

/ Reporte Mercado Mobile App 2024

Análisis global de los mercados de Fintech, E-commerce, Alimentos y Bebidas y OTT en México, Brasil, Colombia, Chile y España.



/ Clientes que confían en nosotros para hacer crecer su app

HBOMAX **KFC[®]**  **Banco Azteca**

Carrefour  **VIX**

/ Índice

| | |
|---|-----|
| Introducción | 4 |
| 1. Datos relevantes del mercado mobile Global 2023 | 5 |
| Número de usuarios de internet y redes sociales 2023 | 7 |
| Top 20 mercados mobile 2023 | 8 |
| Inversión en publicidad mobile global 2023 | 10 |
| Gasto y tiempo de usuarios por categorías | 11 |
| Compras Mobile vs Web | 12 |
| 2. Retención 2023 | 13 |
| 3. Gasto anual de los consumidores en servicios de Entretenimiento OTT | 16 |
| 4. Datos globales de E-commerce 2023 | 19 |
| 5. Datos globales de Fintech 2023 | 24 |
| 6. Datos globales de Alimentos y Bebidas 2023 | 28 |
| 7. Datos del mercado mobile México 2023 | 30 |
| México Entretenimiento 2023 | 32 |
| México E-commerce 2023 | 35 |
| México Fintech 2023 | 38 |
| México Alimentos y bebidas 2023 | 41 |
| 8. Datos del mercado mobile Brasil 2023 | 44 |
| Brasil Entretenimiento 2023 | 46 |
| Brasil E-commerce 2023 | 49 |
| Brasil Fintech 2023 | 52 |
| Brasil Alimentos y bebidas 2023 | 55 |
| 9. Datos del mercado mobile España 2023 | 58 |
| España Entretenimiento 2023..... | 60 |
| España E-commerce 2023 | 63 |
| España Fintech 2023..... | 66 |
| España Alimentos y bebidas 2023..... | 69 |
| 10. Datos del mercado mobile Chile 2023 | 72 |
| Chile Entretenimiento 2023 | 74 |
| Chile E-commerce 2023..... | 77 |
| Chile Fintech 2023 | 80 |
| Chile Alimentos y bebidas 2023 | 83 |
| 11. Datos del mercado mobile Colombia 2023 | 86 |
| Colombia Entretenimiento 2023 | 88 |
| Colombia E-commerce 2023 | 91 |
| Colombia Fintech 2023 | 94 |
| Colombia Alimentos y bebidas 2023 | 97 |
| 12. Recomendaciones y tendencias de marketing mobile para el 2024 | 100 |

/ Introducción

En este informe, nos enfocamos en proporcionar a los profesionales del marketing de la industria mobile datos precisos y análisis detallados que les permitan tomar decisiones más informadas y estratégicas sobre cómo invertir sus recursos de manera más efectiva.

Nuestra meta es ofrecer una mirada global de los mercados de Fintech, E-commerce, Alimentos y Bebidas, y Entretenimiento (OTT), con un enfoque especial en México, Brasil, España, Chile y Colombia durante el año 2023.

Para garantizar la calidad y la relevancia de los datos presentados, utilizamos una metodología sólida que combina información recopilada de reportes de terceros de la industria (debidamente citados) con datos exclusivos de Rocket Lab, elaborados en colaboración con Statista. Esto nos permite ofrecerles una perspectiva amplia y precisa de la situación actual y las tendencias emergentes en estos mercados clave.

Esperamos que este informe sea una herramienta valiosa para los profesionales del marketing móvil que buscan maximizar el impacto de sus campañas y optimizar el retorno de su inversión.

“El análisis del comportamiento del consumidor en el ámbito mobile durante el año 2023 nos brinda una perspectiva valiosa sobre la evolución de la industria y la publicidad. Con el crecimiento continuo del tiempo dedicado a dispositivos móviles, así como el aumento en el gasto de los consumidores en algunas regiones y la penetración de smartphones en todo el mundo, es evidente que el futuro de la publicidad mobile seguirá estando fuertemente influenciado por la conectividad digital y la medición de las acciones de marketing.”

“En un entorno de gasto cada vez más bajo, la clave es la eficiencia del marketing. Aprovechar al máximo los medios propios, a través de notificaciones push, marketing por correo electrónico, redes sociales y campañas web a aplicación, así como también códigos QR, mientras se refuerza con el remarketing pago. Optimizar con foco en la rentabilidad y asegurar la medición constante para poder identificar los canales, campañas y fuentes de medios más efectivos es el camino a seguir.”



Juan Echavarría Coll
CEO & Co Founder

1 / Datos del mercado Mobile Global 2023

**USD 362
billones**

EN INVERSIÓN PUBLICITARIA

55%

DE TODO EL TRÁFICO
WEB ES MÓVIL

**5 horas
al día**

PASAN LAS PERSONAS
EN PROMEDIO EN SUS
TELÉFONOS INTELIGENTES

67%

DE LA POBLACIÓN MUNDIAL
TIENE UN DISPOSITIVO MÓVIL
CON ACCESO A INTERNET

**257
billones**

DE DESCARGAS

97.6%

DE LAS PERSONAS ENTRE
16 Y 64 AÑOS, TIENEN
UN SMARTPHONE

**3h
37 min**

TIEMPO MEDIO DIARIO
DEDICADO A APPS
POR USUARIO

51%

DE LOS USUARIOS
DE TELÉFONOS INTELIGENTES
REVISAN SUS APLICACIONES
DE 1 A 10 VECES AL DÍA

Entre el
45% y 50%

DE LOS USUARIOS
DESINSTALAN UNA APP
LUEGO DE 30 DÍAS

**5,7
millones**

DE APLICACIONES
EN LAS STORES

**USD 171
billones**

GASTO EN
APP STORES

**USD 362
billones**

INVERSIÓN MUNDIAL
EN PUBLICIDAD MOBILE

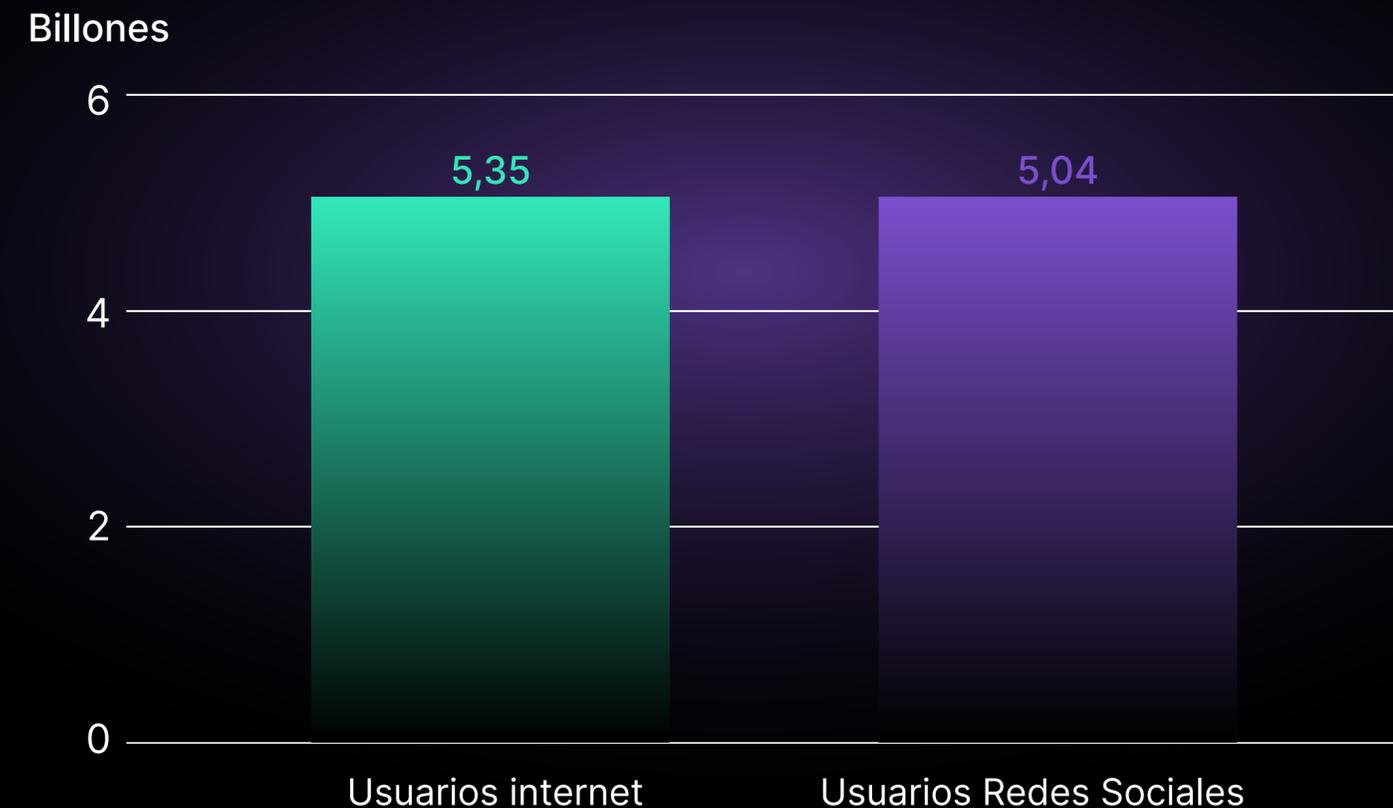
/ Número de usuarios de internet y redes sociales 2023

En 2023, hubo más de 5 billones de usuarios de Internet en todo el mundo, lo que representa el 69.4% de la población mundial. De este total, 5.04 billones (62.3%) de la población mundial fueron usuarios de redes sociales.

El norte de Europa ocupó el primer lugar entre las regiones del mundo por la proporción de población que usó Internet en 2023. En Noruega, Arabia Saudita y los Emiratos Árabes Unidos, el 99% de la población usó Internet en abril de 2023. Corea del Norte se encuentra en el extremo opuesto, prácticamente sin penetración del uso de Internet, ubicándose en el último lugar a nivel mundial.

Asia albergaba el mayor número de usuarios en línea en todo el mundo: más de 2.930 millones. Europa ocupó el segundo lugar, con alrededor de 750 millones de usuarios de Internet. China, India y Estados Unidos se sitúan por delante de otros países del mundo en cuanto al número de usuarios de Internet.

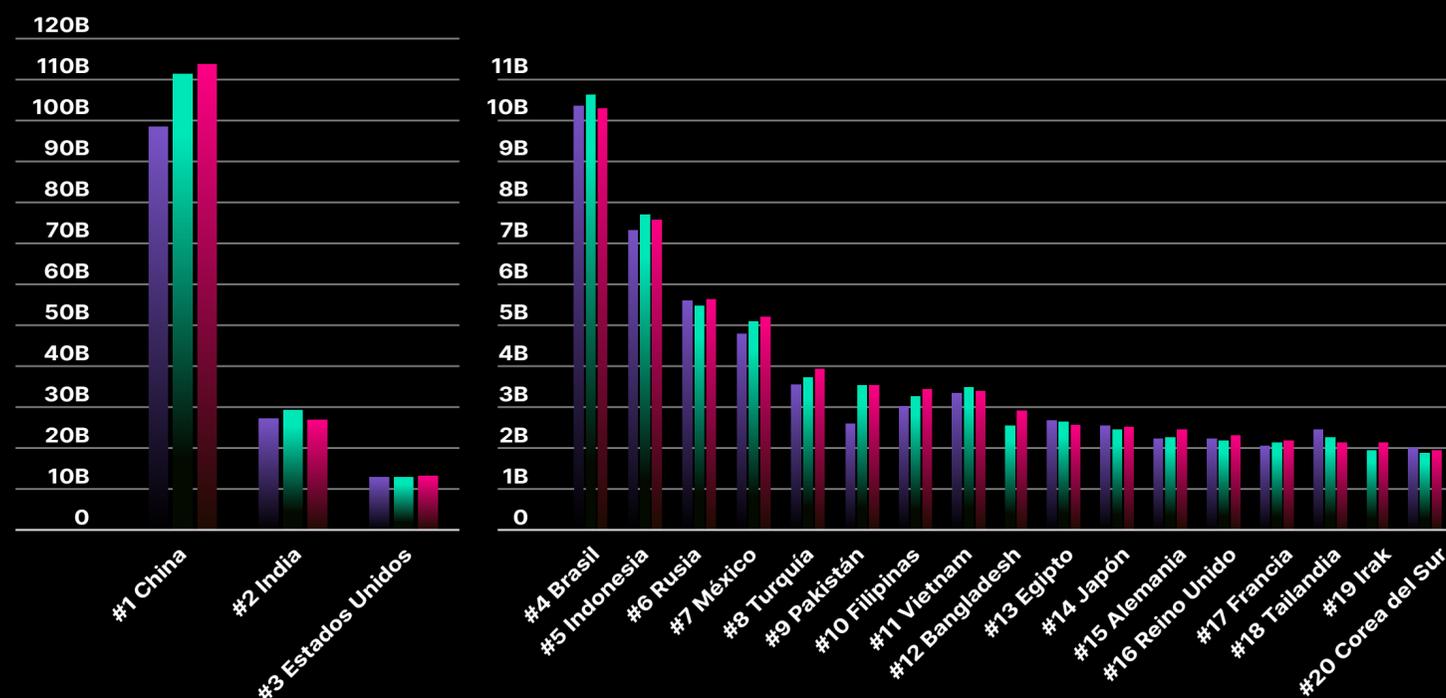
El nivel de ingresos de los países también fue un factor esencial para el acceso a Internet, ya que el 92% de la población de los países con altos ingresos utilizan Internet, en comparación con sólo el 26% de los países de bajos ingresos.



