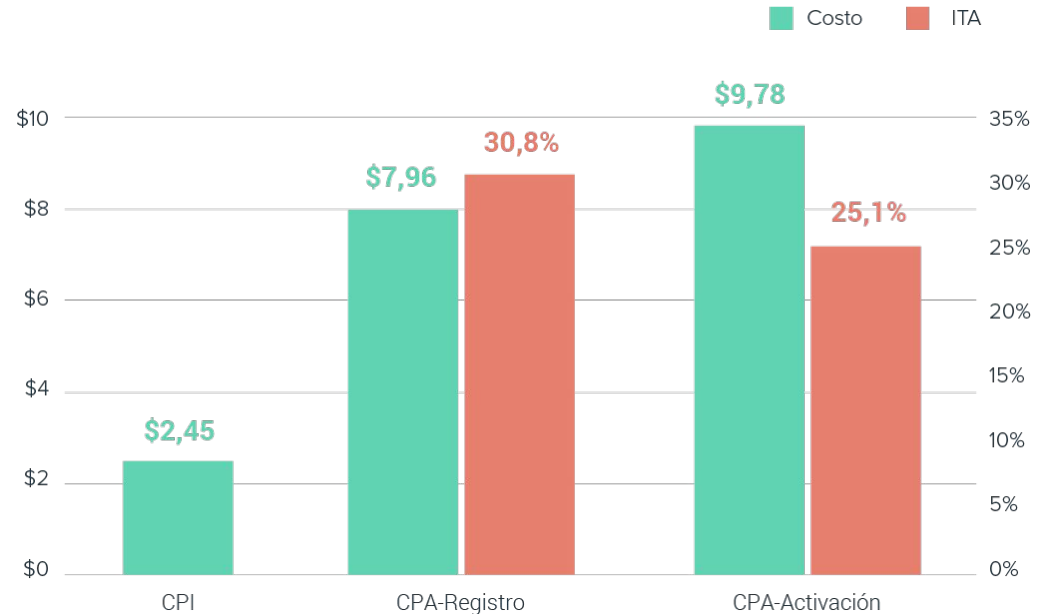
Costos, tasas de conversión y ROAS

A los usuarios nuevos hay que convencerlos, pero una vez que generan conversiones, se transforman en una fuente fiable de ingresos.

Los CPI suben, mientras las tasas de activación alcanzan un máximo interesante.

- Instalación:** con un valor de \$2,45, el costo por instalación (CPI) aumentó un 25,6 % por encima de la cifra del año pasado, mientras que los costos de instalación estuvieron alrededor de \$1,95.
- Registro:** fijado en \$7,96, el costo de adquirir un usuario que registre sus datos (CPA-registro) aumentó casi el doble respecto de las cifras de 2019 (\$4,22). Si bien los costos de adquisición aumentaron, las tasas de conversión (30,8 %) disminuyeron un tercio en comparación con el año anterior (46,2 %).
- Activación:** sorprendentemente, las tasas de conversión (25,1 %) se incrementan en un tercio con respecto al año anterior (19 %). No obstante, a \$9,78, el costo de adquirir usuarios que realizaran una transacción, o bien, una sincronización con sus datos bancarios (CPA-activación) fue caro. Aun así, el precio bajó un 5 % respecto del año pasado (\$10,25), y esta fue la única métrica de costos que disminuyó, al observar los valores año tras año.

Costo y tasas de conversión generales de las apps de finanzas, 2020



Los usuarios de apps de finanzas generan un muy buen ROAS en las primeras etapas del ciclo de vida del cliente.

Los usuarios de las aplicaciones de finanzas descargan estas apps con un objetivo claro. Esto se ve reflejado por un retorno de la inversión publicitaria (ROAS) relativamente alto.

