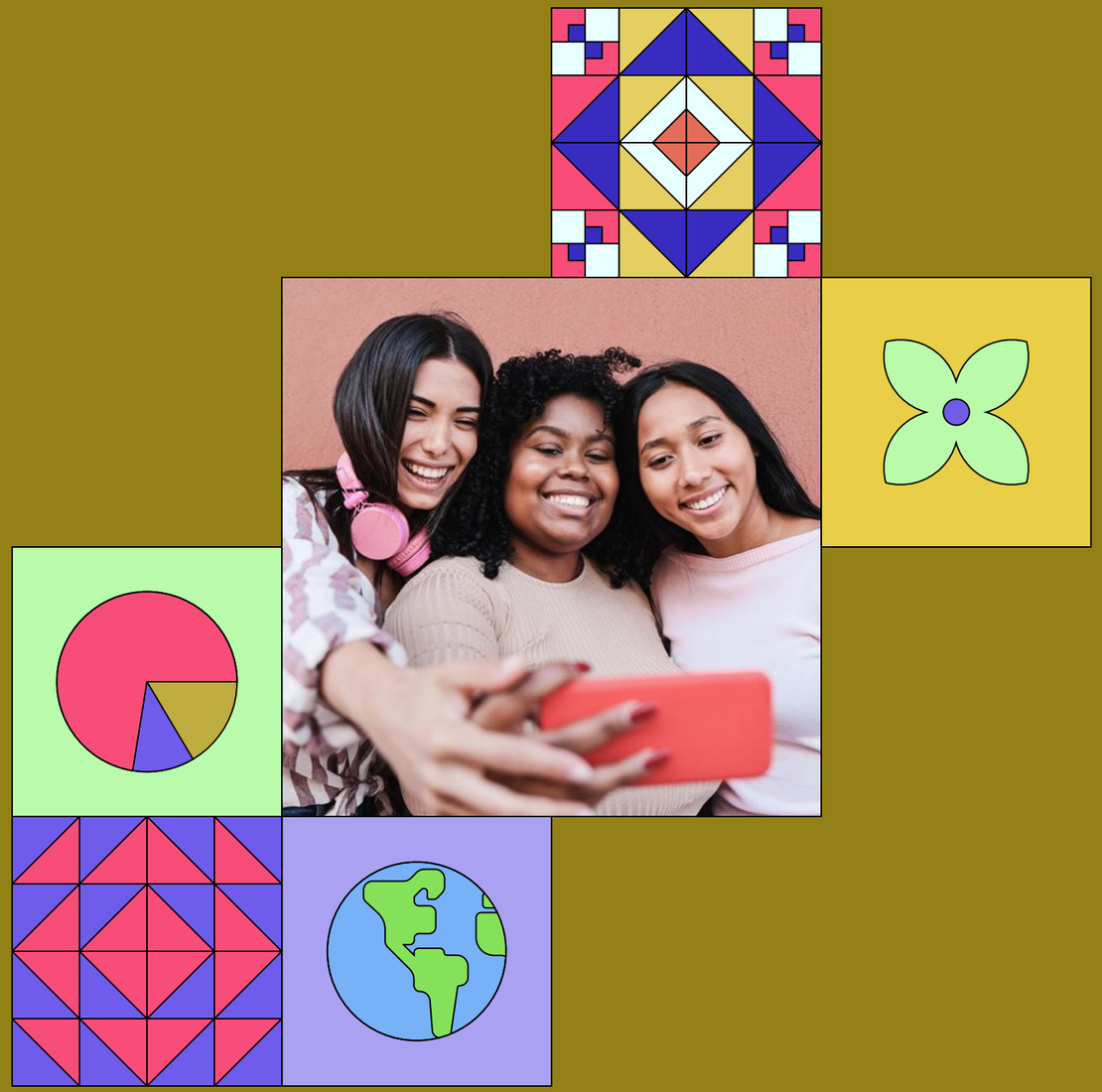
REPORT

Mobile app trends: edición LATAM en foco 2026

Información y comparaciones del rendimiento de las aplicaciones



ADJUST

Índice

Introducción **3**

Tasas de autorización de ATT **4**

Parte 1: Descripción general del mercado de aplicaciones de LATAM **6**

Instalaciones y sesiones 7

Duración de las sesiones y tasas de retención 11

Parte 3: Aplicaciones de compras y comercio en línea **13**

Instalaciones y sesiones 14

Duración de las sesiones y tasas de retención 17

Parte 3: Aplicaciones de finanzas **20**

Instalaciones y sesiones 21

Duración de las sesiones y tasas de retención 24

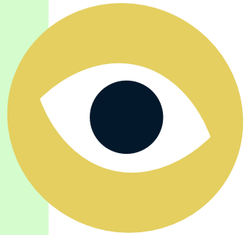
Metodología

VERTICALES:
Finanzas/fintech, compras/comercio en línea, juegos, utilidades, redes sociales.

REGIONES:
Global, LATAM

CONJUNTO DE DATOS:
Una combinación de las 5000 aplicaciones más destacadas de Adjust y el conjunto de datos de todas las aplicaciones con tracking realizado por Adjust. Nuestros datos se recopilaron de dos fuentes, una de las cuales incluye una lista de 45 países y otra con una lista de alrededor de 250, conforme a los lineamientos del estándar ISO 3166-1.La información está basada en los datos agregados y anonimizados de las aplicaciones con tracking realizado por Adjust, y es posible que no refleje la totalidad del mercado de aplicaciones a nivel global.A menos que se indique lo contrario, todas las cifras incluidas en este informe provienen de los datos de Adjust.

RANGO DE FECHAS:
De enero de 2024 a enero de 2026



INTRODUCCIÓN

¿Hacia dónde va ahora el crecimiento de las aplicaciones en LATAM?

Latinoamérica cuenta con uno de los ecosistemas más orientados a dispositivos móviles en el mundo, y marca el paso en cuanto a la digitalización económica y la generación de un sector de aplicaciones próspero. Los pronósticos indican que la penetración de los smartphones alcanzará el 93% para el año 2030, y casi 500 millones de personas accederán a internet por medio de dispositivos móviles. Por lo tanto, los pronósticos indican que el mercado de desarrollo de aplicaciones en LATAM alcanzará Los 56 100 millones de dólares para el año 2034.

El crecimiento de las aplicaciones en LATAM está alineado con las tendencias globales: las cifras de adquisición e instalaciones muestran aumentos sólidos. Brasil y México quedaron clasificados en tercero y sexto lugar a nivel global en cuanto a las descargas en 2025, y los ingresos por compras in-app (IAP) siguen aumentando, alcanzando los 2500 y 1900 millones de dólares, respectivamente.

El comercio en línea y las finanzas son dos motores principales de la expansión de las aplicaciones en esta región. El comercio en línea representa un mercado de 200 000 millones de dólares, y está impulsado por las aplicaciones de mercado como MercadoLibre, el ecosistema de comercio y fintech más destacado de Latinoamérica, que abarca los segmentos de logística, pagos, crédito y publicidad. Los sistemas de pagos en tiempo real, como Pix en Brasil, y los esfuerzos más recientes, como Bre-B en Colombia, han normalizado las transacciones instantáneas. El auge de las superaplicaciones, los modelos de "compra ahora y paga después" (BNPL) y los servicios bajo demanda está acelerando aún más este mercado.