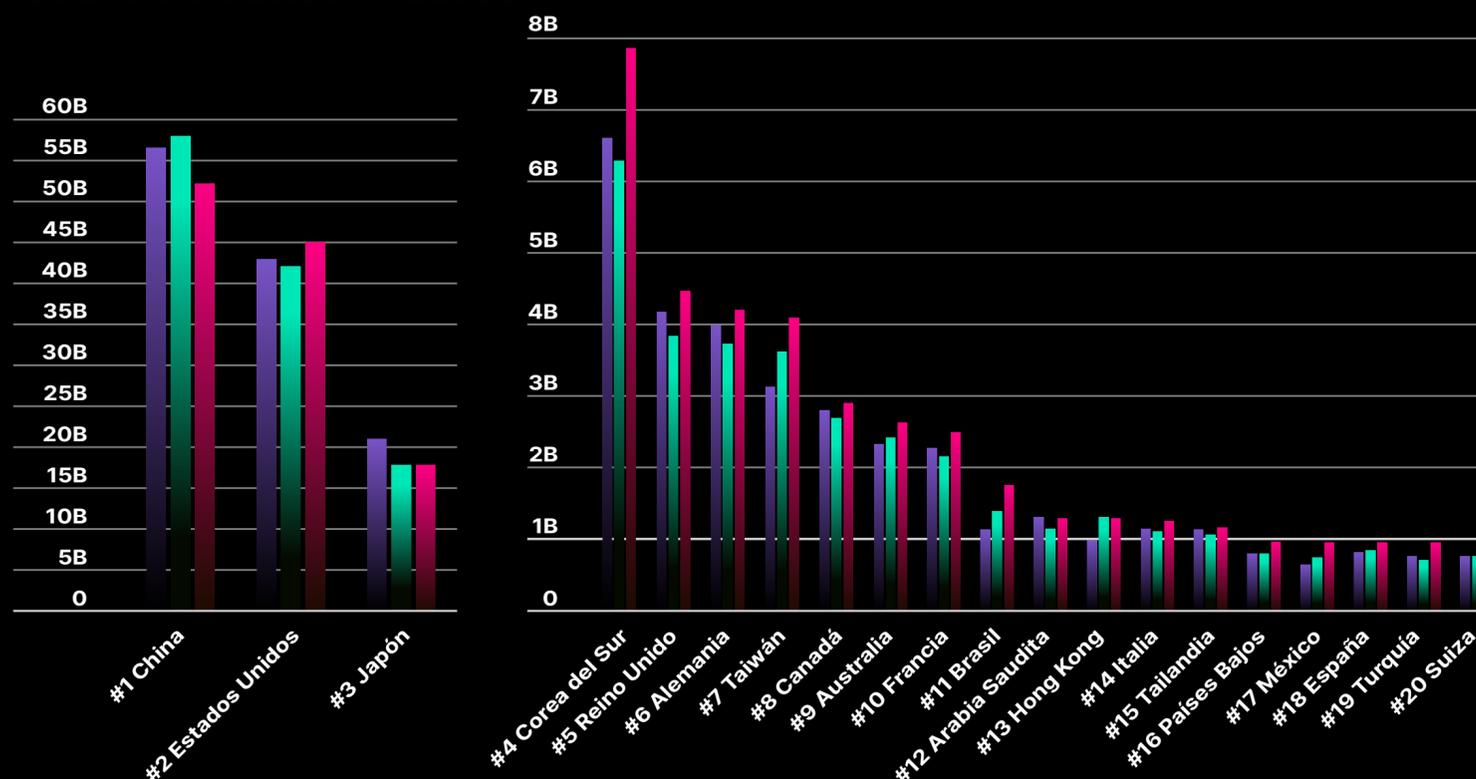
/ Top 20 mercados mobile 2023

● 2021 ● 2022 ● 2023

Descargas



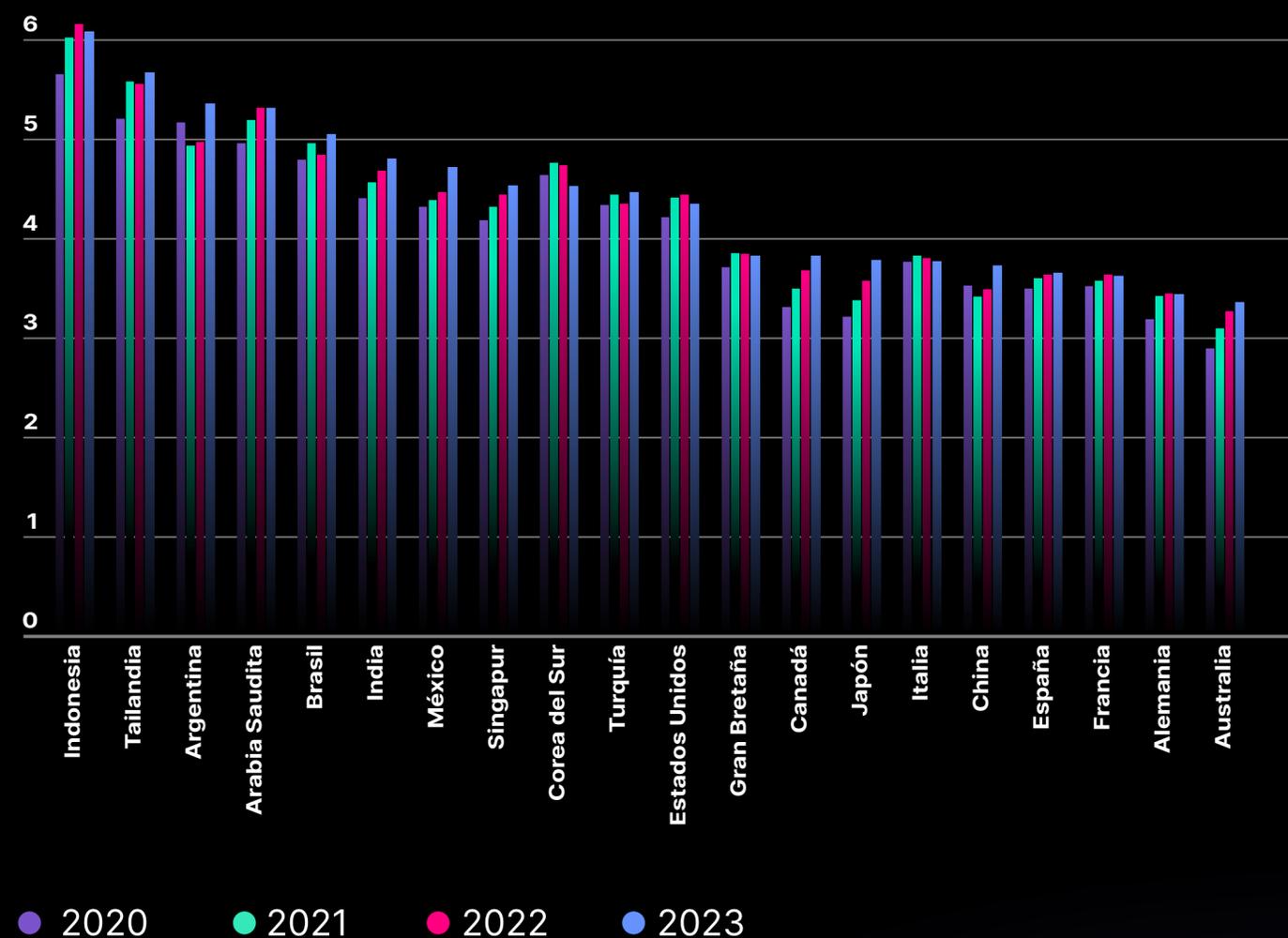
Gasto de consumidores



La industria de las aplicaciones móviles está experimentando una dinámica con diferentes trayectorias de crecimiento a lo largo de diferentes mercados. India sigue siendo un actor dominante y se prevé que amplíe aún más su ventaja. Brasil se perfila como un mercado prometedor con un importante potencial de crecimiento. Por otro lado, Estados Unidos enfrenta desafíos en las categorías de juegos móviles y

entretenimiento, lo que resulta en una desaceleración proyectada. Se espera que India represente aproximadamente el 44% de todas las instalaciones de aplicaciones en Asia para 2027. Con su impresionante expansión del uso de teléfonos inteligentes, el país estableció una base sólida para el crecimiento continuo en descargas de aplicaciones móviles.

Horas por día que los usuarios dedican a apps



En 2023, los usuarios de dispositivos móviles en los 10 principales mercados pasaron más de 5 horas por día en sus dispositivos, un 6% más que en 2022. Indonesia tuvo el mayor uso con más de 6 horas, mientras que otros cuatro mercados superaron las 5 horas. Japón, Australia y Canadá experimentaron el crecimiento más rápido desde 2020.

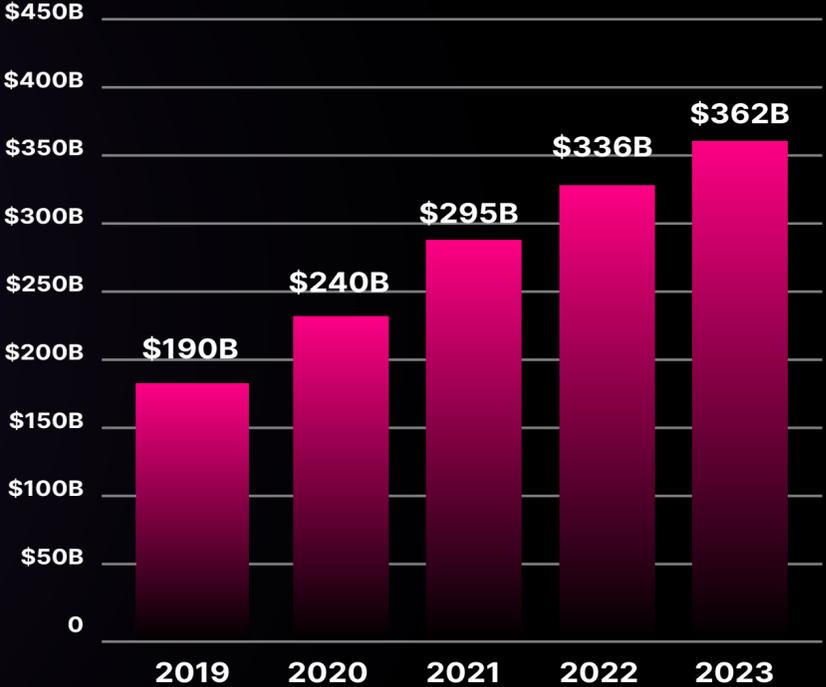
El gasto de los consumidores en dispositivos móviles se recuperó en 2023 con un aumento del 3%, y Corea del Sur, Brasil, México y Turquía superaron el 25% de crecimiento. Mientras tanto, las descargas se estancaron en un 1%, siendo Bangladesh el mercado de más rápido crecimiento. El tiempo dedicado a dispositivos móviles creció un 10% año tras año, y los consumidores de Pakistán, Sudáfrica y Vietnam registraron tasas de crecimiento del 14%, 13% y 12%, respectivamente.

/ Inversión en publicidad mobile global 2023

USD 362 billones

de inversión de publicidad
mobile global

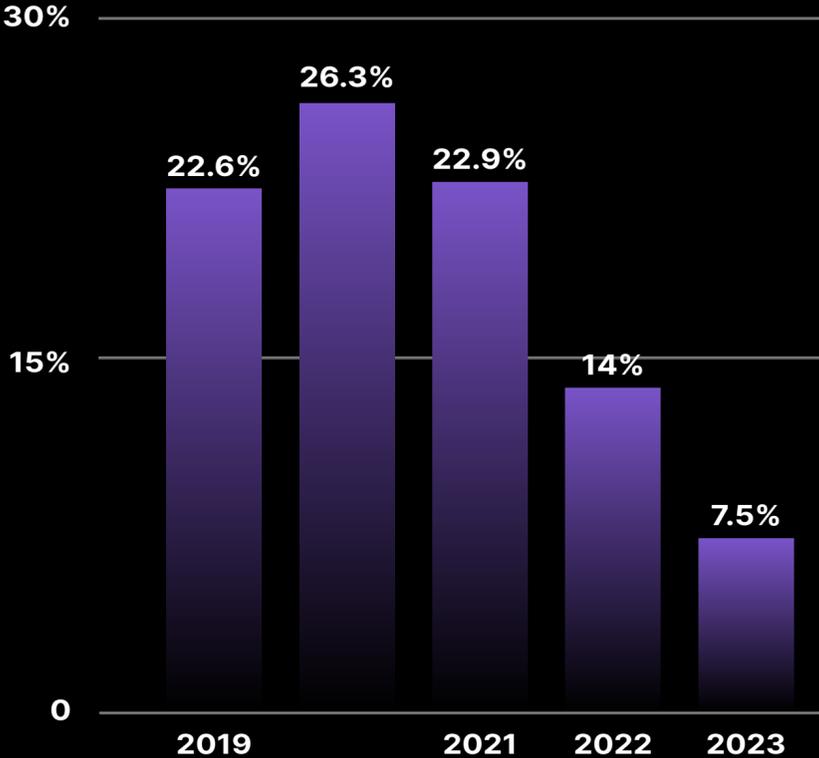
Gasto global en publicidad mobile



Se espera que el tamaño del mercado de marketing mobile siga creciendo para 2024, lo que marca profundamente cómo están los dispositivos móviles integrados en las vidas de los consumidores.

Los dispositivos móviles seguirán atrayendo más inversión publicitaria, ya que la gente dedica más tiempo que nunca a las aplicaciones.

Crecimiento interanual



Aunque el crecimiento de la inversión en publicidad pueda recuperarse algo, se mantendrá por debajo de las tasas observadas entre 2019 y 2022.

YouTube y TikTok continúan captando la atención de los consumidores y superan a las redes sociales en tiempo promedio de permanencia por usuario.

/ Gasto y tiempo de usuarios por categorías

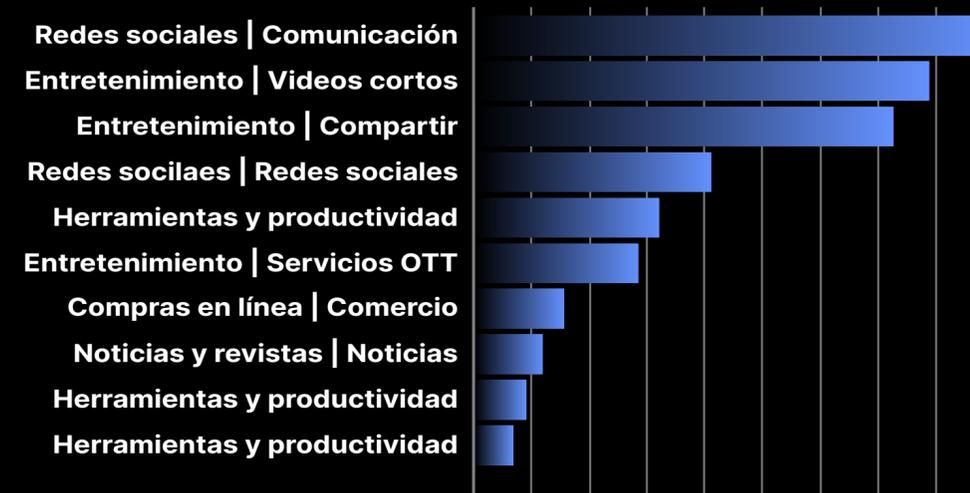
Gasto de usuarios por categorías



Crecimiento interanual

| | | | |
|--|-----|------------|------|
| | #1 | Disney+ | 12% |
| | #2 | Tinder | 9% |
| | #3 | TikTok | 22% |
| | #4 | YouTube | 17% |
| | #5 | Piccoma | 16% |
| | #6 | Pandora | 8% |
| | #7 | Google One | 25% |
| | #8 | ESPN | 19% |
| | #9 | BIGO LIVE | -19% |
| | #10 | LINE | 3% |

Tiempo de usuarios por categorías

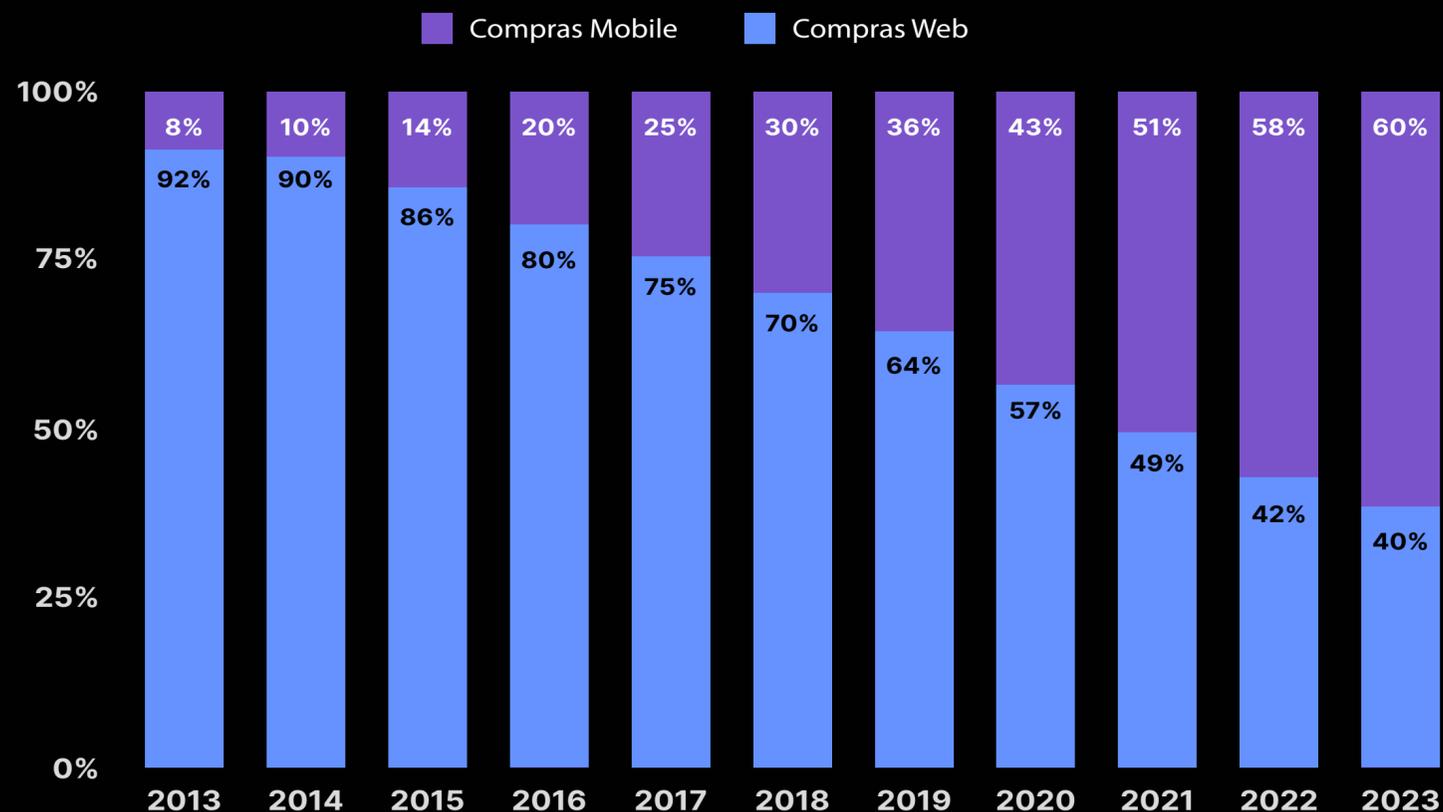


Crecimiento interanual

| | | | |
|--|-----|-------------|-----|
| | #1 | WhatsApp | 9% |
| | #2 | TikTok | 20% |
| | #3 | YouTube | 5% |
| | #4 | Facebook | 6% |
| | #5 | G. Chrome | 0% |
| | #6 | Instagram | 35% |
| | #7 | Samsung TWH | -4% |
| | #8 | Netflix | -4% |
| | #9 | Pinduoduo | 0% |
| | #10 | Toutiao | -3% |

En 2023, los servicios de entretenimiento (OTT) fueron el principal subgénero de vídeo en el que los consumidores gastaron más. Los vídeos cortos, los vídeos compartidos y los deportes en directo experimentaron un crecimiento de dos dígitos en comparación con el año anterior.

/ Compras Mobile vs Web



El avance en la facilidad y practicidad de los teléfonos inteligentes, junto a las innovaciones del app marketing han llevado a los consumidores a preferir este método de compra.

En 2023 se puede observar cómo los consumidores prefirieron comprar a través de sus dispositivos móviles, efectuando el 60% de las compras totales a nivel mundial.