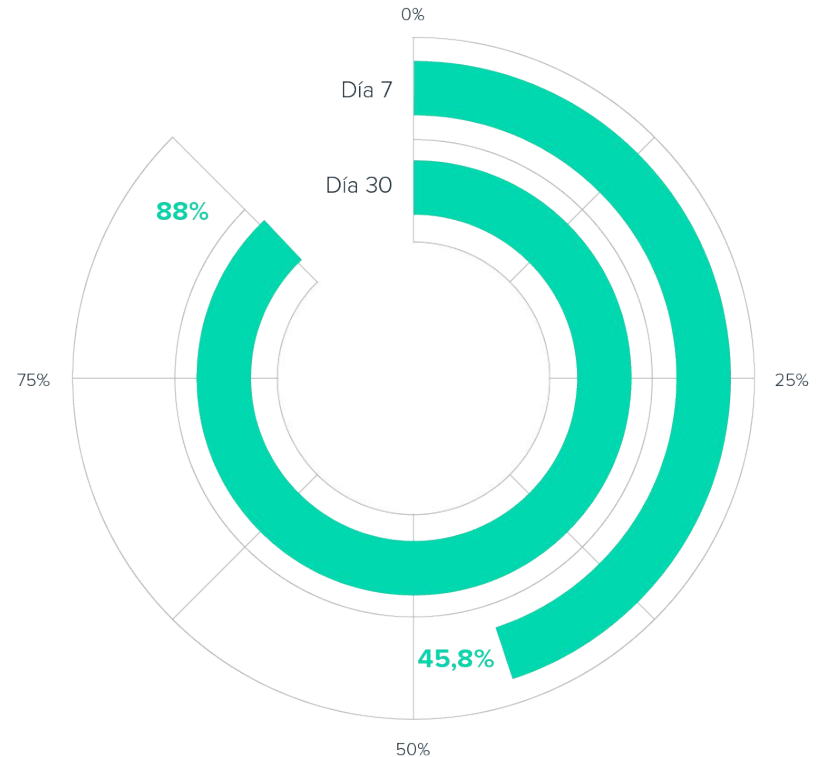
- Hacia el día 7, el ROAS llegó a un ventajoso 45 %.
- Para el día 30, la cifra alcanza casi el doble (88 %).



“Según el Informe de 2020 sobre tendencias de apps de Liftoff, el ROAS del día 7 para todas las apps rondó el 18,8 %. Las aplicaciones de finanzas superan por lejos el parámetro”.

Matt Hawes
Gerente sénior de inteligencia de negocios, Liftoff

ROAS general en apps de finanzas, 2020



“ Si tu app se conecta con otros proveedores, debes asegurarte de que esta información quede explícita a nivel visual en las listas de la tienda, en lugar de que solo aparezca en el título o la descripción de tu app. ”

Iain Russell, director de marketing de rendimiento

Iain Russell, director de marketing de rendimiento en Moneyhub, tiene una pregunta clave para los especialistas de marketing de las apps de fintech: “¿Tu app se conecta con otros proveedores?”. De ser así, es fundamental transmitir ese mensaje.

“Si tienes alianzas o conexiones con otros productos, debes asegurarte de que esto quede claro desde el aspecto visual en las listas de la App Store, y no que aparezca solo en el título o la descripción de la app”, advierte Iain. Cualquier relación que puedas crear entre tu producto y otro que el potencial usuario tenga de antemano podría mejorar enormemente tus conversiones.



Moneyhub optimiza soluciones de banca abierta y finanzas abiertas para mejorar el bienestar financiero total de las personas, sus comunidades y sus negocios.