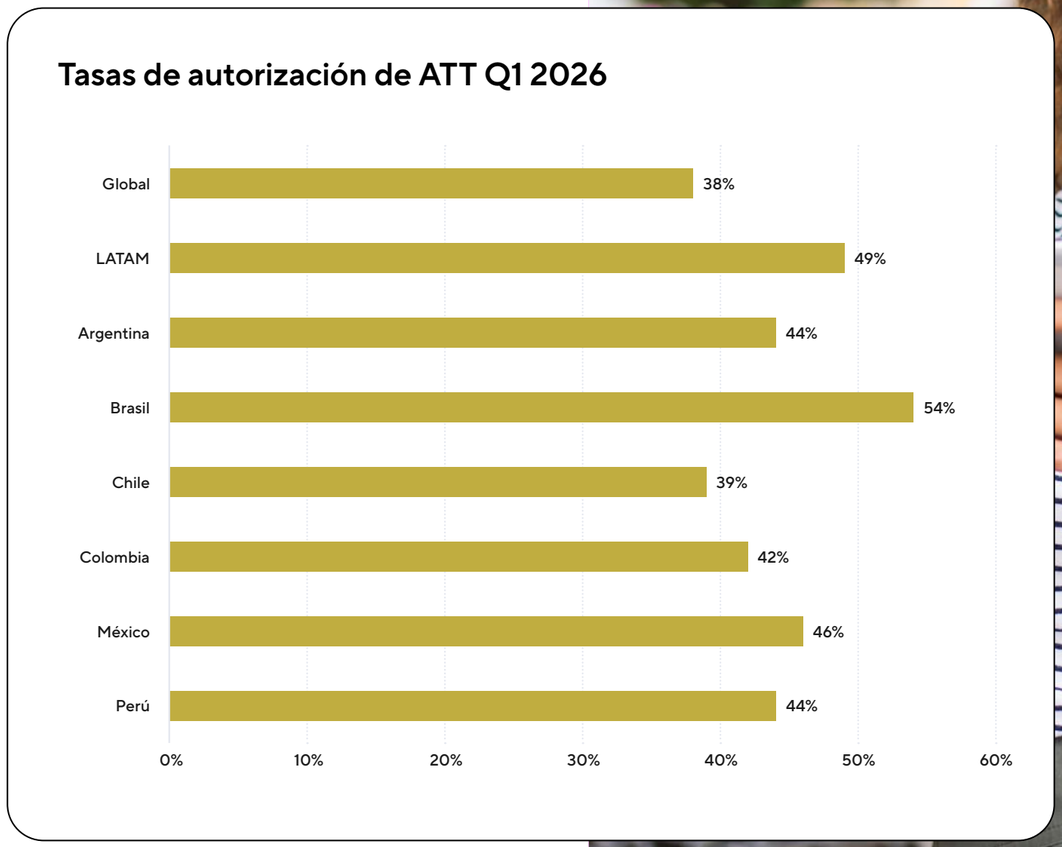
Sin embargo, el crecimiento en LATAM no es uniforme. Los recorridos de usuario pueden variar significativamente entre un país y otro, y otros factores, como el uso en varios dispositivos y los canales de adquisición diversos, agregan distintas capas de complejidad. Por lo tanto, la capacidad para usar los datos de forma efectiva se convierte en un factor clave. La medición precisa del rendimiento, la identificación de los usuarios de alto valor y la optimización de campañas entre canales son esenciales para alcanzar el crecimiento. Los marketers necesitan una medición unificada entre plataformas y entre dispositivos, para tomar decisiones rápidas e impulsar sus cifras de conversiones, retención y ROI.

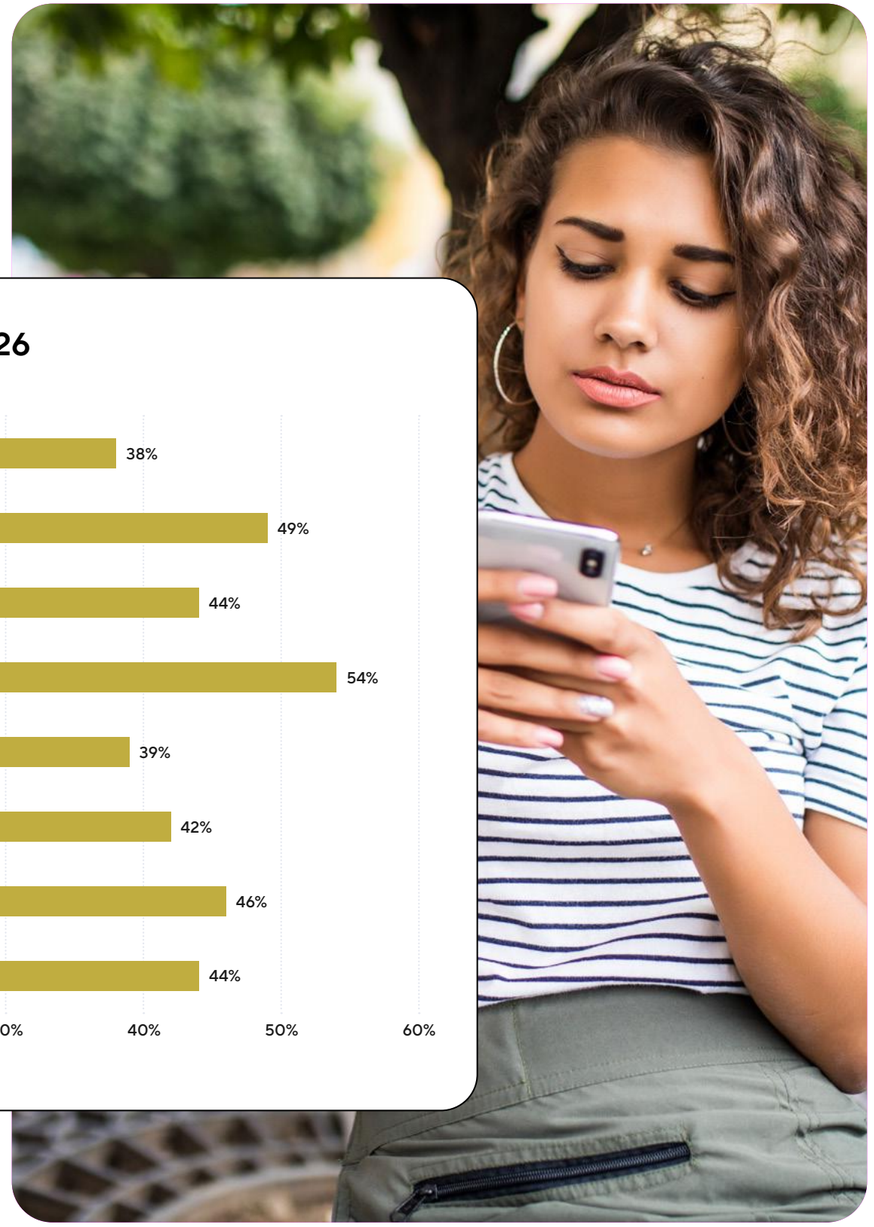
En nuestro informe Mobile app trends, edición con aspectos destacados de LATAM 2026, analizamos los datos de instalaciones, engagement y retención en las verticales clave, y los dividimos por mercado. Las comparaciones combinadas con el contexto regional te brindan la información que necesitas para escalar de forma eficiente y alcanzar un éxito duradero en este mercado móvil tan emocionante.

Las tasas de autorización siguen siendo altas en LATAM

En el primer trimestre de 2026, la tasa de autorización de App Tracking Transparency (ATT) en LATAM (entre los usuarios que recibieron la solicitud en iOS) alcanzó un 49%, superando por mucho la cifra global de 38%. A nivel de país, Brasil fue el más destacado, con una tasa del 54%, seguido por México, con un 46%. Argentina y Perú registraron un 44%, mientras que Colombia alcanzó el 42%. Chile se quedó más cerca de la cifra global, con un 39%.

Detrás de estas tasas de autorización mayores hay varios marketers móviles que cada vez integran más las solicitudes de autorización en el recorrido de los usuarios, experimentando con mensajes previos a los permisos y elección de los momentos adecuados para favorecer la toma de decisiones. La medición orientada a la privacidad y la elaboración de modelos predictivos siguen siendo elementos fundamentales para ayudar a los equipos a extraer más valor de los datos con autorización.





"LATAM ofrece oportunidades enormes para el crecimiento de las aplicaciones. Las verticales de fintech y comercio en línea han evolucionado digitalmente de forma significativa. Sin embargo, esto también significa que los usuarios tienen expectativas altas. Para alcanzar el éxito, los desarrolladores y los marketers deben crear experiencias conectadas con diferentes herramientas, como el uso de deep links y la atribución de datos precisos, a fin de medir el impacto en los canales. La capacidad para desarrollar recorridos de adquisición de aplicaciones y unificar el rendimiento es lo que genera el crecimiento."

ADJUST

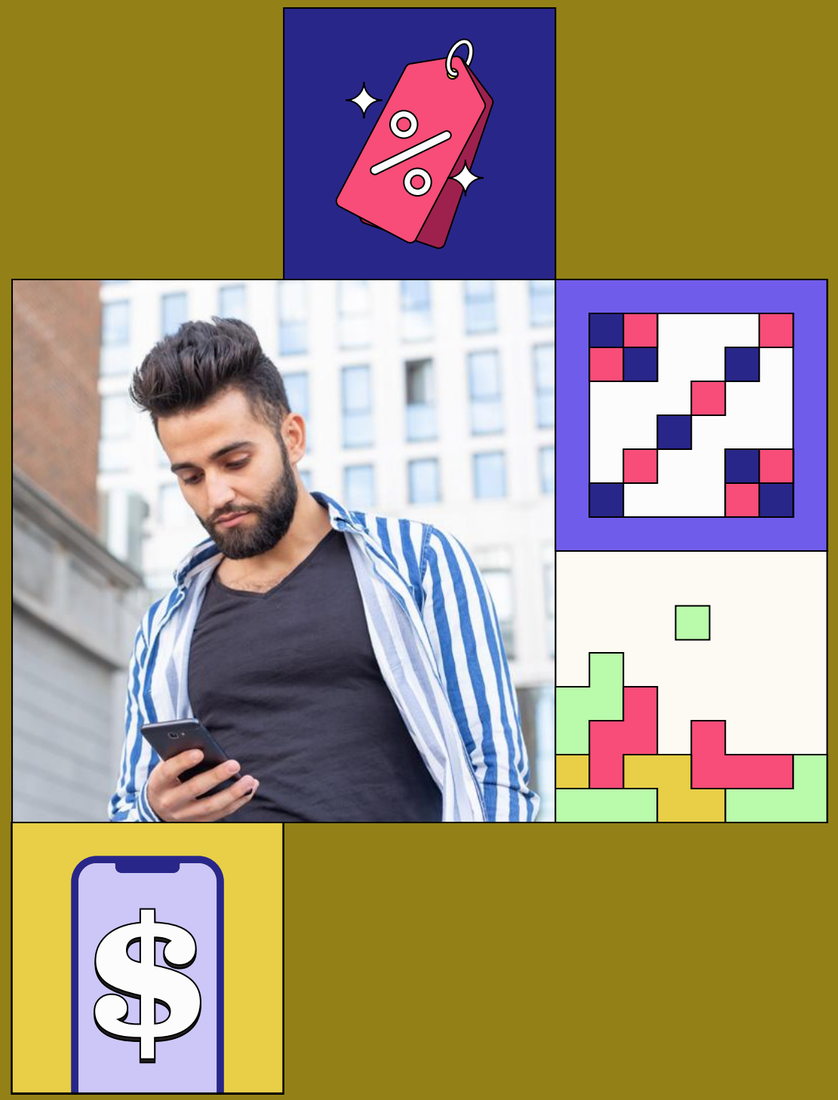


Fernando Cabral

Director of Growth, LATAM

PARTE 1:

Descripción general del mercado de aplicaciones de LATAM

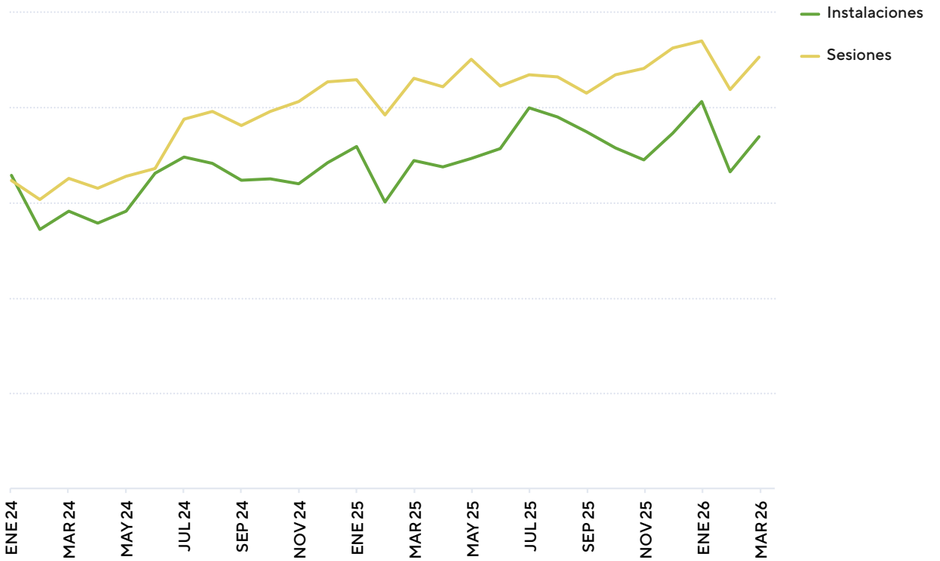


Instalaciones y sesiones

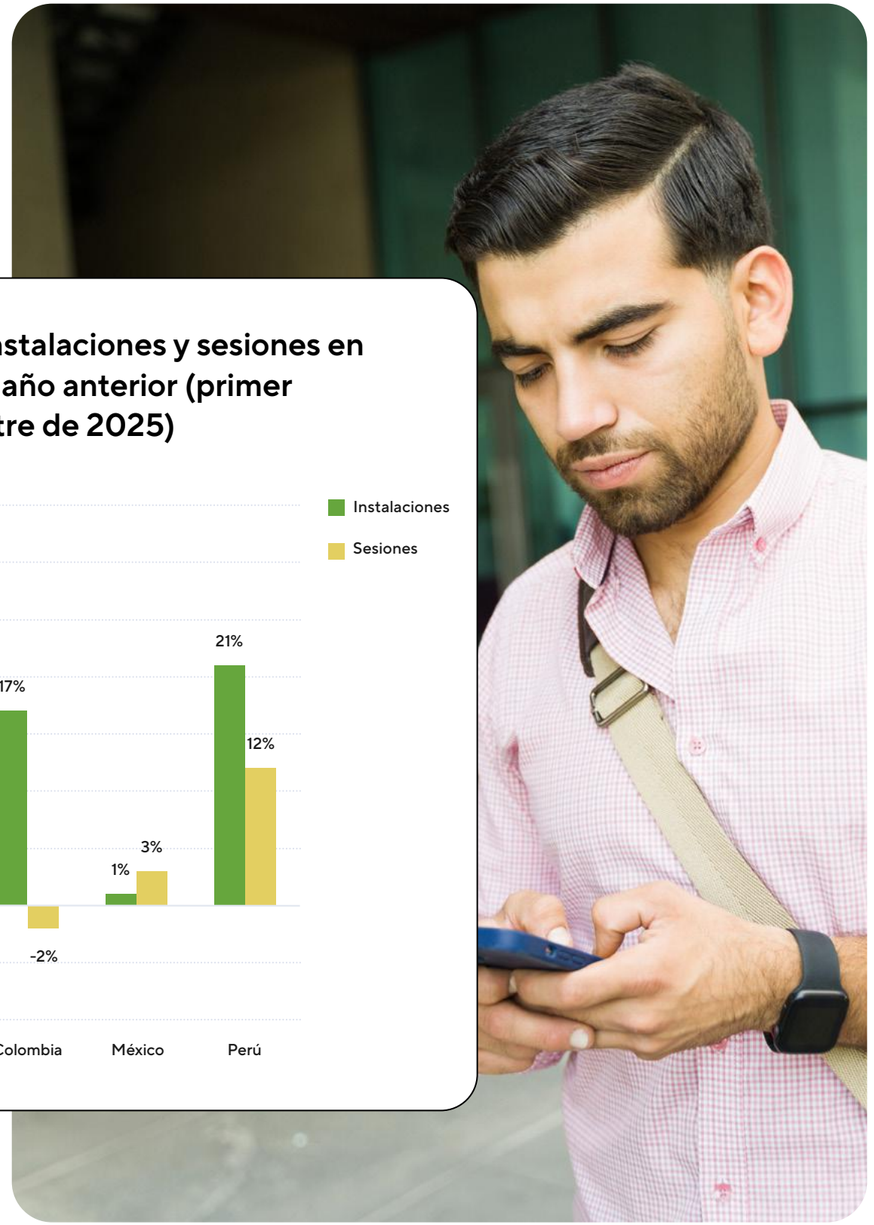
A nivel general, las instalaciones y sesiones de aplicaciones en LATAM experimentaron un crecimiento sólido entre 2024 y 2025, con aumentos del 13% y el 20% año tras año (YoY). En 2025, el crecimiento de las instalaciones aumentó a partir de la mitad del año. Esta cifra alcanzó el 12% sobre el promedio anual en el mes de julio. Las sesiones también mejoraron hacia el final del año, alcanzando un 8% de aumento en diciembre. Esta tendencia continuó para respaldar un mes de enero particularmente sólido en 2026, cuando las instalaciones aumentaron un 13% y las sesiones aumentaron un 10% en comparación con el año anterior.



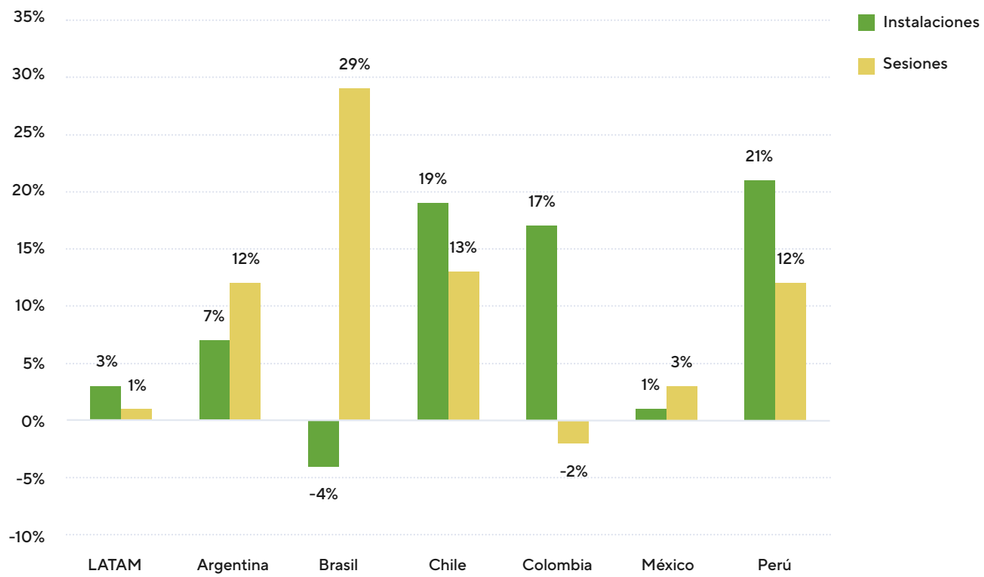
Crecimiento de las instalaciones y sesiones en aplicaciones entre enero de 2024 y marzo de 2026 (LATAM)



En el primer trimestre de 2026, las instalaciones y sesiones de aplicaciones en LATAM registraron un crecimiento del 3% y el 1%, respectivamente, en comparación con el año anterior. El engagement creció significativamente en Brasil, donde las sesiones aumentaron un 29% en comparación con el año anterior. Las sesiones también aumentaron un 12% en Argentina y Perú, mientras que esta cifra aumentó un 13% en Chile. Perú y Chile tuvieron el mayor crecimiento de las instalaciones, con un 21% y un 19%, seguidos por Colombia (17%) y Argentina (7%).