Fuente: [Statista](#)



2 / Retención 2023

Tasa de desinstalación de Android en los 40 principales mercados

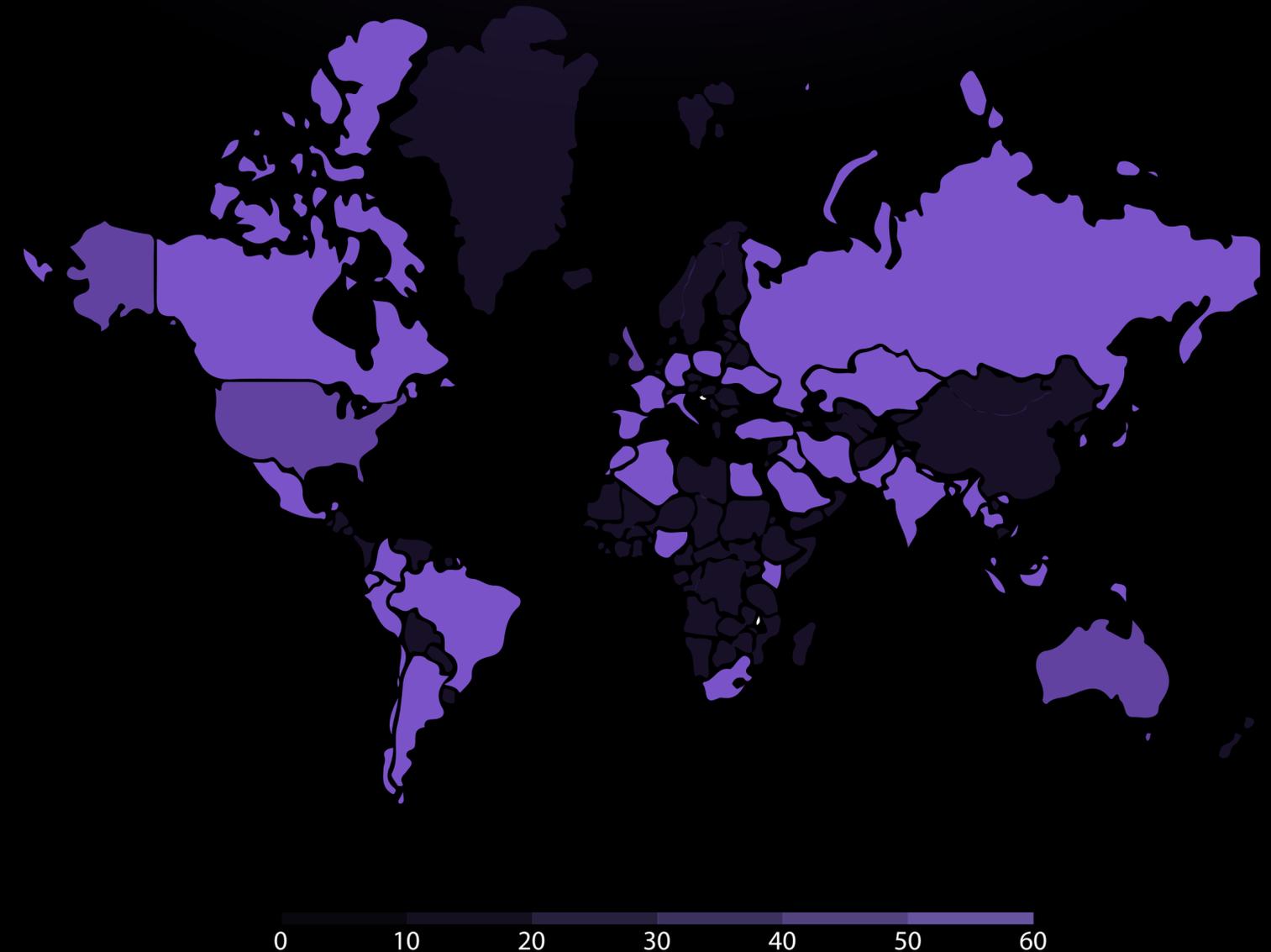
Desinstalar aplicaciones puede resultar problemático en países en desarrollo como Nepal, Bangladesh y Pakistán. En estos países, la tasa de desinstalación es entre un 18% y un 30% más alta que en los países desarrollados.

Las aplicaciones enfrentan una dura competencia y las más lentas o ineficientes corren el riesgo de ser eliminadas. Para evitar esto, los desarrolladores necesitan saber por qué y cuándo los usuarios eliminan aplicaciones. Esto es especialmente crucial para las aplicaciones gratuitas que dependen de la participación del usuario para ganar dinero.

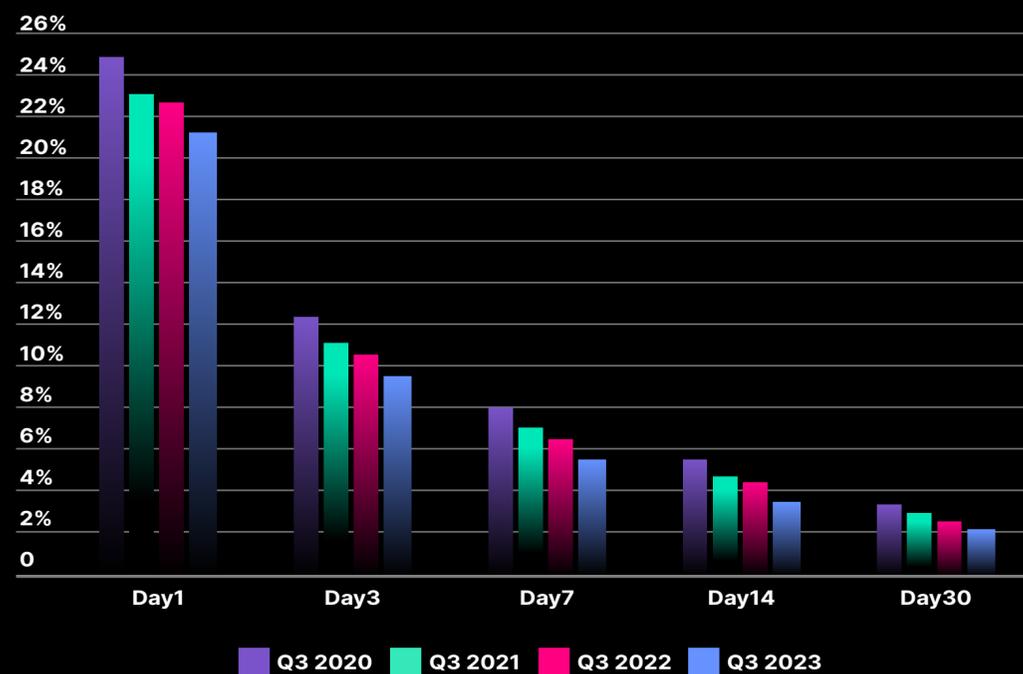
Factores que contribuyen a las desinstalaciones de apps

- El gran volumen de aplicaciones disponibles
- La disparidad entre las promesas de campaña y la experiencia real del usuario
- La naturaleza impulsiva de la instalación de aplicaciones, particularmente en juegos, que lleva a eliminaciones rápidas
- Capacidad de almacenamiento limitada del dispositivo debido al contenido rico en medios
- Aumento de las preocupaciones de los usuarios sobre la privacidad de los datos

Más de 1 de cada 2 apps instaladas se desinstalan dentro de los 30 días posteriores a su descarga

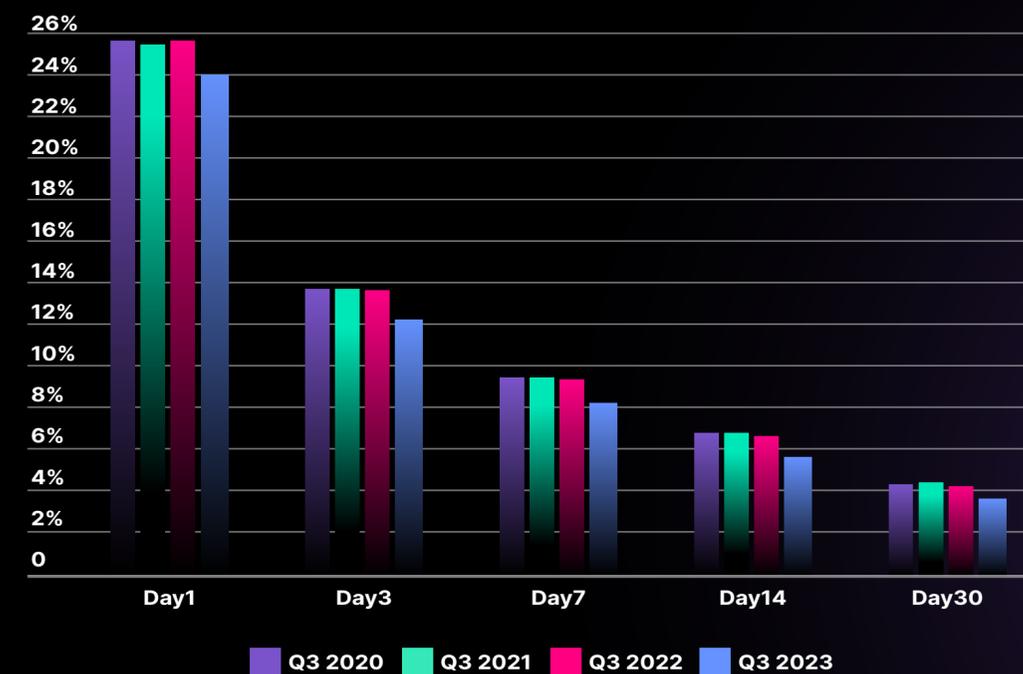


Retención diaria en promedio por app (ANDROID)



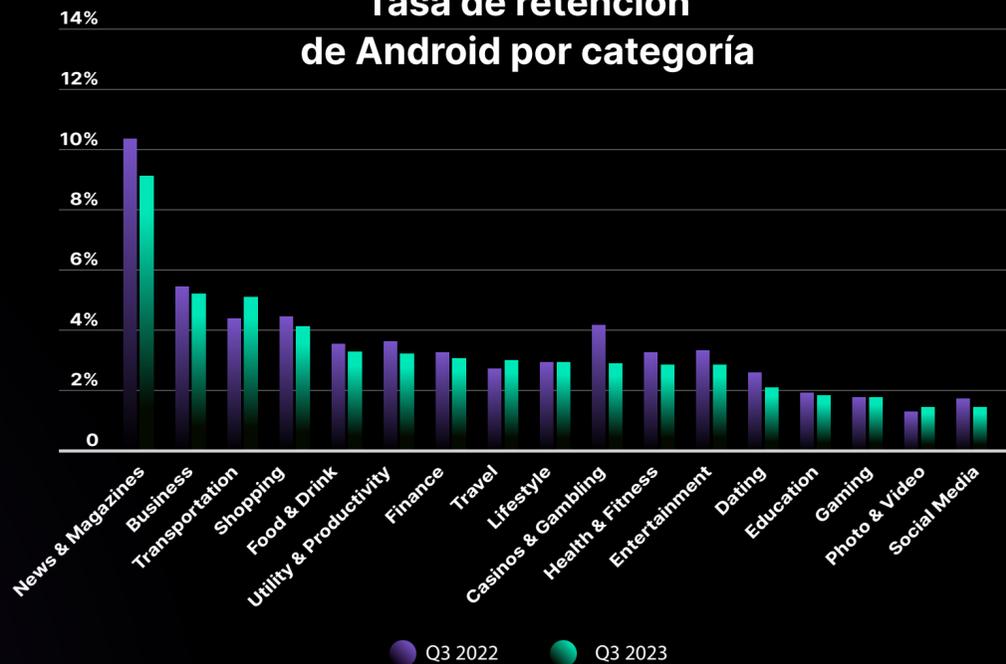
Después de las altas tasas de retención durante el covid en 2020 y 2021, cuando la gente buscaba entretenimiento, las cifras disminuyeron en 2022. Como era esperable 2023 marcó un punto bajo para el rendimiento con una caída de aproximadamente del 12% en promedios diarios.

Retención diaria en promedio por app (iOS)

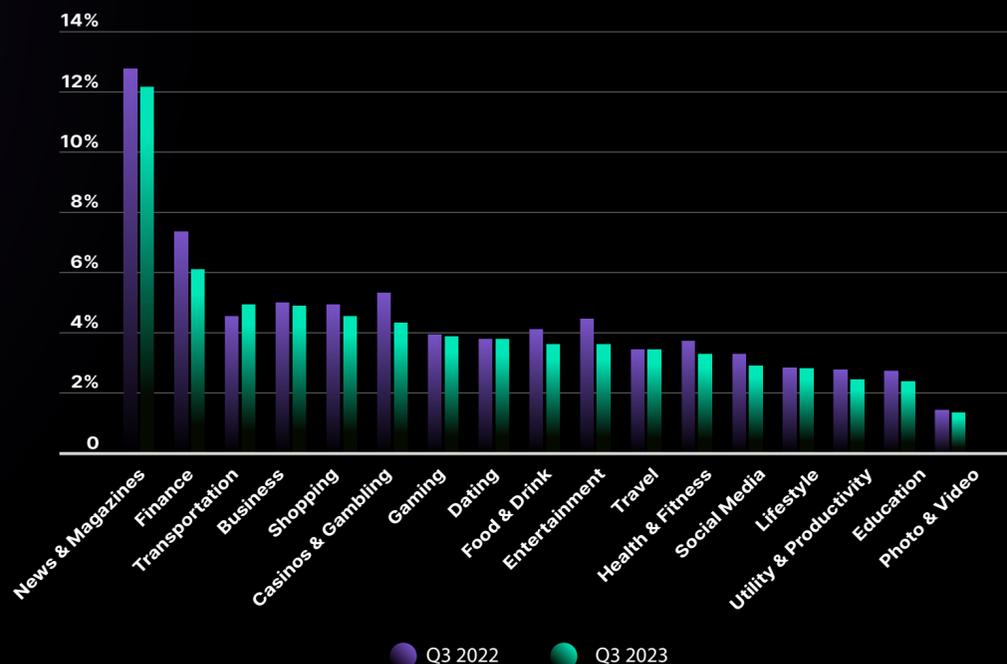


Las aplicaciones de iOS experimentaron una disminución de la retención del día 30 del 4,4% en 2022 y de casi el 14% en 2023. Las cifras de Android para el día 30 fueron aún más bajas, cayendo un 18% interanual.

Tasa de retención de Android por categoría



Tasa de retención de iOS por categoría



Este año las aplicaciones de transporte, fotografía y vídeo y viajes de Android tuvieron buenos resultados. Mientras que las aplicaciones de noticias continúan manteniendo su posición líder en su categoría con una tasa de retención del 9,1%, a pesar de experimentar una disminución del 12% en la tasa de retención.

En Android, las aplicaciones de juegos y estilo de vida lograron mantener su tasa de retención promedio en el mismo nivel. Sin embargo, las aplicaciones de casinos y apuestas experimentaron la caída más significativa con una caída del 31%, uniéndose a las aplicaciones de citas con una caída del 20% y a las aplicaciones de redes sociales con una caída del 18%.

Por otro lado, las tasas de retención de iOS también han mostrado resultados menos favorables, con una disminución interanual del 8% en la mayoría de las categorías de aplicaciones. Mientras que las aplicaciones de foto y vídeo de Android experimentaron un aumento del 13% en la retención del día 30, las aplicaciones de iOS experimentaron una disminución del 5%. Además, se observaron caídas sustanciales en categorías como Entretenimiento (-19%), Finanzas (-18%), Servicios públicos y productividad (-14%), Alimentos y bebidas (-12%), Redes sociales (-11%), y Compras (-8%).



Daniel Junowicz
Chief Revenue Officer

“El mercado de las aplicaciones móviles está experimentando un cambio significativo, con una disminución en las tasas de retención que reflejan una competencia cada vez más intensa y las cambiantes expectativas de los usuarios. En un entorno saturado de opciones, las apps enfrentan el desafío de ofrecer experiencias de usuario convincentes y diferenciadas para retener a su audiencia. La comprensión de los factores que contribuyen a las desinstalaciones es fundamental para adaptarse y sobrevivir en este paisaje altamente competitivo”.

3 / Gasto anual de los consumidores en servicios de Entretenimiento OTT

**USD 108.50
Billones**

ingresos proyectados en 2024

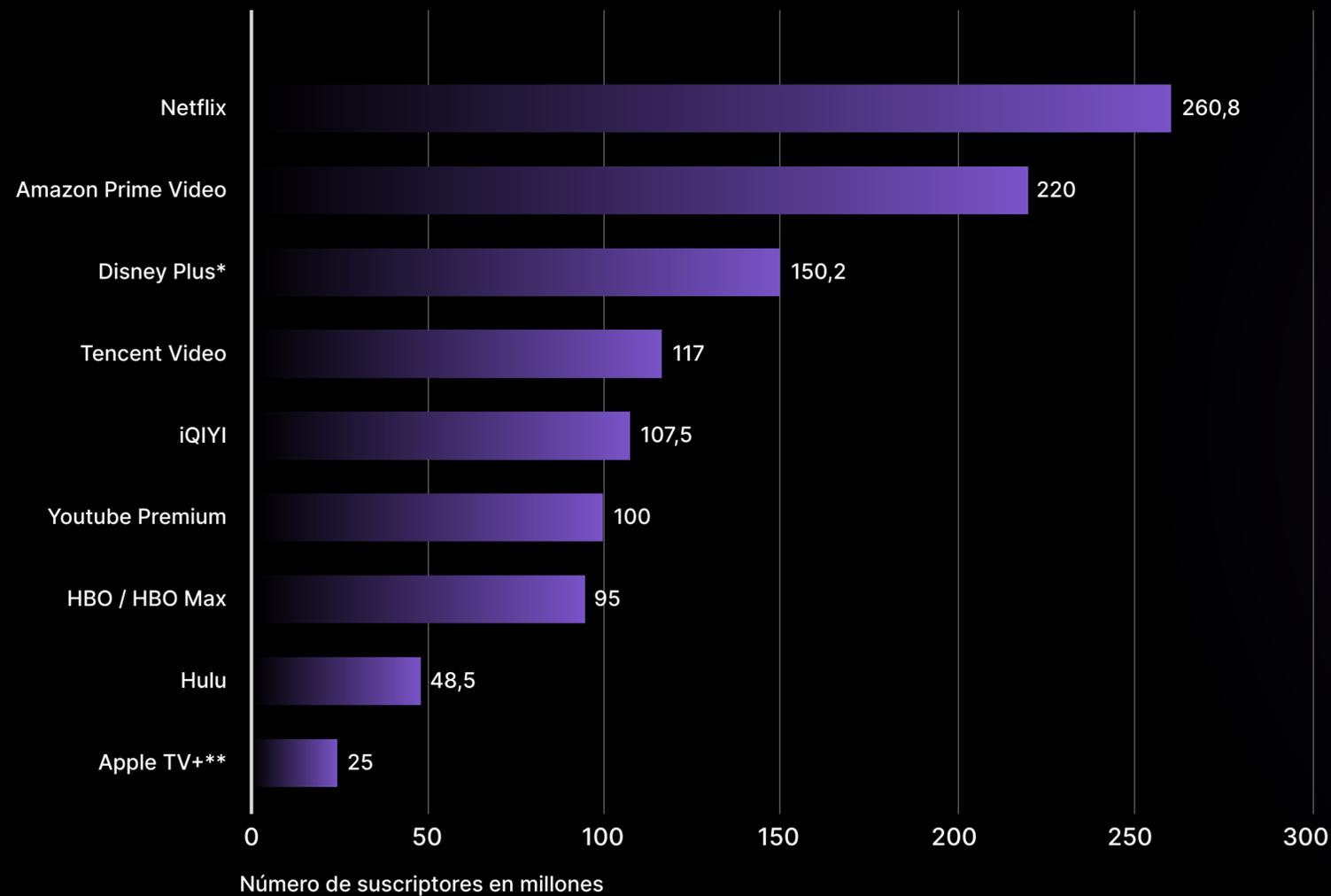
**+13.4%
Growth YoY**

Gasto de los consumidores in app en 2023 superando los 8 Billones

Gasto anual de los consumidores en servicios OTT

- Disney+
- Max: Stream HBO, TV, & Movies
- HUIU
- Crunchyroll
- Paramount+
- Other





Los cinco principales proveedores de servicios de streaming representan casi el 50% del mercado en 2023, frente al 45% en 2022. En los últimos cuatro años, la participación de mercado de las aplicaciones más utilizadas de Disney ha aumentado. En algunos países, la competencia se ha vuelto más intensa en los últimos años a medida que aplicaciones como Disney y Max se expanden a nuevos mercados. En Brasil, por ejemplo, el gasto de los consumidores ha aumentado más de un 230% desde 2020, y aplicaciones como Max, Disney, Crunchyroll y Star se unieron al líder del mercado Globo Play.