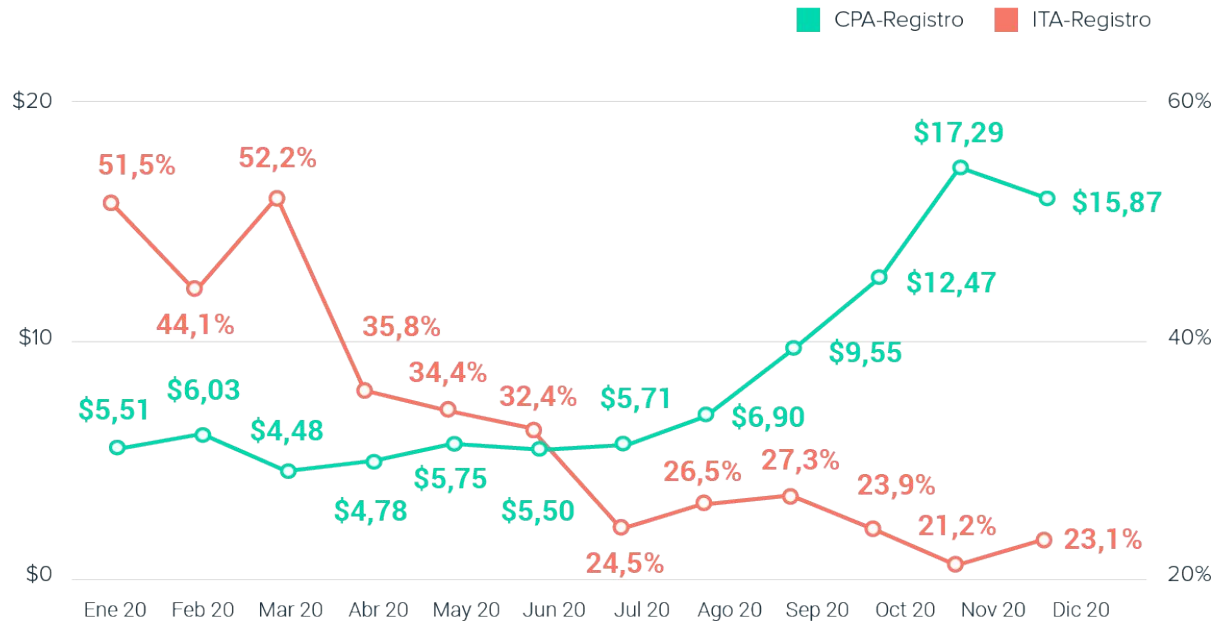
Tendencias de finanzas por mes

Si de apps de finanzas se trata, no existe la temporada baja. Y bien, ¿cómo les fue en un año histórico?



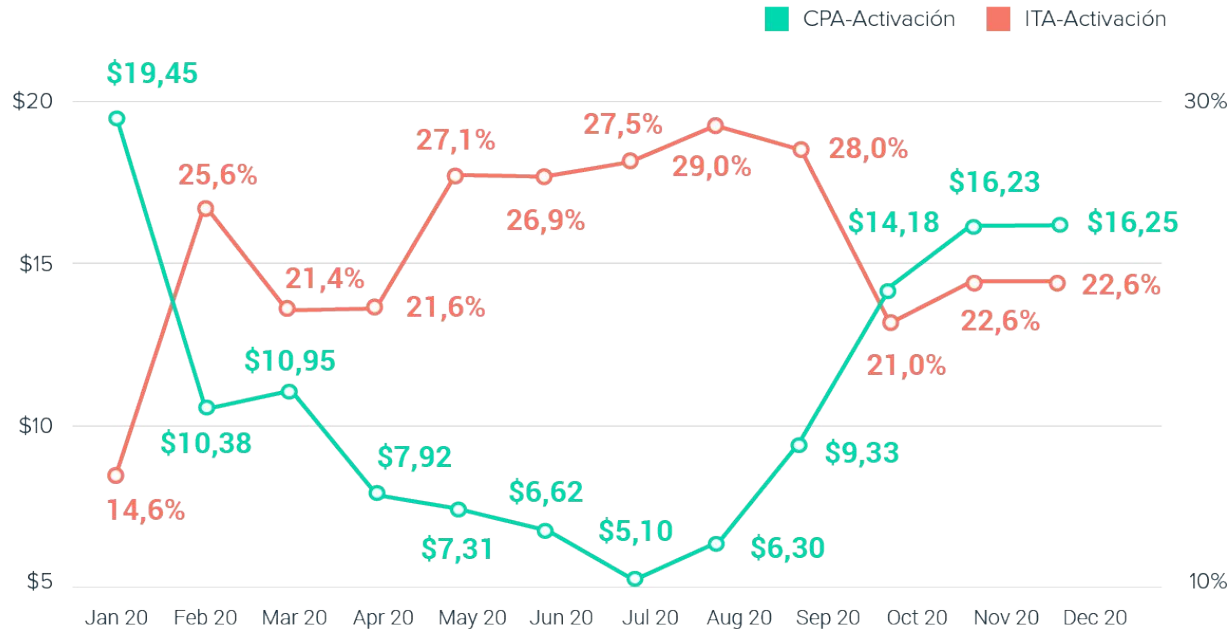
A raíz del shock inicial por la pandemia, las interacciones de los usuarios aumentaron muchísimo en marzo, al punto que el 52 % de los usuarios registraron una cuenta. Los costos se estabilizaron durante gran parte del 2020, pero repuntaron hacia los últimos meses del año.

Costos de registro y tasas de conversión de las apps de finanzas por mes



Los costos de activación alcanzaron nuevos mínimos cuando los usuarios recurrieron a las aplicaciones para administrar su dinero. Para noviembre, los precios volvieron a ser casi como los de 2019. Las conversiones decrecieron en marzo, pero, más adelante, alcanzaron un 27,7 % promedio entre los meses de mayo y septiembre.