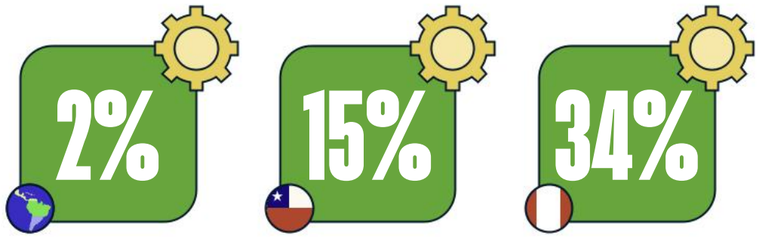


Porcentajes de crecimiento de las instalaciones y sesiones en aplicaciones en comparación con el año anterior (primer trimestre de 2026 vs. primer trimestre de 2025)



Cifras por categoría

Crecimiento de las aplicaciones de mensajería en comparación con el año anterior (primer trimestre de 2026 vs. primer trimestre de 2025)



LATAM | Chile | Perú

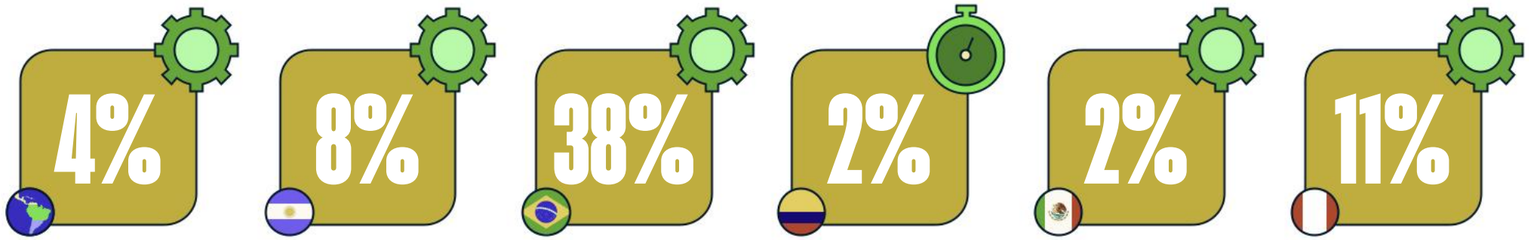
Crecimiento de las aplicaciones de juegos en comparación con el año anterior (2025 vs. 2024)



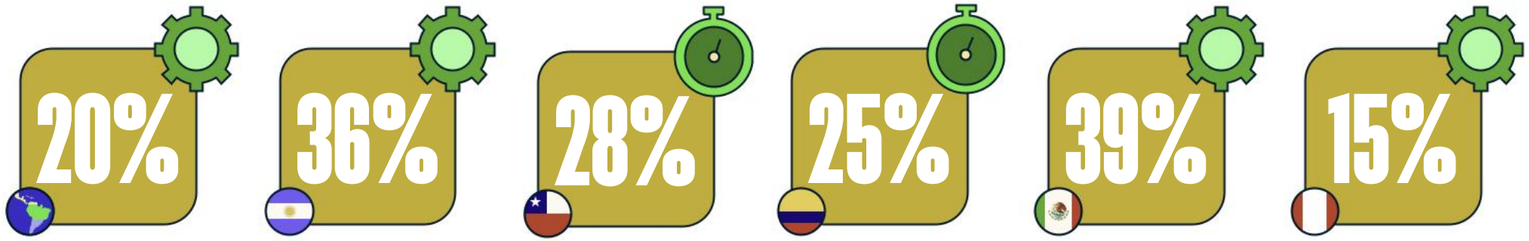
Argentina | Brasil | Perú



Crecimiento de las aplicaciones de utilidades en comparación con el año anterior (primer trimestre de 2026 vs. primer trimestre de 2025)



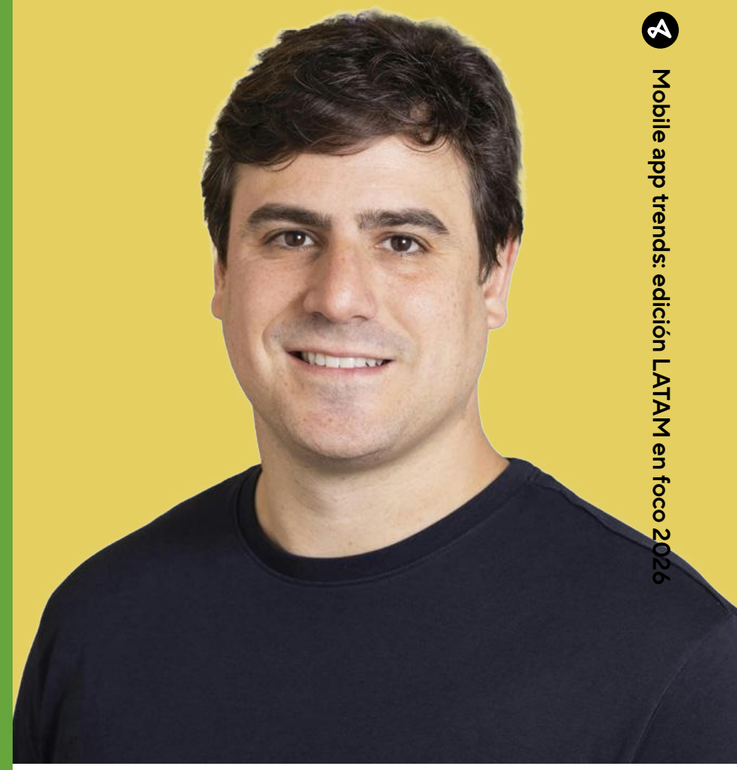
Brasil



LATAM | Argentina | Chile | Colombia | México | Perú

"LATAM representa una oportunidad significativa de crecimiento móvil, pero ganar en este mercado requiere un profundo conocimiento de las audiencias y la capacidad de actuar sobre los datos en tiempo real. En una región donde el engagement es alta y las vías de conversión no son lineales, los anunciantes pueden ir más allá de los modelos de último clic y adoptar estrategias de embudo completo para reflejar el comportamiento real del consumidor. En última instancia, es este nivel de visibilidad y precisión el que transforma la inversión móvil en resultados empresariales consistentes, medibles y escalables."

TikTok

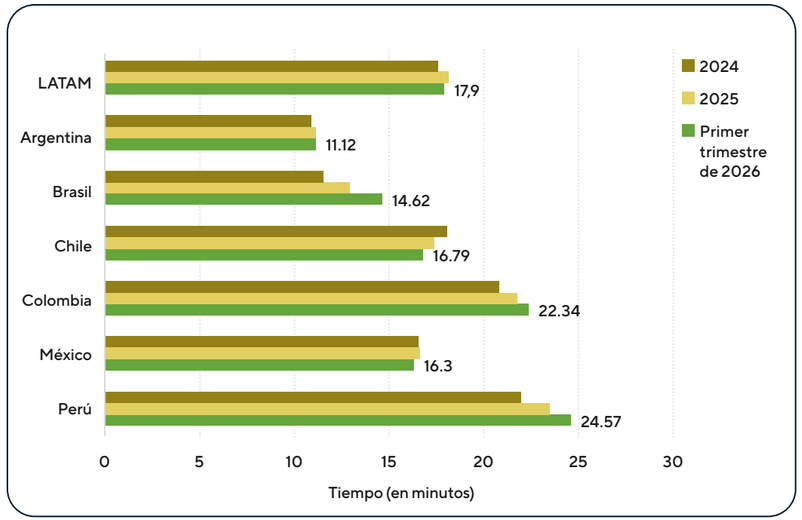


Bruno Lopes

Head of Sales

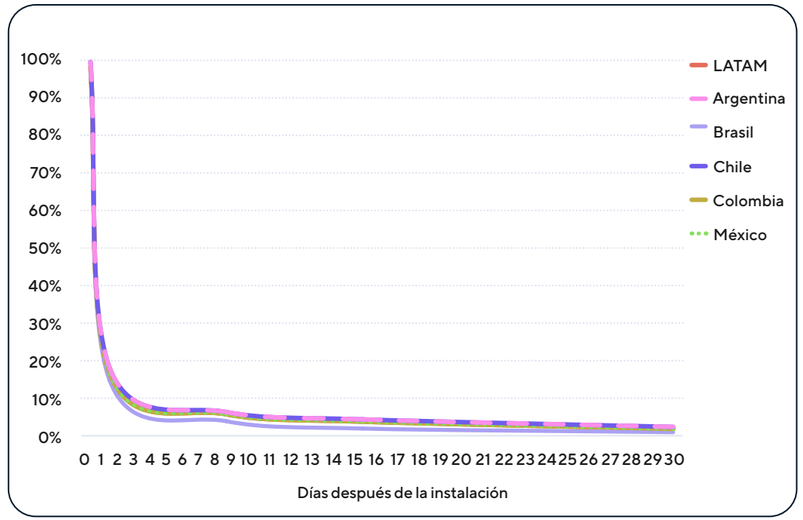
Duración de las sesiones y tasas de retención