Disney ha logrado un éxito mundial, generando al menos 1 millón de dólares en gastos de consumo en más de 50 mercados diferentes.

La mayor competencia de numerosas opciones de transmisión de video está obligando a las principales aplicaciones a ajustar sus precios para satisfacer las diferentes demandas de los consumidores. Netflix agregó una opción con publicidad a fines de 2022, y Disney y Hulu aumentarán los precios mensuales de sus opciones sin publicidad manteniendo sus precios en la opción con publicidad.



Carola Aliaga
Sales Director Latam

“El panorama de los servicios de streaming está evolucionando rápidamente, con los principales proveedores compitiendo ferozmente por la atención de los consumidores. A medida que la competencia se intensifica, vemos ajustes en los precios y la oferta de servicios para adaptarse a las cambiantes demandas del mercado. Este cambio dinámico está remodelando la forma en que consumimos contenido digitalmente y está transformando la industria del entretenimiento a nivel global.”

Principales aplicaciones *por descargas* Entretenimiento 2023



Principales aplicaciones *por gasto del consumidor* Entretenimiento 2023



4 / Datos globales de E-commerce 2023

+34%

in-app revenue
YoY global

+43%

de instalaciones
YoY global

**100
Billones**

de horas pasan los
usuario en las apps de
e-commerce en todo el
mundo en 2023

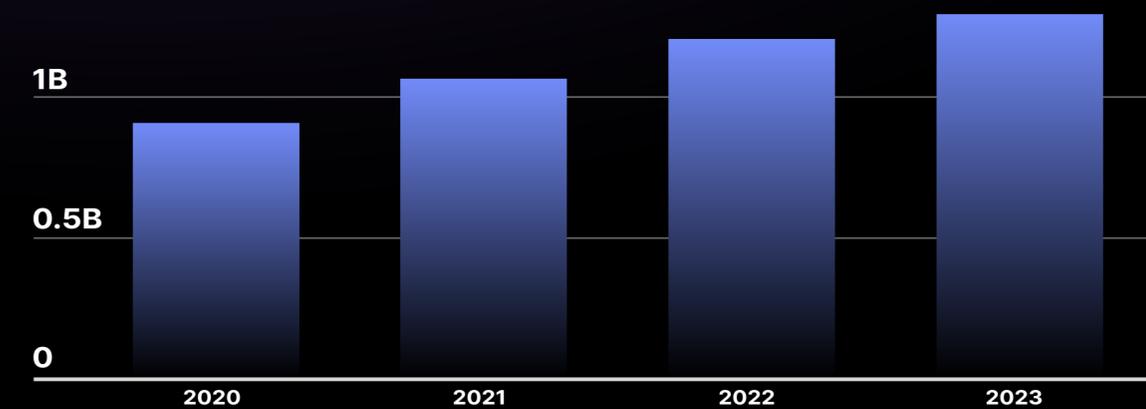
91%

de los usuarios de
smartphones compran
con su dispositivo

17.3%

tasa media
de retención
del día 1

Horas anuales dedicadas a las apps
de E-commerce

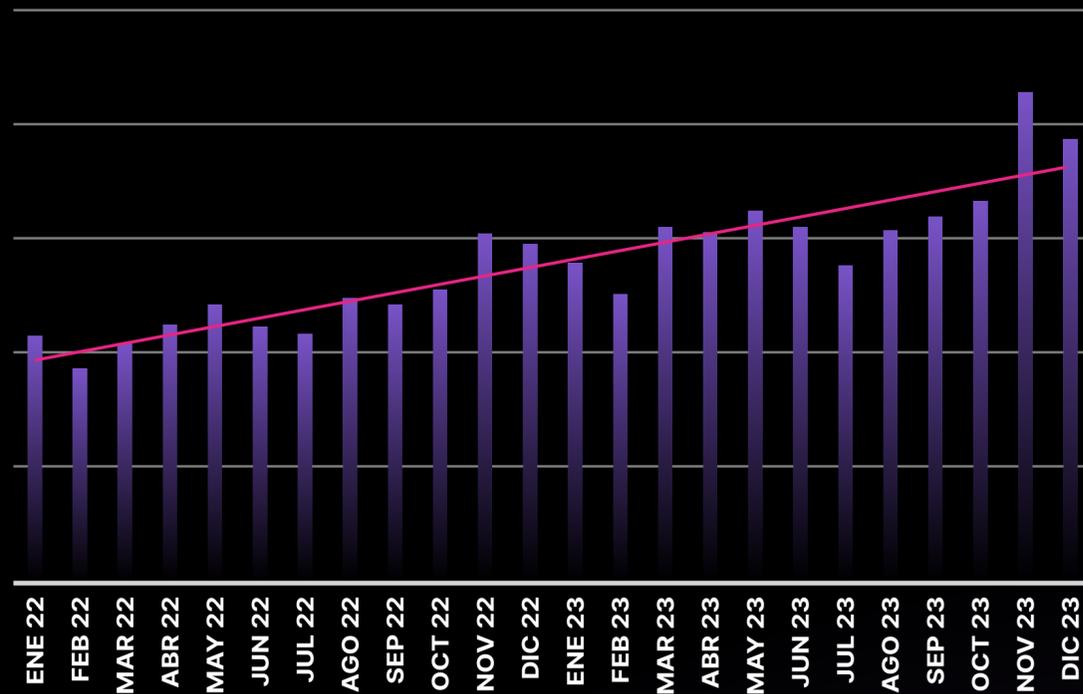


Los obstáculos económicos, combinados con una contracción natural del enorme crecimiento del uso de dispositivos móviles a principios de la pandemia, provocaron un ligero descenso del tiempo total dedicado a las aplicaciones de e-commerce.

Las horas totales disminuyeron un 1% interanual en 2023, aunque siguieron aumentando más de un 25% en comparación con 2020.

Mientras que algunos de los mayores mercados minoristas, como China y Estados Unidos, registraron una reducción del tiempo dedicado en 2023, otros mercados resistieron esta tendencia. Los líderes en crecimiento interanual fueron Brasil (+31%), Australia (+13%) y México (+7%).

E-commerce in-app revenue



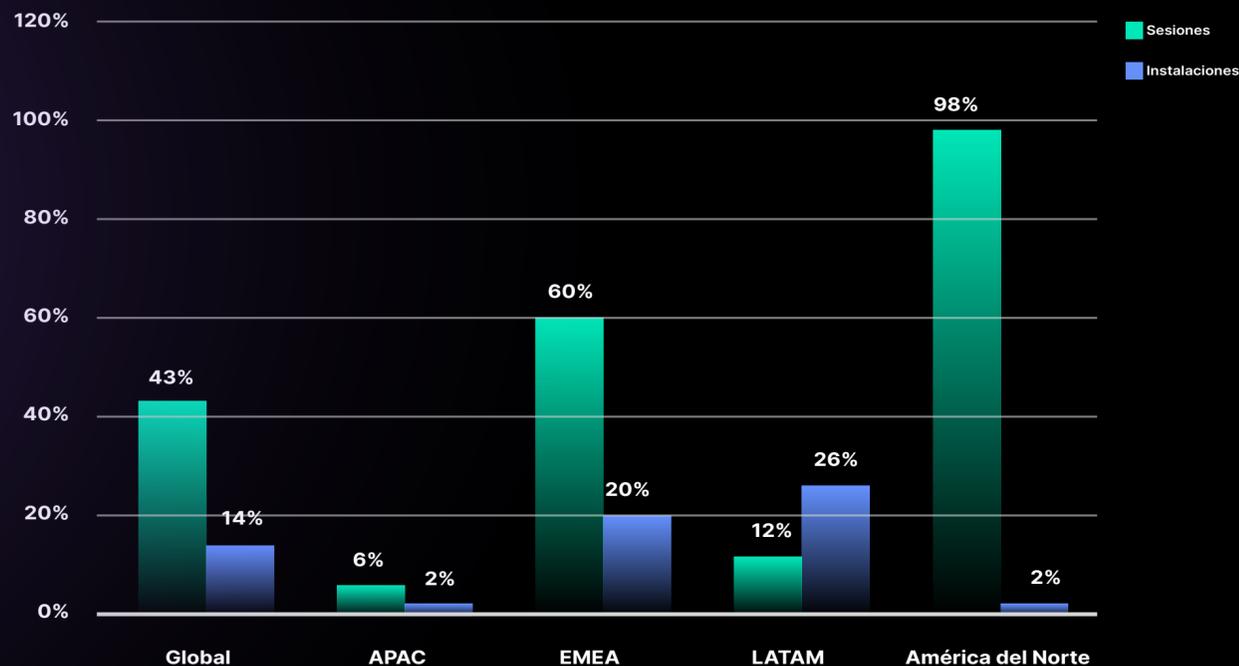
Desde enero de 2022, los ingresos han aumentado constantemente en E-commerce. En 2023, creció 34% interanual.

Los picos en la última parte del año reflejan la importancia de eventos de compras como Black Friday, Cyber Lunes y temporada navideña en general.

E-commerce instalaciones y sesiones



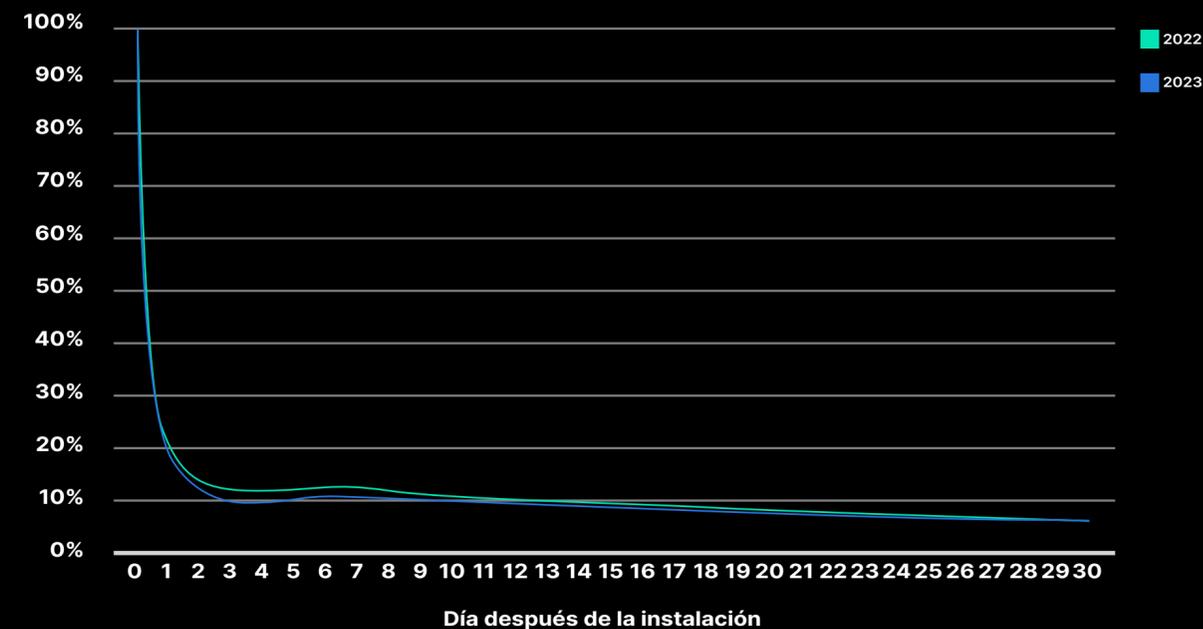
E-commerce instalaciones y sesiones YoY growth 2022-2023



Los números de instalación y sesiones para las aplicaciones de E-commerce a nivel mundial fueron prometedoras en 2023. Las instalaciones aumentaron un impresionante 43% interanual mientras que las sesiones un 14%.

En todas las regiones se vio un crecimiento en el E-commerce mobile. Las tasas de crecimiento interanual más altas para instalaciones fueron en América del Norte (98%) y EMEA (60%) y las sesiones con mayores aumentos se registraron en LATAM (26%) y EMEA (20%).

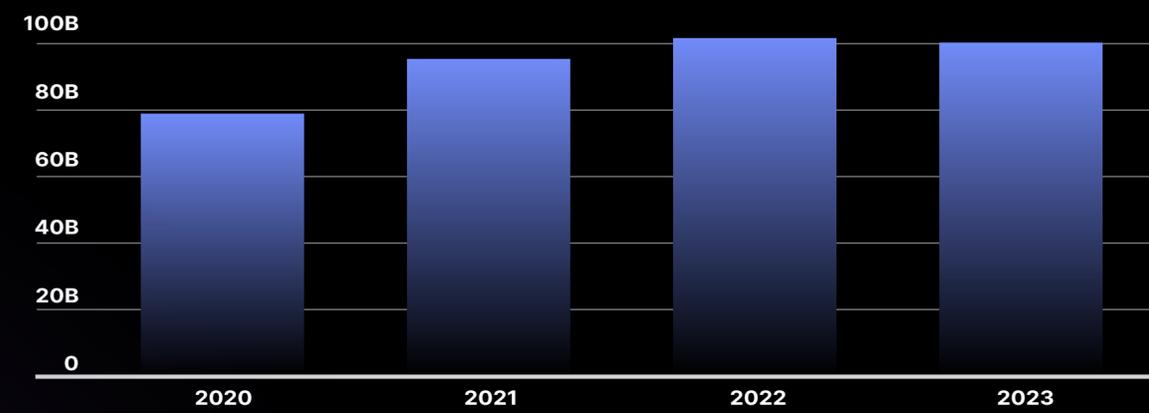
E-commerce tasa de retención



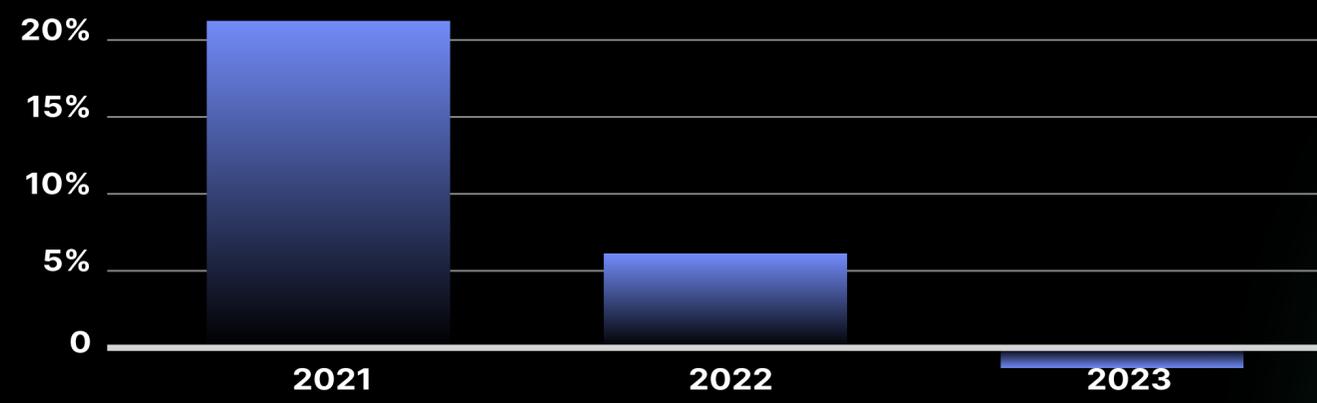
El E-commerce experimentó un ligera caída en la retención, pasando del 19% en el día 1 en 2022 a una tasa del día 1 del 17.3% en el 2023.

Para el día 7, las cifras cayeron de 11% a 9%, día 14 de 8% a 7%, y día 30 del 5% al 4,2%. Siguiendo con la tendencia de la industria de las aplicaciones.