Costos de activación y tasas de conversión de las apps de finanzas por mes





“ No es ningún secreto: el mayor éxito resulta de probar los anuncios todo lo que se pueda. ”

Kate Varadinova, directora de compras de medios en dispositivos móviles

Experimentar con diversas colocaciones, formatos, ubicaciones y visualizaciones inesperadas puede marcar una diferencia real en el desempeño de los anuncios, comenta Kate Varadinova de IQ Option.

“La regla de oro es mostrar todas las ventajas sin engañar a los usuarios”, afirma Kate. “Me parece que ese enfoque genera confianza”. Asegurarse de que los usuarios confíen en la marca es un aspecto esencial del marketing de las apps de finanzas.



Cuando IQ Option apareció en el mercado, tenía un único objetivo: inventar la mejor solución de inversiones para operadores en busca de una experiencia optimizada. Con base en lo último en tecnología e ideas innovadoras, el equipo de IQ Option creó una plataforma que les brinda a los clientes una experiencia de trading sencilla, fluida y divertida.

Desempeño por plataforma

Con costos altísimos y bajas tasas de interacción en iOS, ¿acaso Android ofrece una oportunidad?

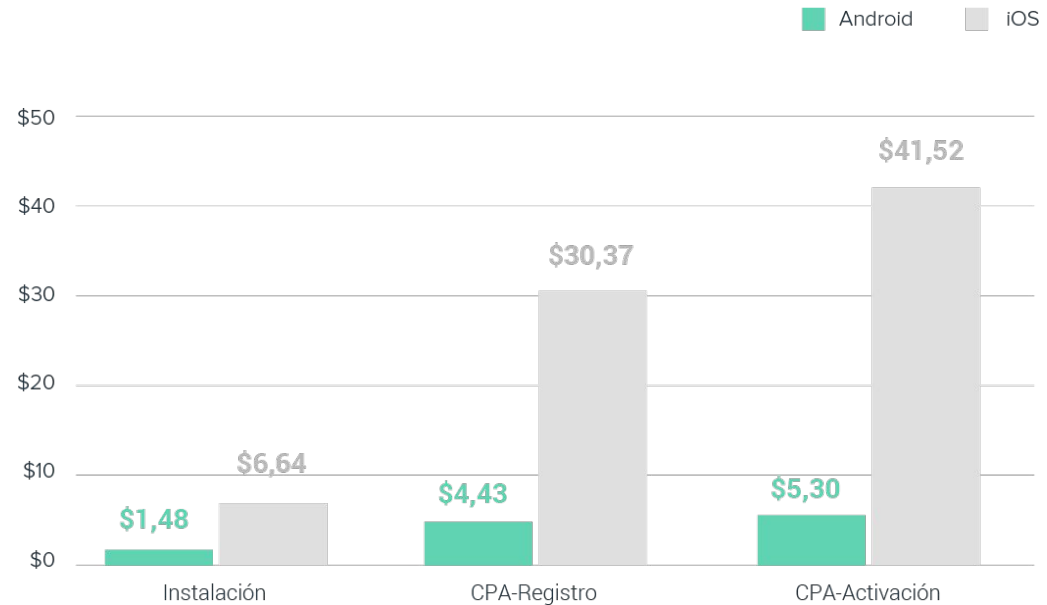


A lo largo del embudo, los precios de iOS se mantienen bastante más altos que los de Android.

De forma generalizada, Android les ofrece a los especialistas de marketing una mejor relación costo-beneficio.

- **Instalación:** con un valor de \$1,48, los costos de Android son 4,5 veces más baratos que los de iOS (\$6,64).
- **Registro:** en las etapas subsiguientes del embudo, la diferencia entre ambas plataformas se vuelve más grande. Fijados en \$30,37, los costos de registro en iOS son 7 veces más altos que los de Android (\$4,43).
- **Activación:** la diferencia se torna un abismo, ya que el precio de las activaciones en iOS (\$41,52) es 8 veces más alto que en Android (\$5,30).