Duración de las sesiones en las aplicaciones (2024 - primer trimestre de 2026)



En LATAM, la duración de las sesiones en aplicaciones alcanzó un promedio de 17,9 minutos durante el primer trimestre de 2026, en comparación con 18,13 minutos en 2025 y 17,6 minutos en 2024. Esta cifra aumentó notablemente en Brasil, de 12,93 minutos en 2025 a 14,62 minutos en el primer trimestre de 2026 (+13%). En Perú y Colombia, esta cifra aumentó un 5% y un 3% en comparación con el año anterior durante el primer trimestre de 2026. La cifra se mantuvo alrededor de los 16 minutos en México, mientras que, en Argentina, se mantuvo alrededor de los 11 minutos durante los tres años.

Tasas de retención 2025

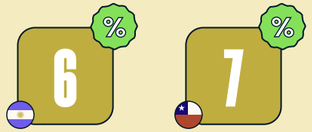


En 2025, la retención al día 1 alcanzó un 16% en toda la región, mientras que Argentina y Chile registraron un 1% más. Luego, la retención disminuyó hasta alrededor del 5% para el día 7 en la mayoría de los mercados. Brasil tuvo la cifra más baja en esta categoría (4%). Para el día 14, las tasas se equilibraron alrededor del 3% en la mayoría de los países (excepto Brasil, donde la cifra alcanzó el 2%), para luego establecerse alrededor del 1% en toda LATAM para el día 30.

CIFRAS POR CATEGORÍA

Crecimiento de la duración de las sesiones (primer trimestre de 2026 vs. 2025)

MENSAJES



UTILIDADES



JUEGOS

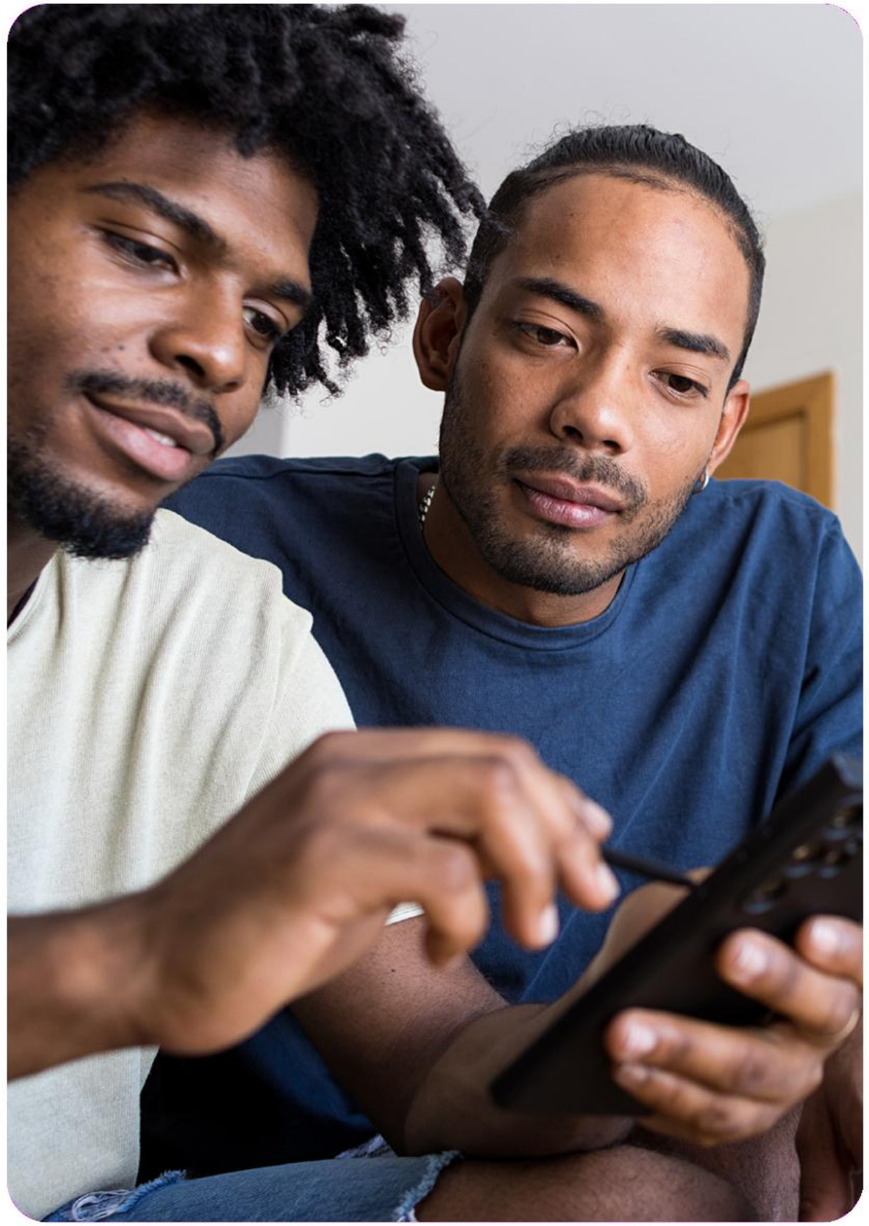


Tasas de retención al día 1 en 2025

Mensajes	
LATAM	11%
Argentina	8%
Brasil	11%
Chile	11%
Colombia	9%
México	11%

Utilidades	
LATAM	6%
Argentina	7%
Brasil	6%
Chile	7%
Colombia	7%
México	6%

Juegos	
LATAM	20%
Argentina	21%
Brasil	18%
Chile	20%
Colombia	20%
México	20%



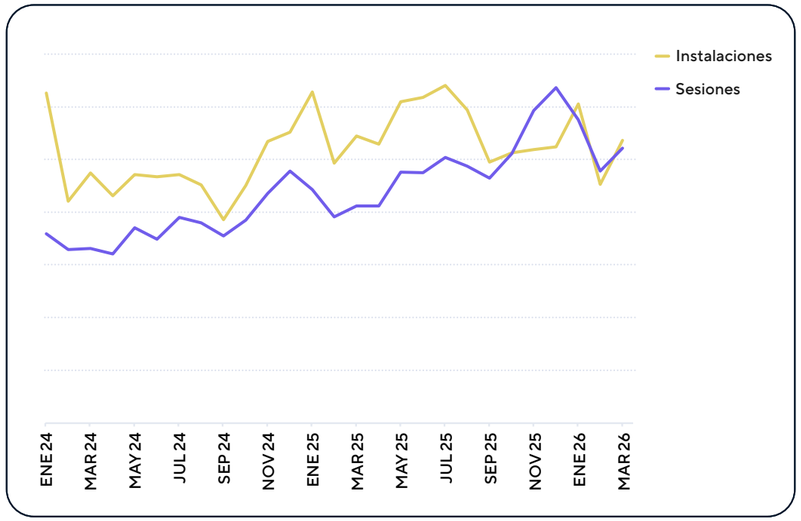
PARTE 2:

Aplicaciones de compras y comercio en línea

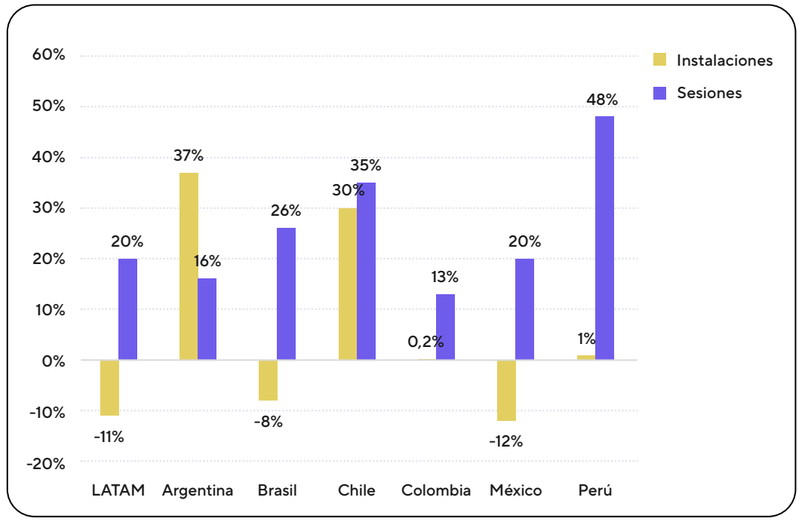


Instalaciones y sesiones

Crecimiento de las instalaciones y sesiones en aplicaciones de comercio en línea entre enero de 2024 y marzo de 2026 (LATAM)



Crecimiento de las aplicaciones de comercio en línea en comparación con el año anterior (primer trimestre de 2026 vs. primer trimestre de 2025)



En 2025, las compras en dispositivos móviles siguieron aumentando en LATAM, donde las instalaciones y sesiones en aplicaciones de comercio en línea aumentaron un 17% y un 30% en comparación con el año anterior. El crecimiento se fortaleció a partir de la mitad del año: las instalaciones aumentaron un 15% en julio. El engagement alcanzó su punto máximo durante el cuarto trimestre, cuando los eventos de compras más destacados, como el Buen Fin, Black Friday y la temporada festiva, impulsaron las sesiones con un crecimiento del 23% en noviembre y el 32% en diciembre. Enero de 2026 fue otro mes muy sólido: las instalaciones aumentaron un 23% y las sesiones aumentaron un 16% en comparación con el promedio del primer trimestre. Las sesiones también aumentaron un 30% en comparación con el año anterior.