Horas anuales dedicadas a apps de E-commerce 2023



Crecimiento interanual



-1% Horas
anuales dedicadas a las apps de E-commerce

Una combinación de factores llevaron a una ligera disminución en el tiempo total dedicado a las aplicaciones de compras en línea. Las horas totales descendieron un 1% interanual en 2023, aunque siguieron aumentando más de un 25% en comparación con 2020.

Algunos de los mercados minoristas más grandes, incluidos China y Estados Unidos, experimentaron una disminución en el tiempo invertido en 2023, mientras que la tendencia se moderó en otros mercados. Los líderes en crecimiento anual fueron Brasil (31%), Australia (13%) y México (7%).

/ Principales aplicaciones por descargas E-commerce 2023

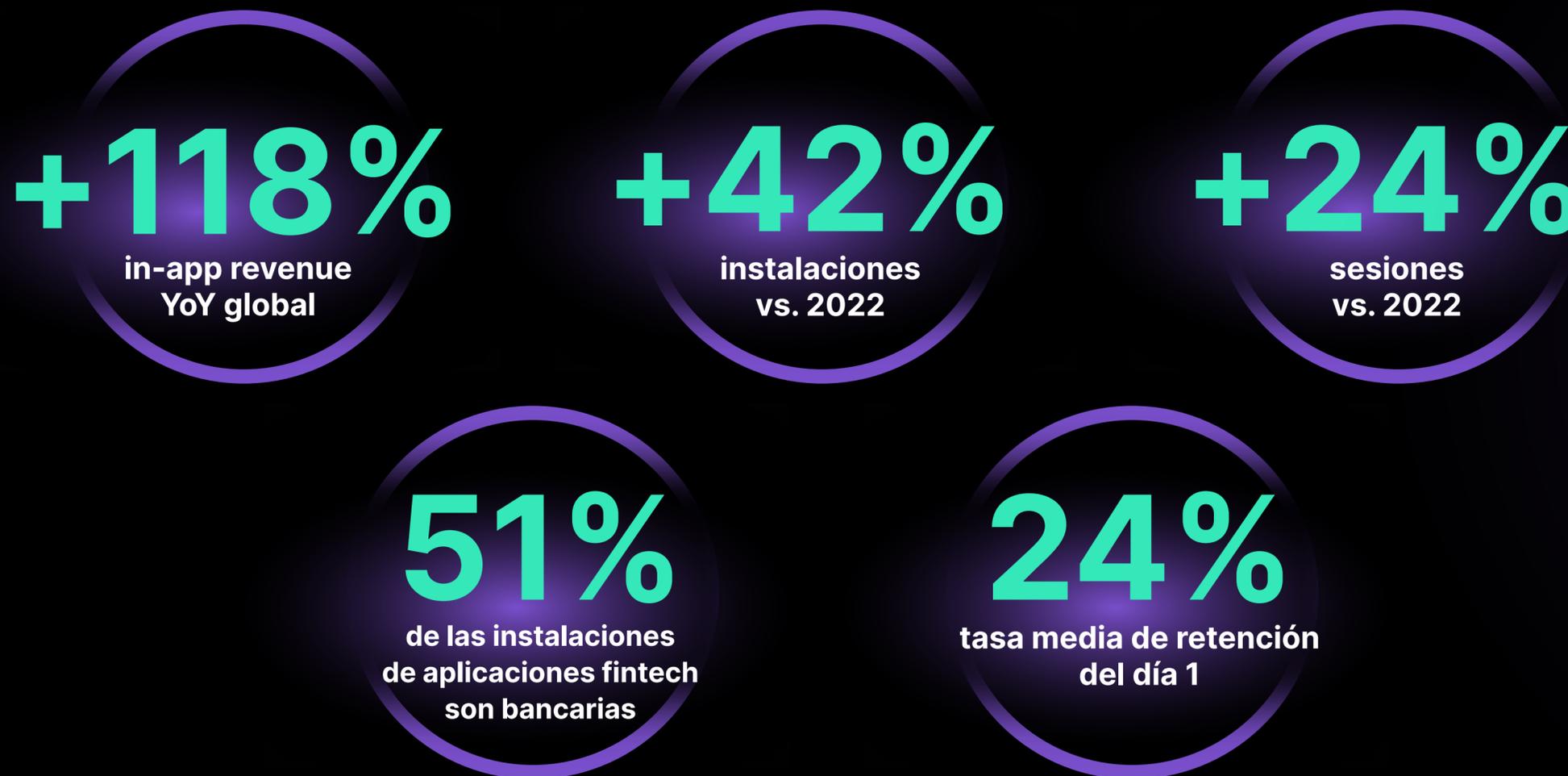
| APLICACIONES | SUBGÉNERO |
|-----------------|----------------------|
| 1 Temu | Comercio electrónico |
| 2 SHEIN | Comercio electrónico |
| 3 AliExpress | Comercio electrónico |
| 4 TikTok Seller | Tienda minorista |
| 5 Poizon | Comercio electrónico |
| 6 JD.COM | Comercio electrónico |
| 7 95分 | Reventa |
| 8 1688.com | Comercio electrónico |
| 9 LimeRoad | Comercio electrónico |
| 10 Wildberries | Comercio electrónico |



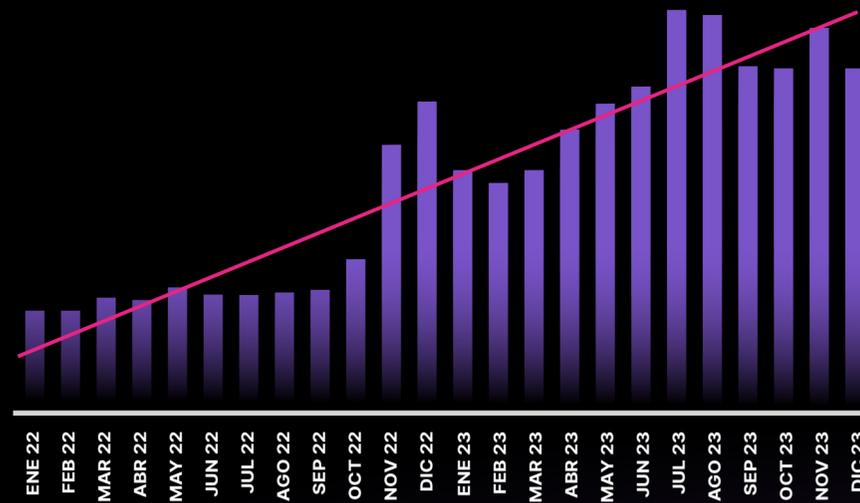
Santiago Campos
Head of Sales EMEA

“Para los especialistas en marketing de aplicaciones de comercio electrónico, eventos como el Black Friday representan una gran oportunidad. Aprovechar al máximo estos días críticos estableciendo estrategias con suficiente anticipación es muy importante. Otra manera de sacar provecho de estas fechas es planificar campañas de adquisición de usuarios para beneficiarse del tráfico de este período.”

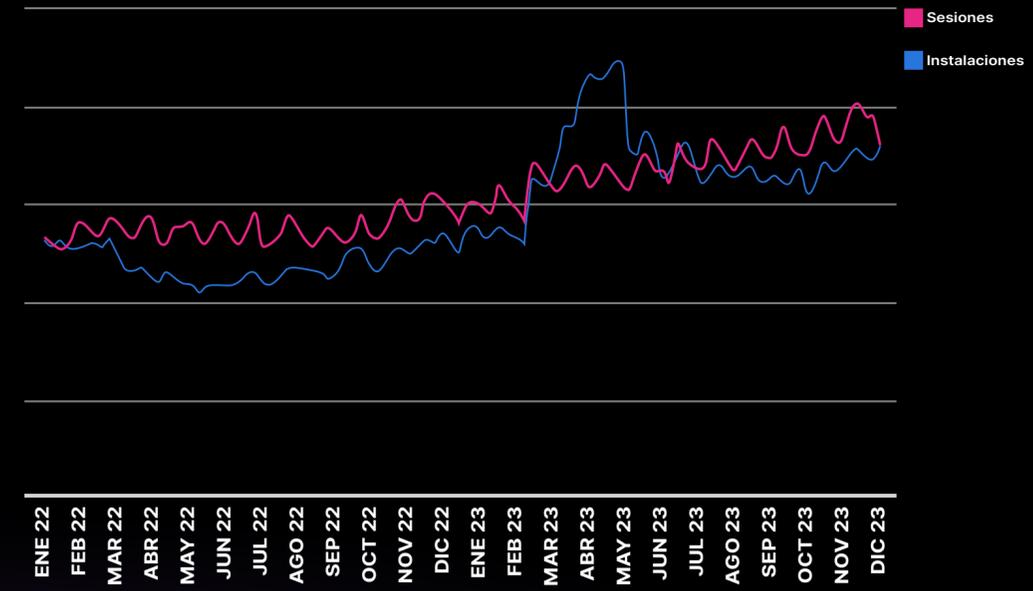
5 / Datos globales de Fintech 2023



Fintech in-app revenue

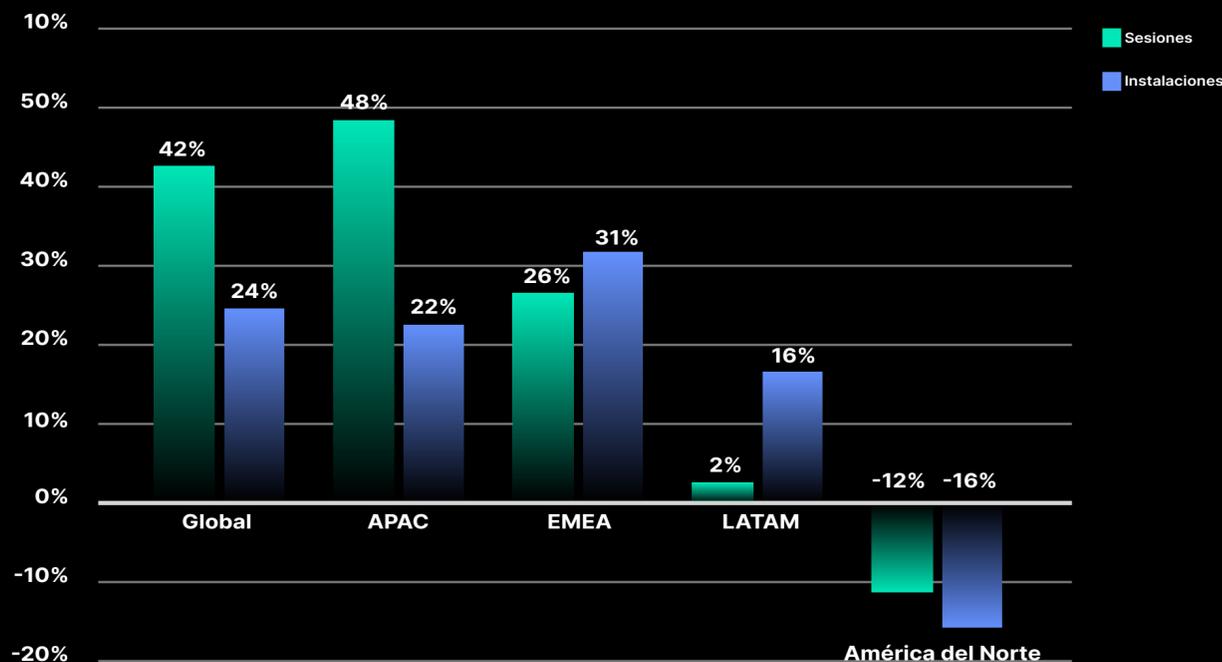


Fintech instalaciones y sesiones



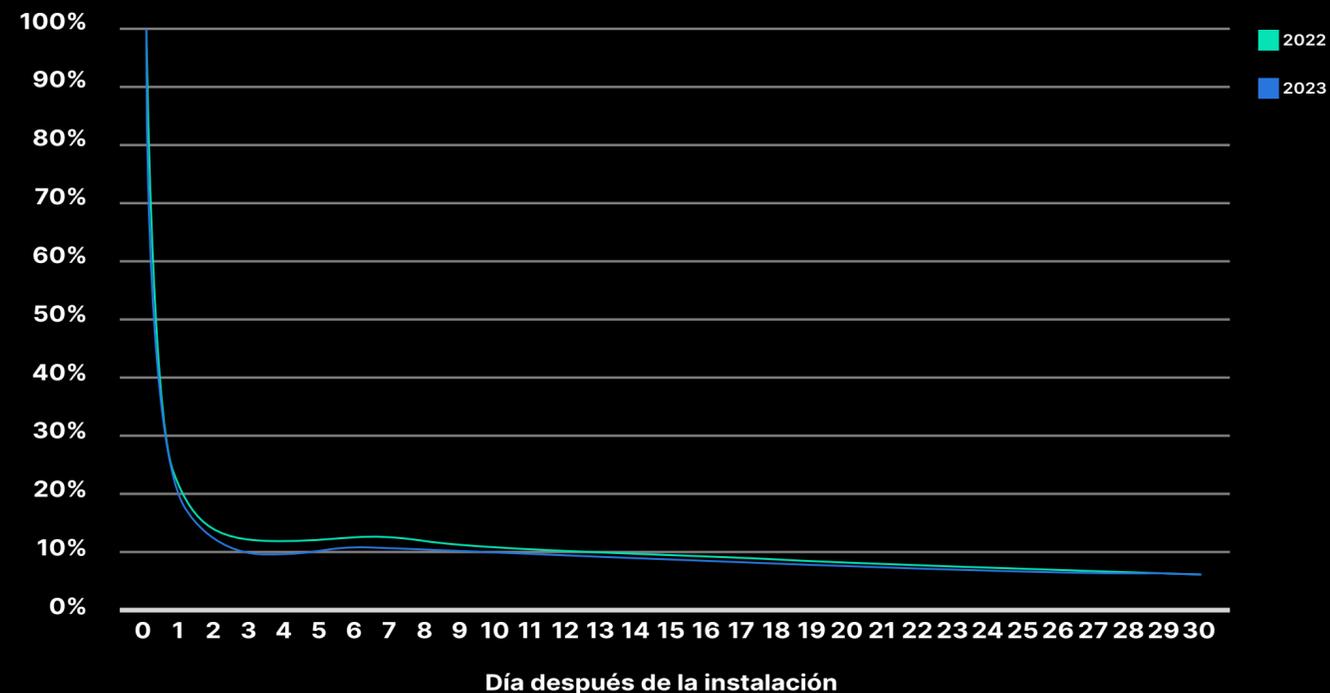
En 2023, los ingresos globales en aplicaciones para fintech aumentaron en un 118% interanual. El aumento fue impulsado marcadamente en los meses de julio y agosto, durante los cuales los ingresos fueron del 26% y del 24% por encima del promedio del 2022.

Fintech instalaciones y sesiones YoY 2022-2023



Las instalaciones y sesiones de aplicaciones Fintech crecieron interanualmente en 2023. El punto más alto para instalaciones en 2023 fue entre abril y mayo, que subió un 28% en comparación al promedio anual y un considerable 95% interanual. A nivel regional, el mayor aumento de instalaciones se produjo en APAC (48%), mientras que el mayor aumento en las sesiones se registró en EMEA (31%). América del Norte fue la única región que disminuyó, cayendo un 12% en instalaciones y 16% en sesiones, lo que puede ser parcialmente atribuido a la fuerte caída de la financiación para fintechs durante todo el año.

Fintech tasa de retención



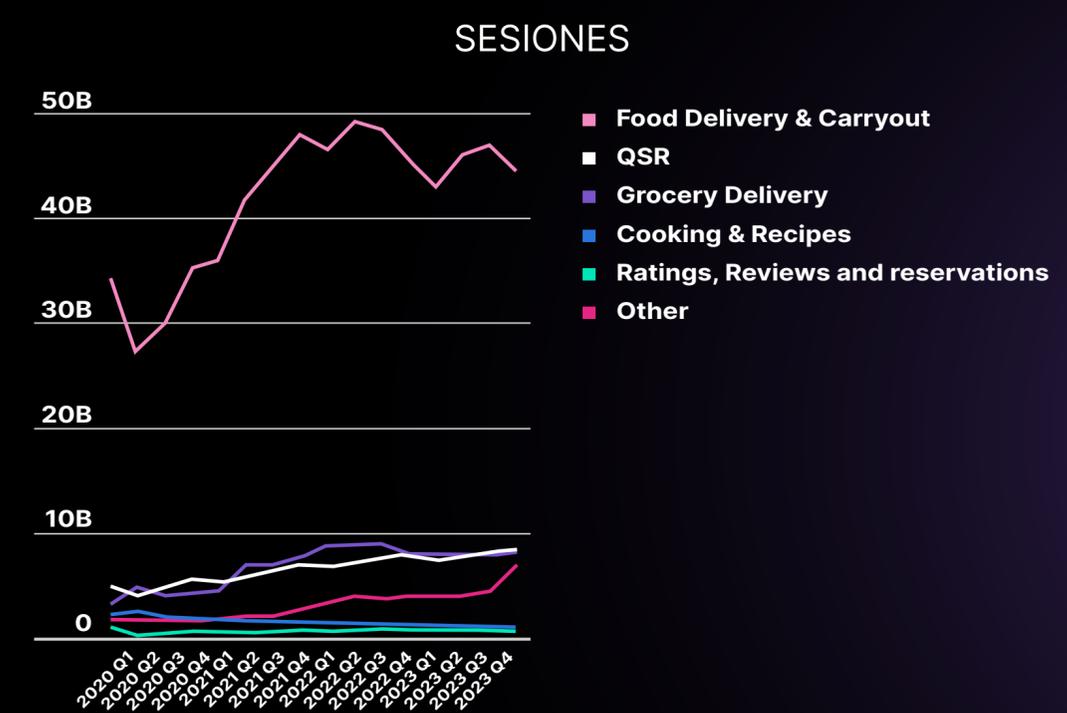
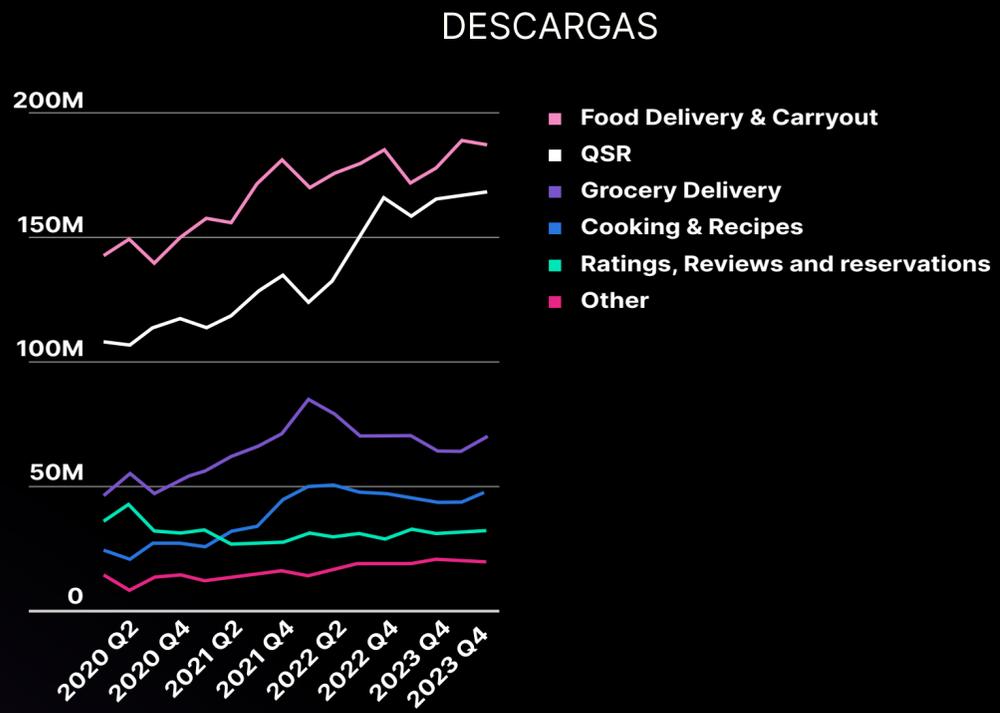
Mientras las sesiones y las instalaciones aumentaron, las tasas de retención cayeron en 2023, lo que indica la importancia de la personalización para crear experiencias que logren retener usuarios por mayor tiempo.