Costos de las apps de finanzas por plataforma, 2020

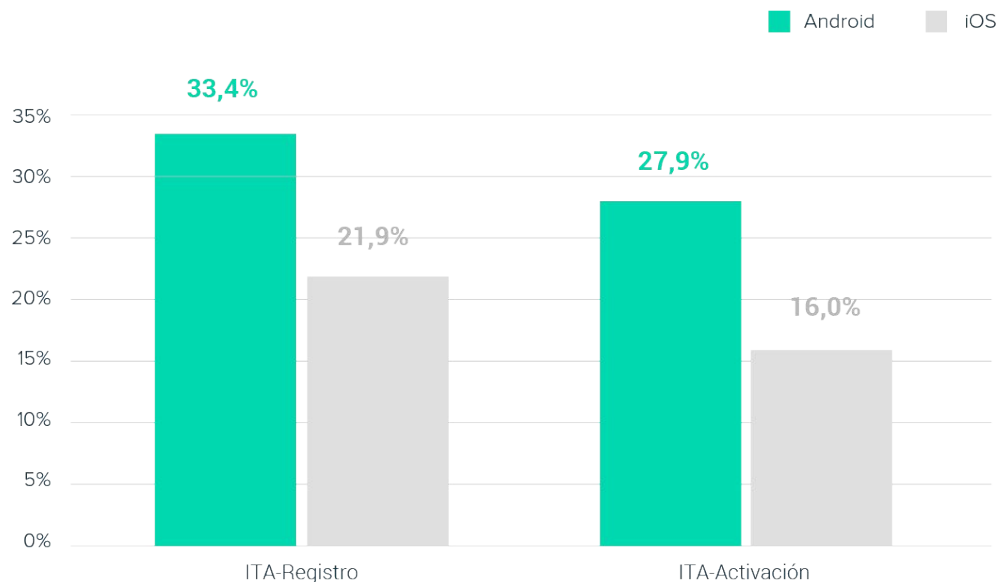


Los costos más bajos y las tasas de conversión más altas, casi el doble que en iOS, hacen que los especialistas de marketing se inclinen hacia Android.

Los usuarios de Android son más atractivos por dos motivos: es más barato adquirirlos y, además, generan conversiones más fácilmente.

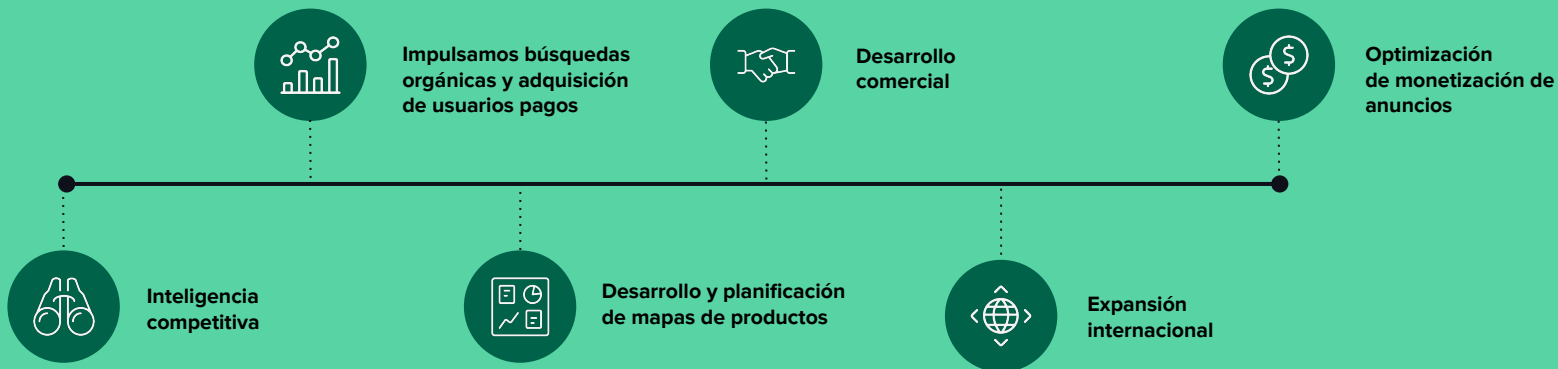
- **Registro:** Android aún supera a iOS por un amplio margen. Además de ofrecer un costo 7 veces más bajo, Android ofrece una tasa de conversión del 33,4 %, más de un 52 % superior a la de iOS (21,9 %).
- **Activación:** los usuarios de Android tienen ganas de entrar en acción. La tasa de conversión es de 27,9 %, el doble de alta que la tasa de iOS (16 %).