En toda LATAM, las sesiones en aplicaciones de comercio en línea aumentaron un 20% en comparación con el año anterior durante el primer trimestre de 2026. El crecimiento de las sesiones fue más pronunciado en Perú (+48%), seguido por Chile (+35%) y Brasil (+26%). Las instalaciones también mostraron un rendimiento sólido en Argentina y Chile, donde aumentaron un 37% y un 30%.

Cifras por categoría

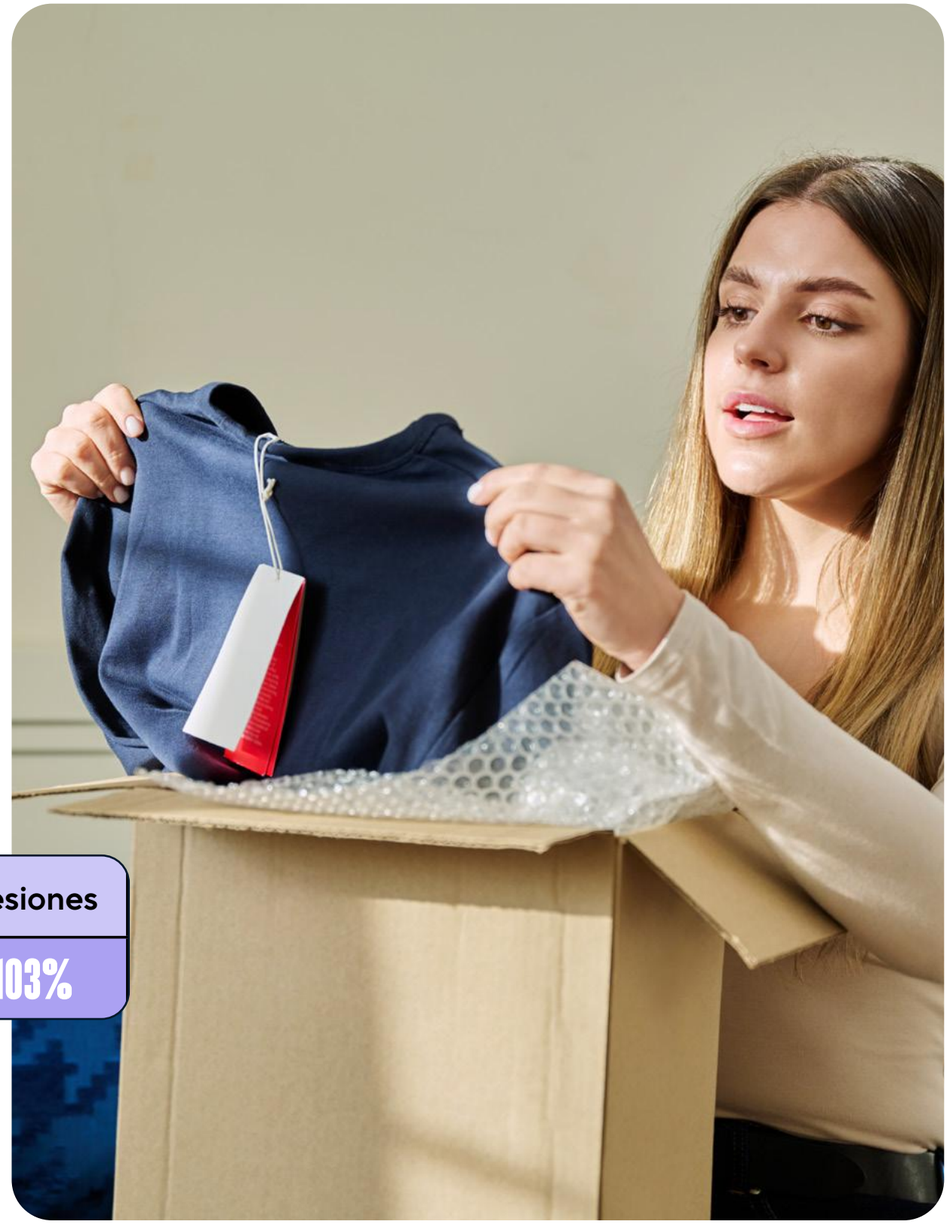
Crecimiento de las aplicaciones de mercado y anuncios clasificados en comparación con el año anterior (primer trimestre de 2026 vs. primer trimestre de 2025)

	Sesiones
LATAM	20%
Argentina	16%
Brasil	27%
Chile	32%
Colombia	14%
México	20%
Perú	24%

Crecimiento de las aplicaciones de compras en comparación con el año anterior (primer trimestre de 2026 vs. primer trimestre de 2025)

	Sesiones
Brasil	2%
Colombia	8%
Perú	141%

	Instalaciones	Sesiones
Chile	47%	103%



Días de interés para las instalaciones y sesiones de aplicaciones de comercio en línea en LATAM

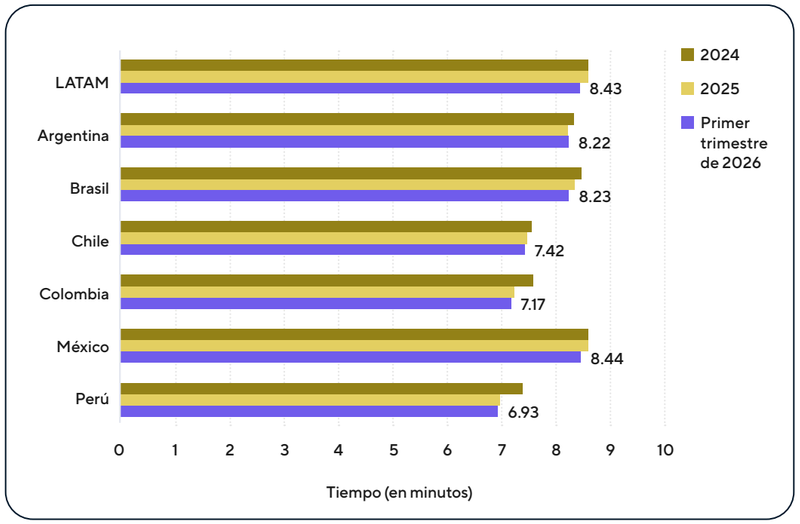
Aumentos de las instalaciones y sesiones durante eventos de compra 2025 en comparación con el promedio del mes correspondiente

Instalaciones Sesiones

	AMAZON PRIME DAY (DEL 8 AL 11 DE JULIO)	CYBER WOW (DEL 3 AL 6 DE NOVIEMBRE)	DÍA DE LOS SOLTEROS (11 DE NOVIEMBRE)	EL BUEN FIN (DEL 13 AL 17 DE NOVIEMBRE)	BLACK FRIDAY (28 DE NOVIEMBRE)	CYBER MONDAY (1 DE DICIEMBRE)
LATAM			8%	16% 26%	21%	13%
Argentina	21%	13% 31%	9% 15%	6%	19%	16% 18%
Brasil	4% 6%		14% 21%		26% 37%	17%
Chile		5%	10%		19% 52%	6% 30%
Colombia	2% 5%	6%	2% 3%		23% 54%	6% 17%
México			9%	20% 26%	21%	13%
Perú		8% 26%	8%		6% 51%	4% 25%