/ Principales aplicaciones por descargas Fintech 2023

| APLICACIONES | SUBGÉNERO |
|------------------|-----------------------------|
| 1 PhonePe | Billeteras y pago digitales |
| 2 Paytm | Billeteras y pago digitales |
| 3 Paypal | Billeteras y pago digitales |
| 4 Google Pay | Billeteras y pago digitales |
| 5 Alipay | Billeteras y pago digitales |
| 6 Nubank | Banca Móvil |
| 7 Binance | Comercio de Criptomonedas |
| 8 Bajaj Finserv | Deuda personal |
| 9 DANA | Billeteras y pago digitales |
| 10 Google Wallet | Billeteras y pago digitales |



6 / Datos globales de Alimentos y Bebidas 2023



Las descargas de aplicaciones de restaurantes de servicio rápido (QSR) crecieron un 50% entre 2020 y 2023, y la mayor parte de este crecimiento se produjo en el tercer trimestre de 2022. El sector QSR experimentó un fuerte crecimiento en China y el Reino Unido. La entrega de comida y el transporte siguieron siendo el subgénero más descargado, con un margen mucho mayor en el número total de sesiones.

Las sesiones han disminuido ligeramente desde el pico de 2022, pero se mantienen muy por encima de los niveles prepandémicos. En Estados Unidos, desde el resurgimiento de las cenas privadas, los QSR y los subgéneros de comida a domicilio y para llevar se han disparado en términos de nuevas descargas y sesiones. Las principales empresas de QSR como McDonald's y Starbucks han hecho de las aplicaciones móviles una parte integral de sus estrategias, incluidos programas de fidelización y recompensas y opciones de pedidos dentro de la aplicación.

“El crecimiento explosivo de las descargas de aplicaciones de Alimentos y Bebidas es un reflejo del cambio significativo hacia el consumo digital en la industria. Con las principales cadenas de QSR liderando el camino en la adopción de tecnología móvil, las aplicaciones se han convertido en una herramienta fundamental para ofrecer conveniencia y fidelizar a los clientes. Aunque las sesiones pueden haber disminuido ligeramente desde su punto máximo, el hecho de que sigan muy por encima de los niveles prepandémicos subraya la importancia continua de la tecnología móvil en la experiencia del cliente y el éxito comercial en este sector”.



Daniel Junowicz
Chief Revenue Officer

Fuente: [Data.ai](https://data.ai)

/ Principales aplicaciones por descargas Alimentos y Bebidas 2023

APLICACIONES

- 1 McDonald's (resto del mundo)
- 2 McDonald's (Estados Unidos)
- 3 Domino's Pizza (India)
- 4 Starbucks (Estados Unidos y Canadá)
- 5 McDonald's (Japón)
- 6 McDonald's (LATAM)
- 7 KFC (China)
- 8 Chick-I-A
- 9 Domino's Pizza (Estados Unidos)
- 10 Taco Bell

Fuente: [Data.ai](https://data.ai)



7 / Datos del mercado mobile México 2023

4.7 horas
diarias promedio

DEDICADAS AL MÓVIL
POR USUARIO

5.2
billones

DE DESCARGAS
(#7 A NIVEL MUNDIAL)

USD 920
millones

DE GASTO DE USUARIOS
(#17 A NIVEL MUNDIAL)

78%

DE LA POBLACIÓN
ACCEDE A INTERNET
A TRAVÉS DE SU MÓVIL

+29.5%
YoY Growth

DE GASTO
DE USUARIOS

107
millones

DE MEXICANOS SON USUARIOS
DE INTERNET A TRAVÉS DE
CUALQUIER DISPOSITIVO
(83.2% DE LA POBLACIÓN TOTAL)

125.4
millones

CONEXIONES
DE TELEFONÍA CELULAR

USD 2.1
billones

REVENUE DE APPS

México

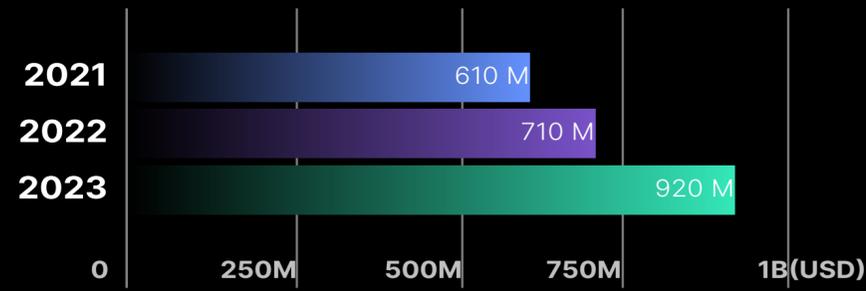
Las cifras muestran una tendencia al alza en el gasto de los consumidores mexicanos durante el período comprendido entre 2021 y 2023.

El crecimiento más notable se observa en el año 2023, cuando el gasto de los consumidores alcanzó la cifra de 920 millones de dólares. Este aumento representa un incremento considerable con respecto a los años anteriores y sugiere un aumento en la confianza del consumidor, así como una mayor actividad económica en el país.

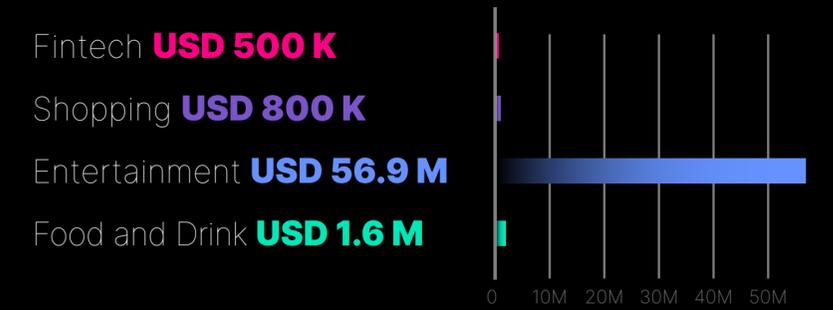
La categoría de Entretenimiento destaca como la más descargada, con un impresionante total de 372.1 millones de descargas. En segundo lugar, se encuentra la categoría Fintech, con 46.4 millones de descargas. Esto indica un creciente interés por parte de los usuarios en aplicaciones relacionadas con servicios financieros y tecnologías de la información, como aplicaciones de banca móvil, plataformas de inversión y herramientas de gestión financiera personal.

La categoría de E-commerce sigue de cerca, con un total de 8.6 millones de descargas. Finalmente, la categoría de Alimentos y Bebidas registra 5.6 millones de descargas. Aunque esta cifra es menor en comparación con las otras categorías, sigue siendo significativa y señala el creciente interés de los usuarios en aplicaciones relacionadas con la alimentación, como servicios de entrega de comida a domicilio y aplicaciones de reservas en restaurantes.

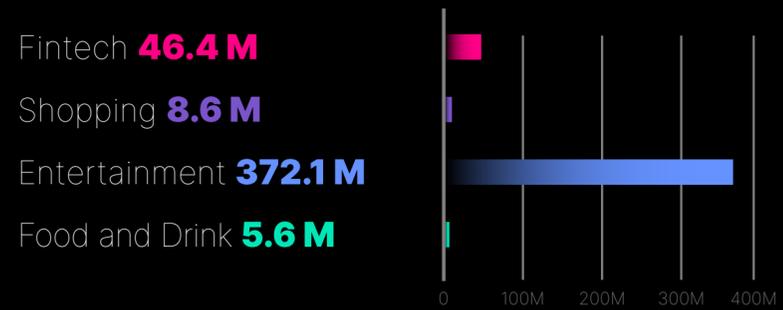
Gasto de consumidores



Apps revenue de compras in-app



Descargas de Apps

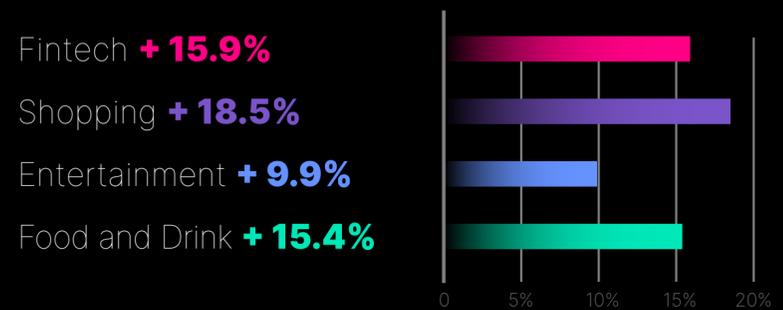


Apps total revenue: USD 2,113 M *



*El total de aplicaciones incluye 20 categorías de aplicaciones que no son juegos y 15 categorías de aplicaciones de juegos que se encuentran tanto en App Store como en Google Play Store.
*Nuestras estadísticas incluyen los ingresos obtenidos por los desarrolladores y también los ingresos obtenidos por las tiendas a través de comisiones.

Crecimiento de revenue comparado con 2022



Apps revenue de publicidad



México

Entretenimiento 2023

372.1
millones

DE DESCARGAS

USD 2.4
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE ENTRETENIMIENTO (OTT)

75.8
millones

DE USUARIOS EN TODO
EL MERCADO

USD 210.6
millones

REVENUE DE APPS
ENTRETENIMIENTO (OTT)

+9.9%
YoY Growth

REVENUE

USD 56.9
millones

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 152.9
millones

REVENUE
DE PUBLICIDAD

México

Entretenimiento 2023

El mercado de aplicaciones de Entretenimiento (OTT) en México experimentó un crecimiento significativo en el año 2023.

Las descargas aumentaron constantemente entre 2021 y 2023, pasando de 300.7 millones en 2021 a 372.1 millones en 2023. Este aumento indica un creciente interés por parte de los usuarios mexicanos en aplicaciones de entretenimiento. Este aumento puede atribuirse a la combinación de acceso a Internet y dispositivos móviles, una amplia variedad de contenido, conveniencia y flexibilidad en el consumo, funcionalidades interactivas y personalización, y cambios en los patrones de consumo de medios.

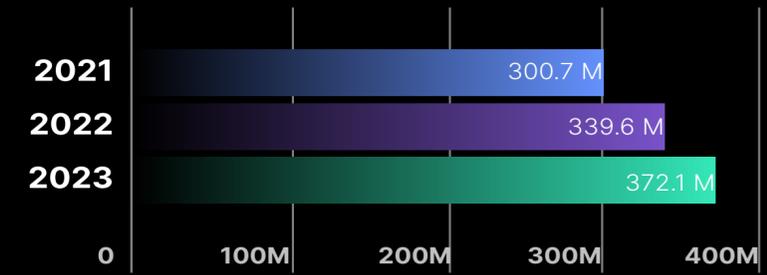
Es interesante observar cómo los usuarios tienen múltiples plataformas para acceder a su contenido favorito. Descargan aplicaciones para ver la serie que desean, pero luego las cancelan y vuelven a descargar cuando quieren ver otra serie. Este comportamiento refleja la naturaleza dinámica de las preferencias de entretenimiento de los usuarios y cómo están dispuestos a adaptarse a las opciones disponibles. Este flujo constante de descargas y cancelaciones sugiere que los usuarios están buscando constantemente nuevas experiencias y están dispuestos a explorar una variedad de opciones de contenido.

Los ingresos también mostraron un crecimiento constante, pasando de 166.1 millones de dólares en 2021 a 210.6 millones de dólares en 2023. Este incremento en los ingresos sugiere un aumento en la monetización de las aplicaciones de entretenimiento y una mayor inversión por parte de los usuarios y plataformas de contenido digital. Los datos muestran un crecimiento significativo de ingresos por publicidad aumentando de 108.1 millones de dólares en 2021 a 152.9 millones de dólares en 2023. Este aumento indica un mayor interés por parte de los anunciantes en llegar a los usuarios a través de aplicaciones de entretenimiento.

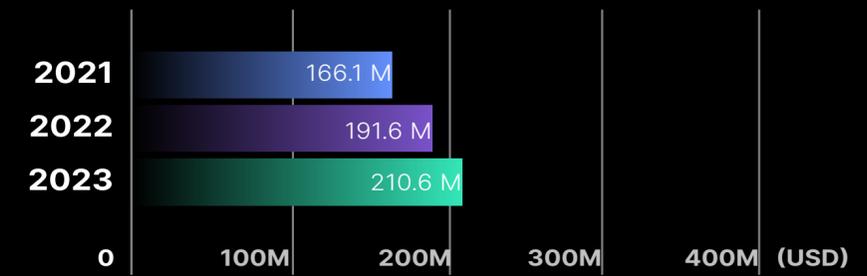
Aunque hubo una ligera disminución en los ingresos de compras in-app de 2022 a 2023, de 61.4 millones de dólares a 56.9 millones de dólares, este segmento sigue siendo una fuente importante de ingresos para los desarrolladores de aplicaciones de entretenimiento.

El mercado de aplicaciones de Entretenimiento (OTT) en México experimentó un crecimiento sólido en 2023, con un aumento en las descargas, usuarios e ingresos totales. Este crecimiento refleja el continuo interés de los usuarios mexicanos en consumir contenido digital a través de aplicaciones móviles, así como el potencial de monetización que ofrece este sector para los desarrolladores y anunciantes.

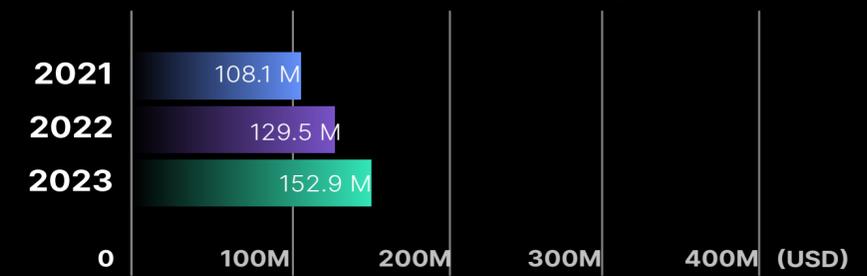
Descargas apps Entretenimiento (OTT)



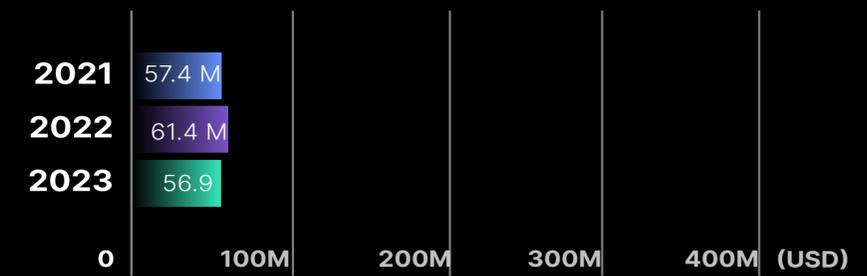
Revenue total de apps Entretenimiento (OTT)



Revenue de publicidad de apps en Entretenimiento (OTT)



Revenue de compras in-app de Entretenimiento (OTT)



México

Apps Ranking - Top 3 Apps

ENTRETENIMIENTO IOS

| | | |
|----|---|---------|
| #1 |  | Tik Tok |
| #2 |  | Netflix |
| #3 |  | Disney+ |

ENTRETENIMIENTO Android

| | | |
|----|---|----------|
| #1 |  | Poly.AI |
| #2 |  | Disney+ |
| #3 |  | Pluto TV |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

México

E-commerce 2023

8.6
millones

DE DESCARGAS

USD 32.7
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE ECOMMERCE

27.9
millones

DE USUARIOS EN TODO
EL MERCADO

USD 189.9
millones

REVENUE DE APPS
ECOMMERCE

+18.5%
YoY Growth

REVENUE

USD
800,000

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 188.5
millones

REVENUE
DE PUBLICIDAD

México

E-commerce 2023

Las descargas mostraron un crecimiento constante en este período, pasando de 5.4 millones en 2021 a 8.6 millones en 2023. Los ingresos también experimentaron un crecimiento constante, pasando de 133 millones de dólares en 2021 a 189.9 millones de dólares en 2023.