Tasas de conversión de las apps de finanzas por plataforma, 2020





Fomentamos el éxito en experiencias móviles y monetización



[Solicite una demo hoy mismo](#)

appannie.com



Descargo de responsabilidad

App Annie es una empresa proveedora de servicios de cálculos sobre el mercado de dispositivos móviles. App Annie no está registrada en ninguna función consultiva de inversiones en ninguna jurisdicción del mundo, y no ofrece ningún tipo de asesoramiento legal, financiero, comercial o de inversiones. Nada de lo expuesto en este comunicado, o en cualquiera de los productos, servicios, comunicaciones u otras ofertas de App Annie, se interpretará como una oferta, recomendación o incitación a comprar o vender ningún valor o inversión, o para tomar ningún tipo de decisión de inversión. Las referencias a un desempeño anterior o potencial no son —y no deben interpretarse como que son— recomendaciones ni garantías de ningún resultado en particular. Se recomienda que siempre consulte con sus propios asesores legales, financieros, comerciales o de inversiones profesionales. Además, al proporcionar la presente información, App Annie no realiza ninguna garantía o promesa, ni asume ninguna obligación jurídica ni contractual. No podrá imputarse ninguna responsabilidad acumulada a App Annie como resultado de brindarle esta información a usted.



Apéndice correspondiente a la diapositiva 9

Las apps de finanzas más populares por crecimiento en el tiempo transcurrido en 2020

| Rango | Argentina | Brasil | Canadá | México | Estados Unidos | Australia | China | India | Indonesia | Japón | Corea del Sur | Francia | Alemania | Rusia | Turquía | Reino Unido |
|-------|-------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---|---|-------------------------------|--|------------------------------------|--|-----------------------------------|--|-----------------------------------|---|---|
| 1 | Mercado Pago | Caixa Tem | Yahoo Finance | Bancomer móvil | Robinhood | CommSec Mobile | Alipay | Kite Zerodha | MetaTrader 4 | PayPay | Kiwoom Securities Hero S | La Banque Postale | Trade Republic | Sberbank Online | IsCep | Trading 212 Forex & Stocks Follow |
| 2 | Banco Nación | CAIXA | Wealthsimple Trade | HSBC México | Cash App | Plus500 | East Money | Tez | BCA mobile | iSPEED 株取引 | Samsung Securities New MPOP | Crédit Mutuel | ING-DiBa Banking to go | Tinkoff Investing | VakifBank TradeOnline | NatWest |
| 3 | Braubank | CAIXA Emergency Aid | Scotiabank | Banamex Mobile | TD Ameritrade | Westpac Online Investing | Straight Flush | PhonePe | RTI Business | d Payment | Mobile Securities Tree NAMUH | Boursorama Banque | Sparkasse | Tinkoff | My Foreign Currency Exchange | Lloyds Bank Mobile |
| 4 | Banco Galicia | Nubank | TD (Canada) | Supermóvil | Yahoo Finance | MetaTrader 4 | Guotai Junan Junhong | Anqel Broking | Mandiri online | SBI Securities App | Korea Investment Stock | Ma Banque | onvista - Aktien, Finanzen, Derivate | VTB-Online | TradingView | HSBC UK Banking |
| 5 | Santander Rio | Banco Inter | RBC Mobile | Banco Azteca | Webull Stocks | Zip - Shop Now, Pay Later | China Individual Income Tax | Moneycontrol | Binomo: Easy stock trading app | Yahoo! Finance | Mirae Asset Daewoo Integration m.Stock | MetaTrader 4 | Postbank BestSign | Alfa Bank | ZBorsa (Ziraat Yatirim Borsa) | PayPal |

Nota: teléfonos Android; crecimiento acumulado en tiempo transcurrido total.



Liftoff es una plataforma de servicio completo con soluciones de marketing que ayudan a las empresas a adquirir y retener usuarios de alta calidad en aplicaciones, a escala. Usamos ML neutral para encontrar a los mejores usuarios para su aplicación. Además, empleamos tecnología de anuncios para generar la experiencia de publicidad con mayor compromiso del usuario, y tenemos un modelo único de costo por ingresos para optimizar sus objetivos de LTV.

Liftoff se enorgullece de contar entre sus socios de larga data a los principales anunciantes de marcas desde 2012. Además de su sede en Redwood City, Liftoff tiene presencia en el mundo en Nueva York, Berlín, Londres, París, Singapur, Seúl y Tokio.

www.liftoff.io