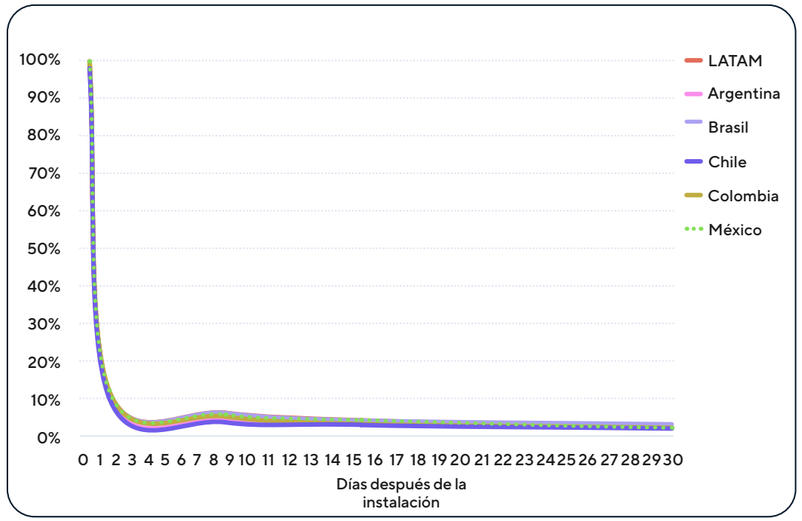
Duración de las sesiones y tasas de retención

Duración de las sesiones en aplicaciones de comercio en línea entre (2024 vs. primer trimestre de 2026)



La duración media de las sesiones en aplicaciones de comercio electrónico en LATAM alcanzó los 8,43 minutos en el primer trimestre de 2026, por debajo de las cifras de 2024 y 2025 (ambas 8,58 minutos). En México, Argentina y Brasil, la duración de las sesiones se mantuvo por encima de los 8 minutos. En Argentina, esta cifra aumentó ligeramente en comparación con 2025, mientras que la misma cifra disminuyó en México y Brasil. En Chile y Colombia, la duración de las sesiones se mantuvo por encima de los 7 minutos, aunque ambas cifras disminuyeron entre 2025 y el primer trimestre de 2026.

Tasas de retención para las aplicaciones de comercio en línea 2025



Las tasas de retención de aplicaciones de comercio en línea muestran un patrón similar en todos los demás mercados de LATAM. En 2025, la retención al día 1 se mantuvo en un 12% en toda la región, a excepción de Argentina (11%) y Chile (10%). Para el día 7, las tasas convergieron alrededor del 5–6% en la mayoría de los mercados, para luego disminuir a un 3-4% aproximadamente en el día 14. En el día 30, la retención se mantuvo alrededor del 2% en toda LATAM, a excepción de Brasil, donde alcanzó un 3%.

IMPORTANTE

El aumento de los volúmenes de sesiones junto con la disminución de la duración de las mismas puede ser un indicador positivo, pues sugiere que hubo mejoras en la experiencia de usuario y que las transacciones fueron más rápidas.

Cifras por categoría

Crecimiento de la duración de las sesiones en aplicaciones de descubrimiento de ofertas (primer trimestre de 2026 vs. 2025)

	Sesiones
Argentina	10%
Chile	12%
Colombia	10%
Perú	12%

Tasas de retención al día 1 en 2025

	Compras
LATAM	11%
Argentina	10%
Brasil	12%
Chile	10%
Colombia	12%
México	11%

	Mercado y anuncios clasificados
LATAM	20%
Brasil	20%



Cerrar la brecha entre el clic y el pago

En LATAM, el mercado de comercio en línea está creciendo rápidamente, y está estrechamente vinculado con el auge del comercio social, ya que las plataformas como Instagram y TikTok se han convertido en puntos de entrada principales para los recorridos de compras.En este entorno, la capacidad de garantizar una transición sencilla desde el anuncio hasta la aplicación se reduce al uso de deep links.La capacidad de llevar a los usuarios directamente hacia un producto o una oferta relevante reduce la fricción y acorta la ruta hacia la compra, especialmente durante

Obtén más información sobre TrueLink y otras herramientas para el engagement de los usuarios.



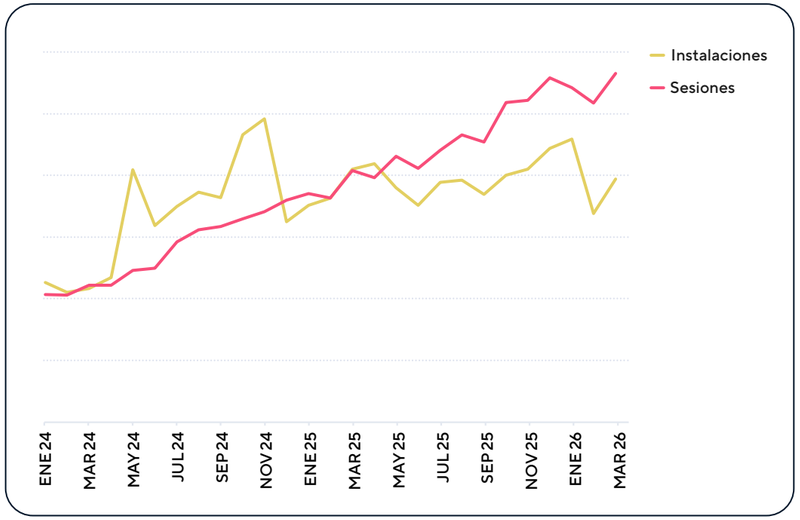
PARTE 3:

Aplicaciones de finanzas



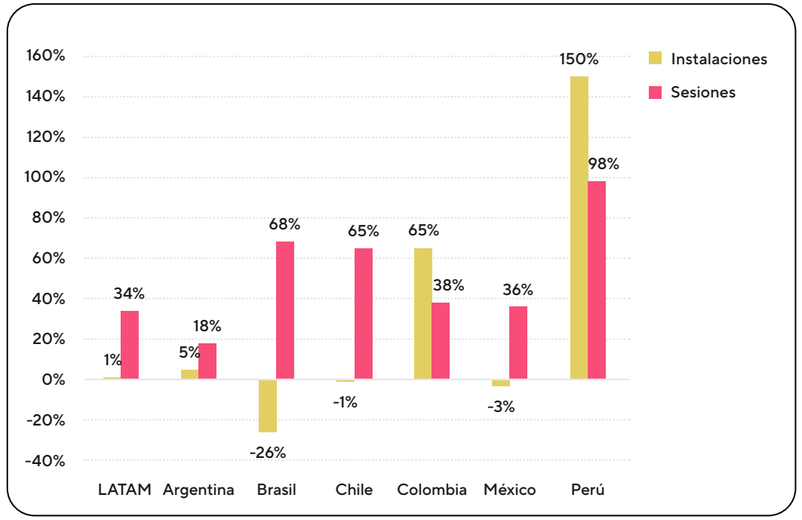
Instalaciones y sesiones

Crecimiento de las instalaciones y sesiones en aplicaciones de finanzas (entre enero de 2024 y marzo de 2026) (LATAM)



Las cifras de instalaciones y sesiones en aplicaciones de finanzas de LATAM aumentaron un 18% y un 62% en comparación con el año anterior durante 2025. La actividad de sesiones aumentó de manera constante durante el año, y alcanzó los niveles más sólidos en el cuarto trimestre. En comparación con el promedio anual, las sesiones aumentaron un 17% en octubre y noviembre, para luego aumentar un 26% en diciembre. Aunque fue disparejo, el crecimiento de las instalaciones mejoró hacia el final del año, aumentando un 14% en diciembre. El crecimiento continuó a principios de 2026, con un aumento del 31% en comparación con el año anterior en enero de este año.

Porcentajes de crecimiento de las instalaciones y sesiones en aplicaciones de finanzas (primer trimestre de 2026 vs. primer trimestre de 2025)



El crecimiento de la actividad en aplicaciones de finanzas se aceleró en los mercados de LATAM durante el primer trimestre de 2026, y las mayores ganancias en comparación con el año anterior se presentaron en Perú, donde las instalaciones y sesiones aumentaron un 150% y un 98%, respectivamente. También se presentaron aumentos sólidos en cuanto a la actividad de sesiones en Brasil (+68%), Chile (+65%), México (+36%) y Argentina (+18%). A nivel regional, las sesiones aumentaron un 34% en comparación con el año anterior.

“En el sector financiero, el celular se consolidó como el principal punto de interacción con el cliente, mientras que el recorrido de los usuarios ya no es lineal y abarca cada vez más múltiples canales. En este contexto, el crecimiento sostenible depende no solo de la adquisición, sino también de la capacidad de Engage y retener a los usuarios mediante experiencias personalizadas, comunicación contextual y el uso inteligente de los datos. Para lograrlo, una medición precisa de todo el recorrido se vuelve esencial: permitir la conexión de puntos de contacto, una comprensión más profunda de la verdadera intención del cliente y maximizar las conversiones y el valor del ciclo de vida (LTV)."

serasa experian



Eduardo Martinelli

Head of Marketing

Cifras por categoría

Crecimiento de las aplicaciones de finanzas en comparación con el año anterior (primer trimestre de 2026 vs. primer trimestre de 2025)