Los ingresos por publicidad aumentaron de 132.1 millones de dólares en 2021 a 188.5 millones de dólares en 2023.

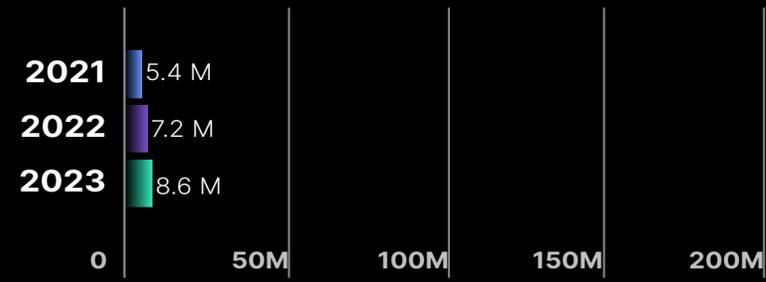
Aunque los ingresos de compras in-app se mantuvieron estables de 2022 a 2023 en 800,000 dólares, este segmento sigue siendo una fuente importante de ingresos para los desarrolladores de aplicaciones E-commerce.

El mercado de aplicaciones E-commerce en México experimentó un crecimiento sólido en 2023, con un aumento en las descargas, usuarios e ingresos totales. Los consumidores mexicanos han ganado más confianza en las transacciones en línea, lo que ha llevado a un aumento en la utilización de aplicaciones móviles de E-commerce. Los avances en la seguridad de las transacciones en línea y la protección de los datos personales también han contribuido a esta mayor confianza del consumidor.

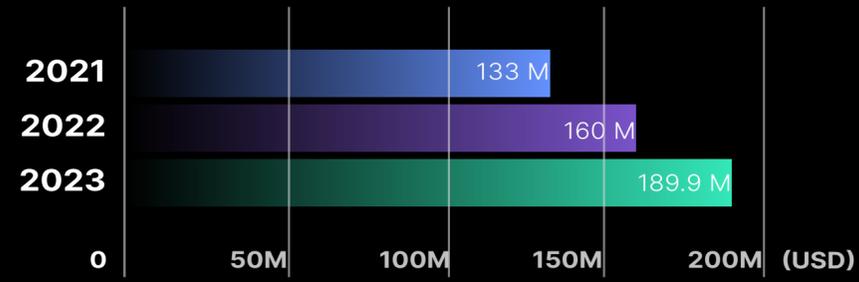
Las aplicaciones móviles de E-commerce suelen ofrecer ofertas, descuentos y promociones exclusivas para los usuarios que realizan compras a través de la plataforma. Estas ofertas atractivas pueden incentivar a los consumidores a utilizar las aplicaciones móviles para realizar sus compras, lo que contribuye al aumento en los ingresos generados por estas aplicaciones.

Las empresas de E-commerce están invirtiendo en mejorar la experiencia del usuario en sus aplicaciones móviles, lo que incluye interfaces más intuitivas, opciones de pago más seguras y una navegación más fluida. Estas mejoras hacen que sea más fácil y agradable para los usuarios realizar compras a través de aplicaciones móviles, lo que puede aumentar tanto el número de descargas como los ingresos generados por estas aplicaciones.

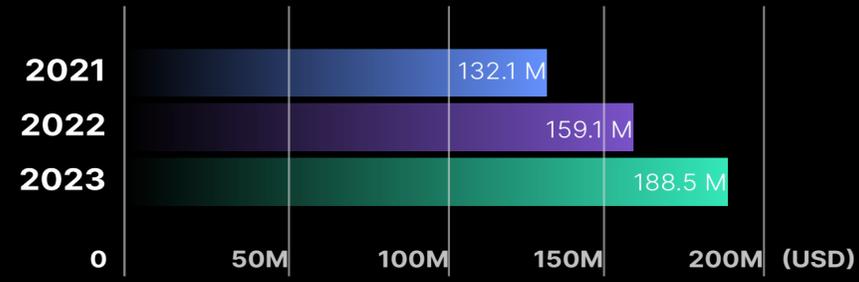
Descargas apps E-commerce



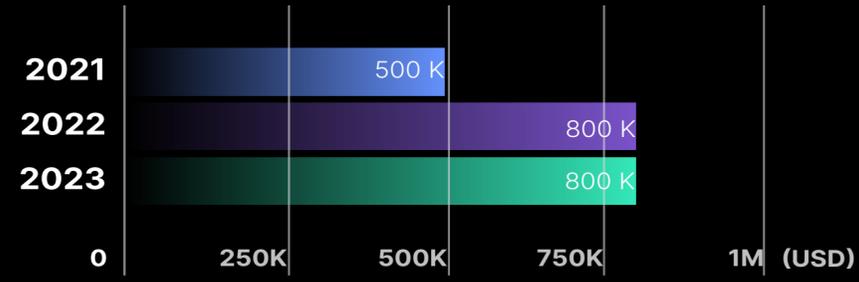
Revenue total de apps E-commerce



Revenue de publicidad de apps en E-commerce



Revenue de compras in-app de E-commerce



Fuente: Estudio exclusivo de Statista para Rocket Lab

México

Apps Ranking - Top 3 Apps

E-COMMERCE IOS

| | | |
|----|---|---------------|
| #1 |  | Temu |
| #2 | SHEIN | Shein |
| #3 |  | Mercado Libre |

E-COMMERCE Android

| | | |
|----|---|---------------|
| #1 |  | Temu |
| #2 | SHEIN | Shein |
| #3 |  | Mercado Libre |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

México

Fintech 2023

46.4
millones

DE DESCARGAS

USD 4.6
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE FINTECH

91.9
millones

DE USUARIOS EN TODO
EL MERCADO

USD 6.1
millones

REVENUE TOTAL
DE APPS FINTECH

+15.9%
YoY Growth

REVENUE

USD
500,000

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 4.7
millones

REVENUE
DE PUBLICIDAD

México

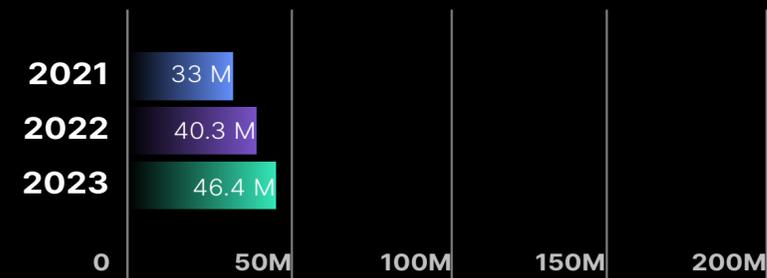
Fintech 2023

Las descargas aumentaron constantemente en este período, pasando de 33 millones en 2021 a 46.4 millones en 2023. Este incremento indica un creciente interés por parte de los usuarios mexicanos en aplicaciones relacionadas con servicios financieros y tecnológicos.

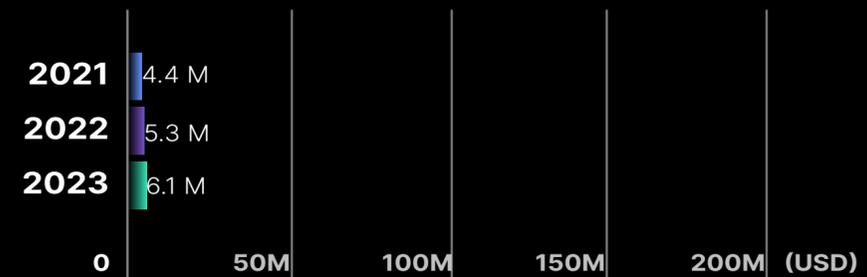
Los ingresos también mostraron un crecimiento constante, pasando de 4.4 millones de dólares en 2021 a 6.1 millones de dólares en 2023. Este aumento en los ingresos sugiere un mayor nivel de adopción de servicios financieros digitales y una mayor inversión por parte de los usuarios en soluciones Fintech.

Los datos muestran un crecimiento significativo en este segmento, con los ingresos por publicidad aumentando de 3.2 millones de dólares en 2021 a 4.7 millones de dólares en 2023. Este incremento refleja un mayor interés por parte de los anunciantes en llegar a los usuarios a través de aplicaciones Fintech.

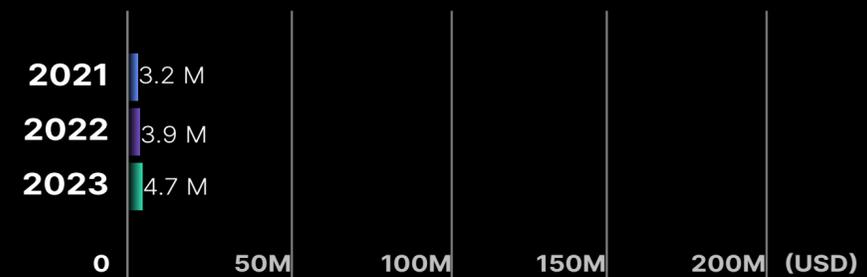
Descargas apps Fintech



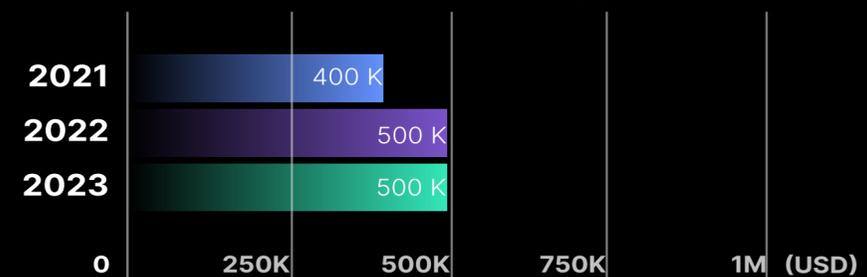
Revenue total de apps Fintech



Revenue de publicidad de apps en Fintech



Revenue de compras in-app de Fintech



México

Apps Ranking - Top 3 Apps

FINTECH IOS

| | | |
|----|---|-------------|
| #1 |  | Nubank |
| #2 |  | Cashi |
| #3 |  | BBVA México |

FINTECH Android

| | | |
|----|---|---------------------------|
| #1 |  | Cashi |
| #2 |  | Banco del Bienestar Móvil |
| #3 |  | NUBANK |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

México

Alimentos y bebidas 2023

5.6
millones

DE DESCARGAS

USD 7.1
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

40.2
millones

DE USUARIOS EN TODO
EL MERCADO

USD 9.9
millones

REVENUE TOTAL DE APPS
ALIMENTOS Y BEBIDAS

+15.4%
YoY Growth

REVENUE

USD 1.6
millones

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 7.9
millones

REVENUE
DE PUBLICIDAD

México

Alimentos y bebidas 2023

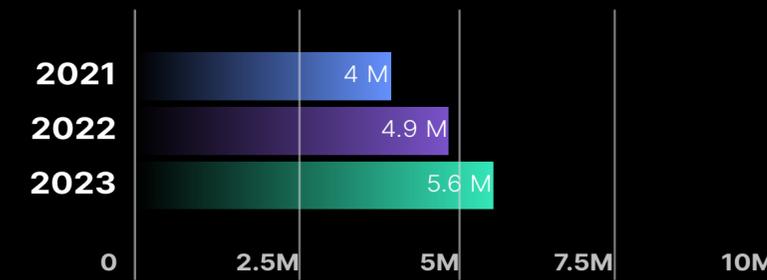
Las descargas aumentaron en 2023, pasando de 4 millones en 2021 a 5.6 millones en 2023.

Los ingresos también mostraron un crecimiento constante, pasando de 7 millones de dólares en 2021 a 9.9 millones de dólares en 2023.

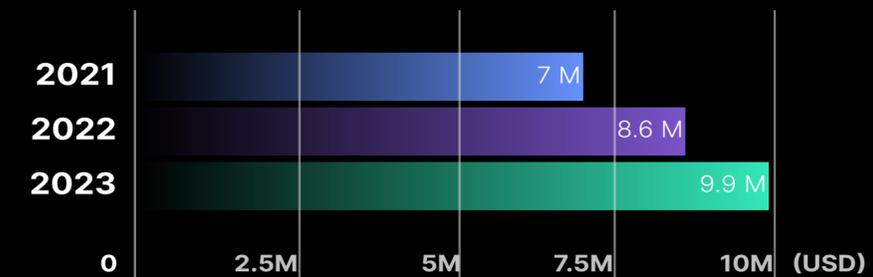
Los datos muestran un crecimiento significativo en este segmento, con los ingresos por publicidad aumentando de 5.6 millones de dólares en 2021 a 7.9 millones de dólares en 2023. Este aumento indica un mayor interés por parte de los anunciantes en llegar a los usuarios a través de aplicaciones de delivery de alimentos y bebidas.

El aumento en el mercado de aplicaciones de delivery de alimentos y bebidas en México en 2023 se puede atribuir a factores como la conveniencia ofrecida por estas aplicaciones, la amplia variedad de opciones disponibles, la mejora en la experiencia del usuario y la continua innovación tecnológica en el sector. Estos factores han contribuido a un aumento en la demanda y la popularidad de las aplicaciones de delivery de alimentos y bebidas, impulsando así el crecimiento del mercado.

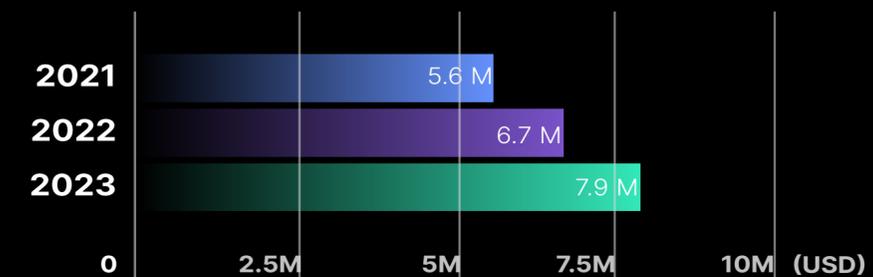
Descargas apps Alimentos y bebidas



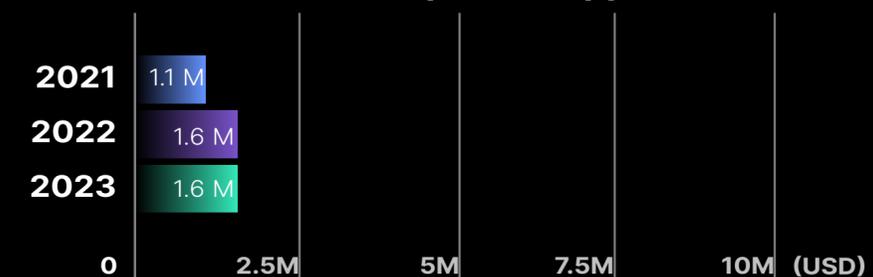
Revenue total de apps Alimentos y bebidas



Revenue de publicidad de apps en Alimentos y bebidas



Revenue de compras in-app de Alimentos y bebidas



México

Apps Ranking - Top 3 Apps

ALIMENTOS Y BEBIDAS IOS

| | | |
|----|---|-----------|
| #1 |  | Rappi |
| #2 |  | DiDi Food |
| #3 |  | Uber Eats |

ALIMENTOS Y BEBIDAS Android

| | | |
|----|---|-----------|
| #1 |  | DiDi Food |
| #2 |  | Rappi |
| #3 |  | Mi OXXO |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

8 / Datos del mercado mobile Brasil 2023

5.02 horas
diarias promedio

DEDICADAS AL MÓVIL
POR USUARIO

10.2
billones

DE DESCARGAS
(#4 A NIVEL MUNDIAL)

USD 1.7
billones

DE GASTO DE USUARIOS
(#11 A NIVEL MUNDIAL)

97.1%

DE LA POBLACIÓN
ACCEDE A INTERNET
A TRAVÉS DE SU MÓVIL

+26.2%
YoY Growth

DE GASTO
DE USUARIOS

181
millones

DE BRASILEÑOS SON
USUARIOS DE INTERNET
A TRAVÉS DE CUALQUIER
DISPOSITIVO (84.3% DE LA
POBLACIÓN TOTAL)

221
millones

CONEXIONES
DE TELEFONÍA CELULAR

USD 4.5
billones

REVENUE DE APPS

Brasil

Con 221 millones de conexiones de telefonía celular y un 97.1% de la población accediendo a Internet a través de sus dispositivos móviles, Brasil destaca como un mercado altamente conectado y digitalmente activo. Además, con 181 millones de brasileños utilizando Internet a través de cualquier dispositivo, esto representa el 84.3% de la población total, lo que indica una amplia adopción de la tecnología en el país.

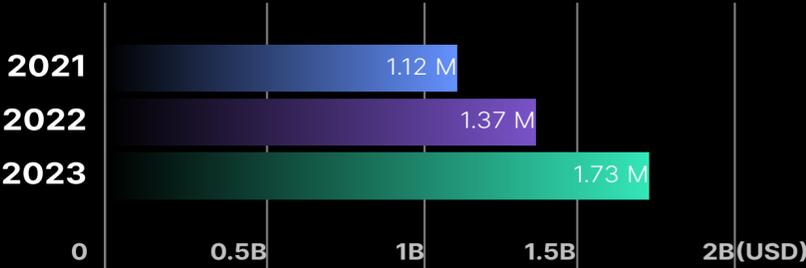
Los usuarios brasileños muestran un fuerte uso de sus dispositivos móviles, dedicando en promedio 5.02 horas diarias al uso de aplicaciones móviles. Esta dedicación sugiere una dependencia significativa de los dispositivos móviles para diversas actividades, incluyendo comunicación, entretenimiento, compras y más.