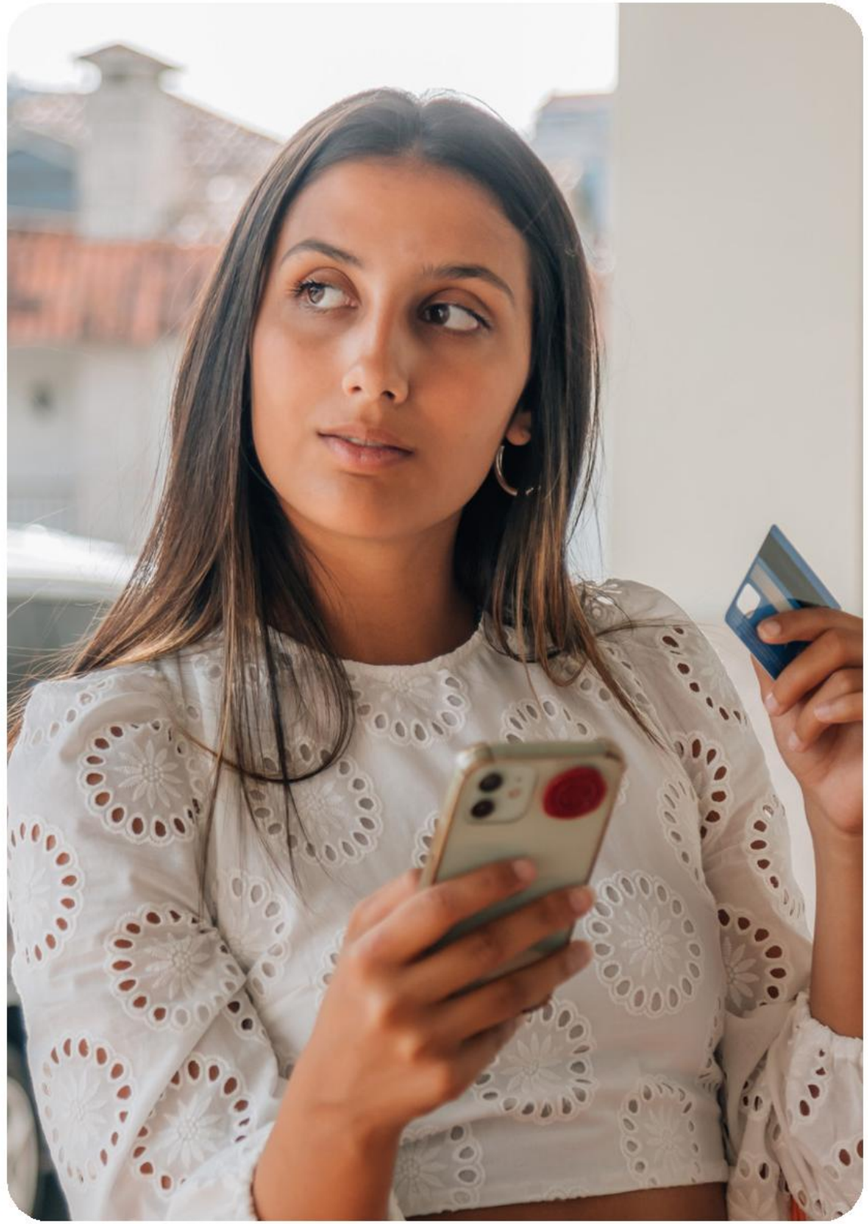
Aplicaciones de pagos	Instalaciones	Sesiones
LATAM	9%	44%
Argentina	-	19%
Brasil	-	18%
Chile	-	75%
México	11%	45%
Perú	22%	19%

Criptomonedas	Sesiones
Argentina	26%
Brasil	9%
Colombia	43%
Perú	96%

Aplicaciones de servicios bancarios	Sesiones
LATAM	15%
México	15%

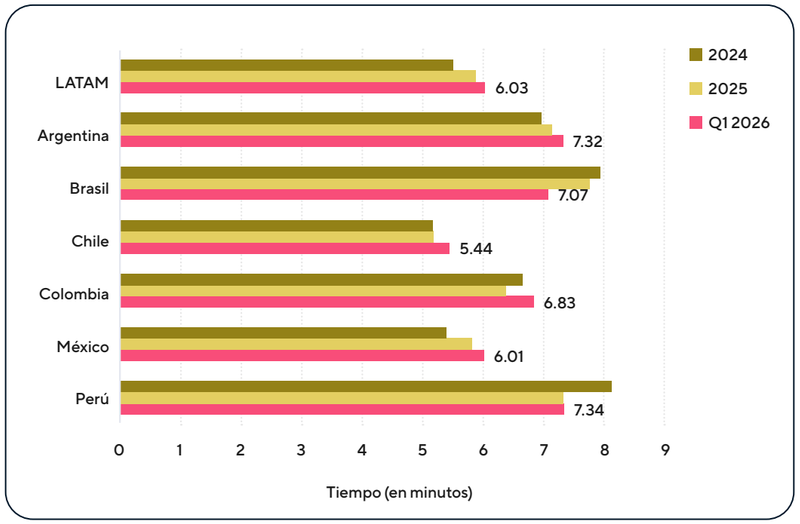
Compraventa de acciones	Instalaciones	Sesiones
Brasil	-	18%
Colombia	10%	-
México	33%	

Aplicaciones de servicios bancarios	Instalaciones
Perú	7%



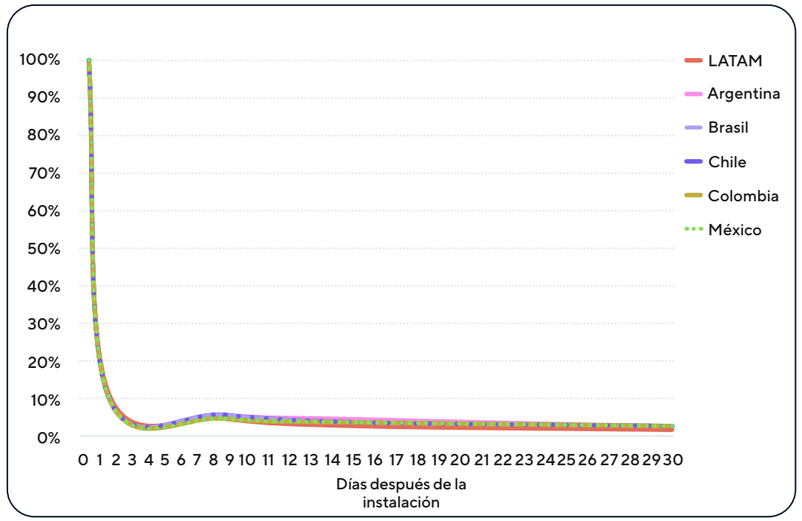
Duración de las sesiones y tasas de retención

Duración de las sesiones en aplicaciones de finanzas entre 2024 y 2026



La duración de las sesiones en aplicaciones de finanzas mostró una tendencia positiva clara en toda LATAM desde 2024 hasta el primer trimestre de 2026. La duración media de las sesiones en Argentina y México aumentó a 7,32 minutos y 6,01 minutos, mientras que Colombia alcanzó los 6,83 minutos. Brasil fue el único país analizado donde la duración de la sesiones disminuido (de 7,93 minutos en 2024 a 7,07 en el primer trimestre de 2026). A nivel general, la duración de las sesiones aumentó a 6,03 minutos, en comparación con 5,5 minutos en 2024.

Tasas de retención de las aplicaciones de finanzas en 2025



En LATAM, las tasas de retención de las aplicaciones de finanzas estuvieron estrechamente alineadas en todos los mercados. En 2025, alrededor del 11% de los usuarios regresaron en el día 1, mientras que esta cifra alcanzó el 10% en Colombia y México. En el día 7, la retención se mantuvo entre un 4% y un 5%, con Argentina, Brasil y Chile en el extremo superior de este rango. A partir de ahí, la retención disminuyó gradualmente entre un 2% y un 4% en el día 14, para luego llegar al 1-2% en el día 30.

Cifras por categoría

Crecimiento de la duración de las sesiones en aplicaciones de pagos (primer trimestre de 2026 vs. 2025)



Tasas de retención al día 1 en 2025

	Servicios bancarios	Criptomonedas
LATAM	10%	18%
Argentina	13%	20%
Brasil	15%	19%
Colombia	-	15%
México	10%-	18%

ADJUST

ACERCA DE ADJUST

Los marketers de todo el mundo utilizan Adjust, una empresa de AppLovin (NASDAQ: APP), para medir y hacer crecer sus aplicaciones en diferentes plataformas, desde dispositivos móviles hasta CTV y más allá. Adjust trabaja con empresas que están en diferentes etapas del recorrido de marketing de aplicaciones, desde marcas digitales con un crecimiento rápido hasta empresas con sucursales físicas que se preparan para publicar sus primeras aplicaciones. La suite de medición y analytics potente de Adjust proporciona visibilidad, información y herramientas esenciales que ayudan a generar mejores resultados.

Para obtener más información acerca de Adjust, visita www.adjust.com/es

adjust.com @adjustcom

Este informe está basado en los datos agregados y anonimizados de las aplicaciones con tracking realizado por Adjust entre enero de 2024 y enero de 2026. Los resultados pueden variar según la vertical, la región y el modelo de negocio. Los pronósticos están basados en los pronósticos de sector generados por terceros, y están sujetos a cambios. Este informe no constituye ningún tipo de asesoría financiera, legal o de inversión. Todas las marcas comerciales son propiedad de sus respectivos dueños.