Brasil se posiciona como el cuarto país a nivel mundial en términos de descargas de aplicaciones, con un total de 10.2 billones de descargas en el año 2023. Además, el gasto de los usuarios brasileños en aplicaciones móviles ha experimentado un crecimiento destacable, alcanzando los 1.73 billones de dólares en 2023, lo que coloca al país en el puesto número 11 a nivel mundial en términos de gasto de usuarios. Este crecimiento del 26.2% interanual en el gasto de usuarios indica una mayor disposición de los brasileños para invertir en aplicaciones móviles y servicios digitales.

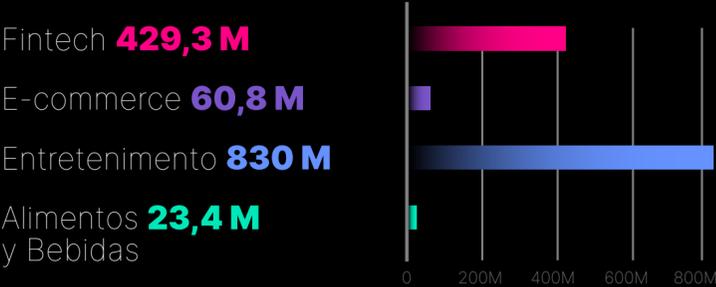
Las categorías más populares de aplicaciones en Brasil incluyen Fintech, Entretenimiento, E-commerce y Alimentos y Bebidas. Estas categorías registraron un total de 429.3 millones, 830 millones, 60.8 millones y 23.4 millones de descargas respectivamente en 2023. En términos de ingresos, las aplicaciones de Entretenimiento lideran con 606 millones de dólares, seguidas de cerca por E-commerce con 590 millones, Fintech con 24.1 millones y Alimentos y Bebidas con 29 millones.

El mercado de aplicaciones móviles en Brasil está experimentando un crecimiento significativo, impulsado por una alta penetración de móviles, fuerte compromiso del usuario y un aumento en el gasto en aplicaciones. Este entorno favorable presenta oportunidades emocionantes para empresas y desarrolladores que buscan capitalizar el mercado de aplicaciones en uno de los países más grandes y conectados digitalmente en América Latina.

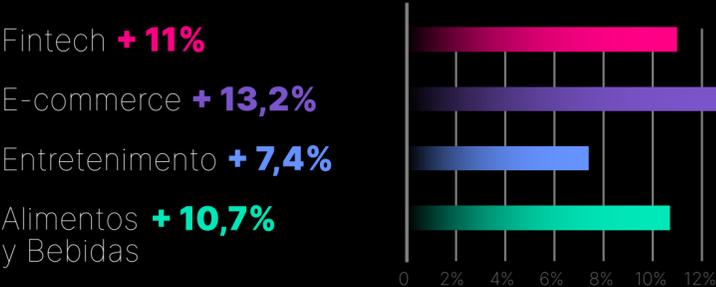
Gasto de consumidores



Descargas de Apps



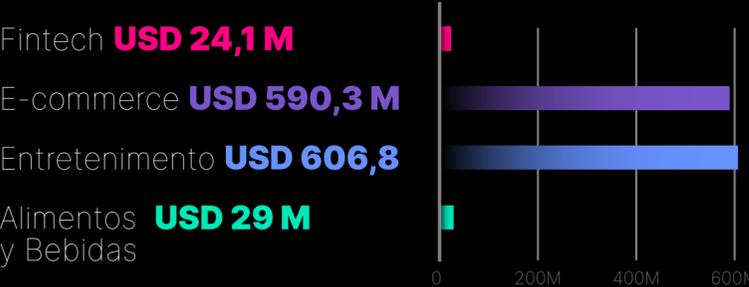
Crecimiento de revenue comparado con 2022



Apps revenue de compras in-app



Apps total revenue: USD 4,553 B *



*El total de aplicaciones incluye 20 categorías de aplicaciones que no son juegos y 15 categorías de aplicaciones de juegos que se encuentran tanto en App Store como en Google Play Store.
*Nuestras estadísticas incluyen los ingresos obtenidos por los desarrolladores y también los ingresos obtenidos por las tiendas a través de comisiones.

Apps revenue de publicidad



Brasil

Entretenimiento (OTT) 2023

830
millones

DE DESCARGAS

USD 3.9
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE ENTRETENIMIENTO (OTT)

144.7
millones

DE USUARIOS EN TODO
EL MERCADO

USD 606.8
millones

REVENUE TOTAL DE APPS
ENTRETENIMIENTO (OTT)

+7.4%
YoY Growth

REVENUE

USD 136.4
millones

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 470.3
millones

REVENUE
DE PUBLICIDAD

Brasil

Entretenimiento (OTT) 2023

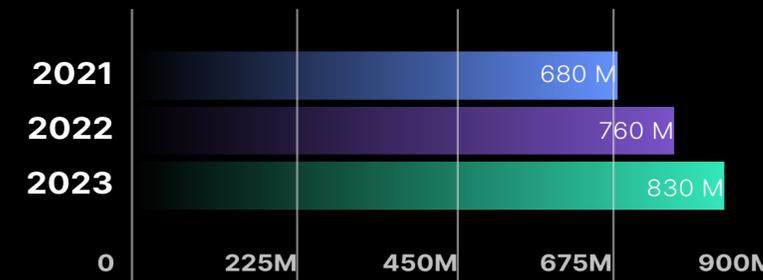
Las descargas continuaron aumentando en este período, pasando de 680 millones en 2021 a 830 millones en 2023.

Los ingresos también mostraron un crecimiento constante, pasando de 494.6 millones de dólares en 2021 a 606.8 millones de dólares en 2023. Este aumento en los ingresos sugiere un crecimiento sólido en la monetización de las aplicaciones de entretenimiento en el mercado brasileño.

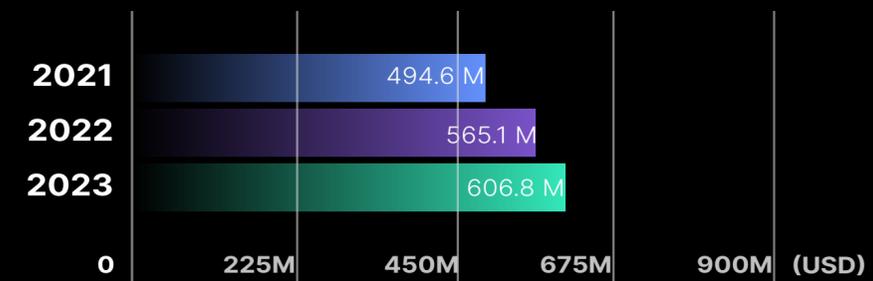
Los datos muestran un crecimiento significativo en este segmento, con los ingresos por publicidad aumentando de 353.9 millones de dólares en 2021 a 470.3 millones de dólares en 2023.

Aunque hubo una ligera disminución en los ingresos de compras in-app de 2022 a 2023, de 148.5 millones de dólares a 136.4 millones de dólares, este segmento sigue siendo una fuente importante de ingresos para los desarrolladores de aplicaciones de entretenimiento.

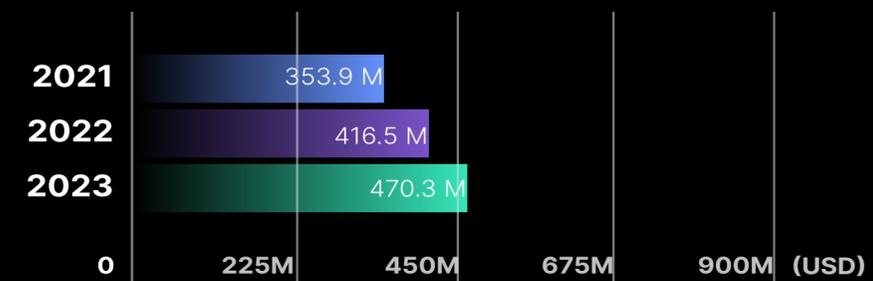
Descargas apps Entretenimiento



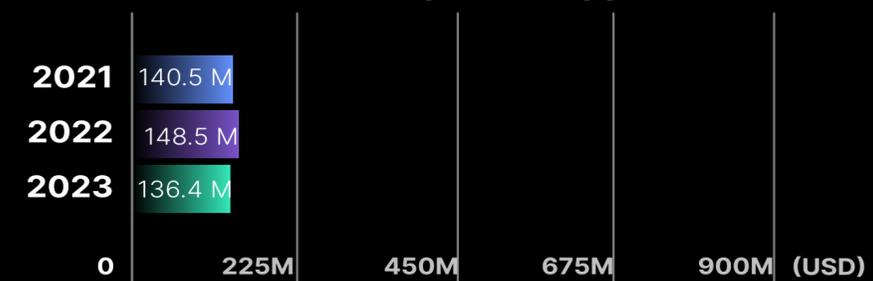
Revenue total de apps Entretenimiento (OTT)



Revenue de publicidad de apps en Entretenimiento (OTT)



Revenue de compras in-app de Entretenimiento (OTT)



Brasil

Apps Ranking - Top 3 Apps

ENTRETENIMIENTO IOS

| | | |
|----|---|--------------|
| #1 |  | Tik Tok |
| #2 | NETFLIX | Netflix |
| #3 | amazon prime | Amazon Prime |

ENTRETENIMIENTO Android

| | | |
|----|---|----------|
| #1 |  | Poly.AI |
| #2 | pluto tv | Pluto TV |
| #3 | Disney+ | Disney+ |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

Brasil

E-commerce 2023

55 millones

DE DESCARGAS

USD 35,640 billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO DE ECOMMERCE

60.8 millones

DE USUARIOS EN TODO EL MERCADO

USD 590.3 millones

REVENUE TOTAL DE APPS ECOMMERCE

+13.2% YoY Growth

REVENUE

USD 700,000

REVENUE DE COMPRAS IN-APP

USD 589.1 millones

REVENUE DE PUBLICIDAD

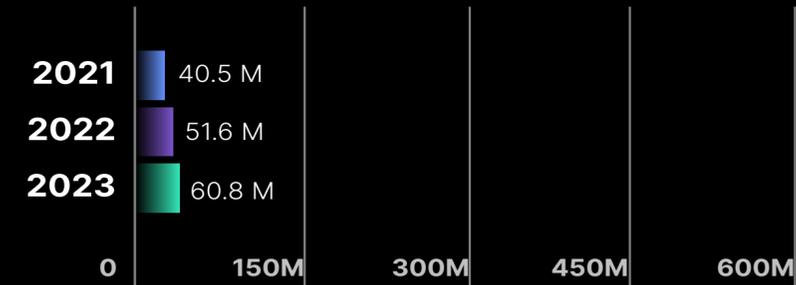
Brasil

E-commerce 2023

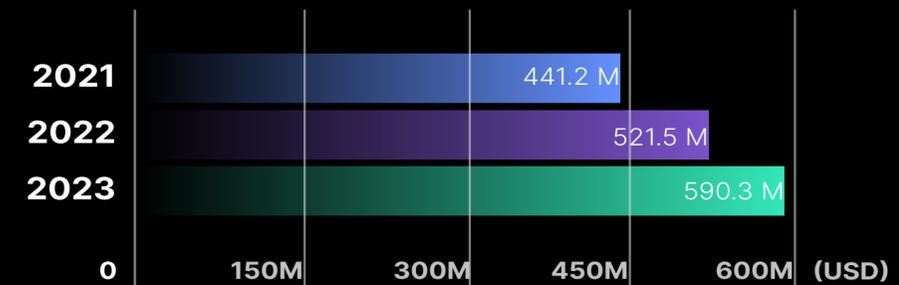
Las descargas de aplicaciones aumentaron de 40.5 millones en 2021 a 60.8 millones en 2023, reflejando un mayor interés de los usuarios brasileños en el comercio electrónico móvil.

En términos de ingresos, el revenue total de las aplicaciones de E-commerce creció de 441.2 millones de dólares en 2021 a 590.3 millones de dólares en 2023. Esta tendencia al alza también se reflejó en los ingresos por publicidad, que pasaron de 440.2 millones de dólares en 2021 a 589.1 millones de dólares en 2023. Aunque los ingresos por compras in-app se mantuvieron en 700,000 dólares de 2022 a 2023.

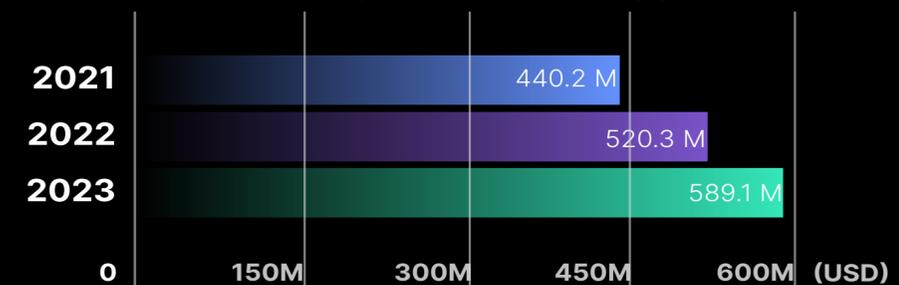
Descargas apps E-commerce



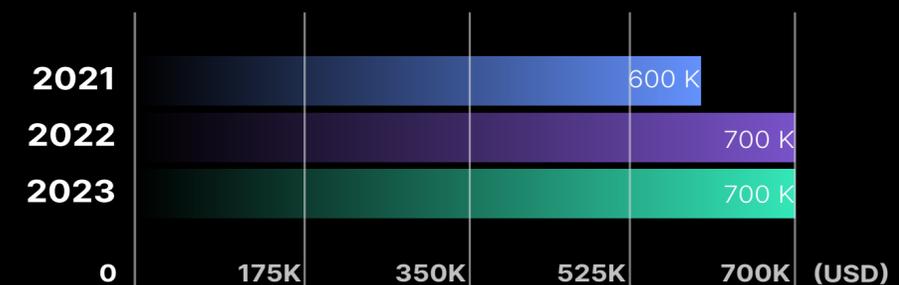
Revenue total de apps E-commerce



Revenue de publicidad de apps en E-commerce



Revenue de compras in-app de E-commerce



Brasil

Apps Ranking - Top 3 Apps

E-COMMERCE IOS

| | | |
|----|---|---------------|
| #1 |  | Shopee |
| #2 | MAGALU | Magalu |
| #3 |  | Mercado Livre |

E-COMMERCE Android

| | | |
|----|---|-----------------|
| #1 |  | Shopee |
| #2 | SHEIN | Shein |
| #3 |  | Amazon Shopping |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

Brasil

Fintech 2023

429
millones

DE DESCARGAS

USD 3.27
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO DE FINTECH

230.3
millones

DE USUARIOS EN TODO EL MERCADO

USD 24.1
millones

REVENUE TOTAL DE APPS FINTECH

+11%
YoY Growth

REVENUE

USD 3.7
millones

REVENUE DE COMPRAS IN-APP

USD 20
millones

REVENUE DE PUBLICIDAD

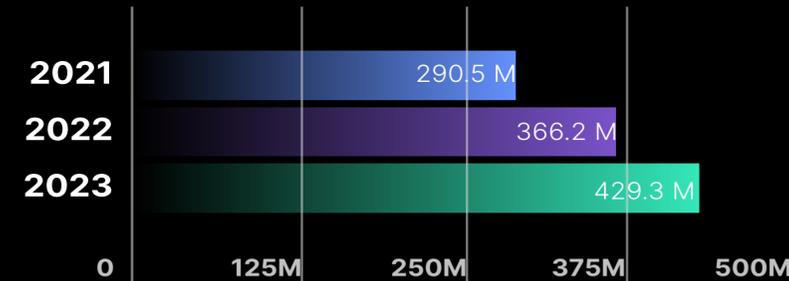
Brasil

Fintech 2023

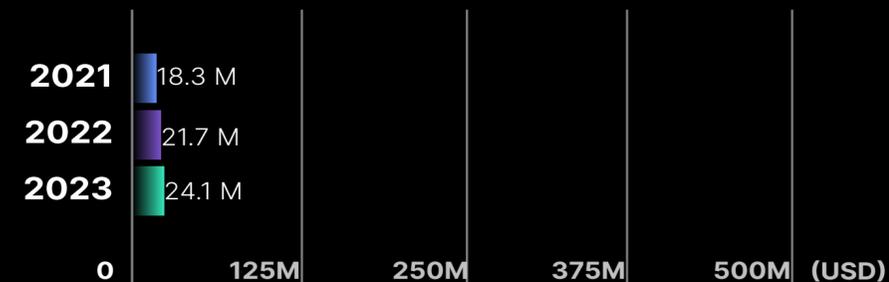
Las descargas de aplicaciones Fintech aumentaron de 290.5 millones en 2021 a 429.3 millones en 2023, reflejando un creciente interés de los usuarios en servicios financieros digitales. Los ingresos totales de las aplicaciones Fintech también crecieron, pasando de 18.3 millones de dólares en 2021 a 24.1 millones de dólares en 2023.

Este crecimiento se vio impulsado principalmente por un aumento en los ingresos por publicidad, que aumentaron de 14.3 millones de dólares en 2021 a 20 millones de dólares en 2023. El mercado de aplicaciones Fintech en Brasil sigue en alza, con un crecimiento significativo en descargas, ingresos y monetización.

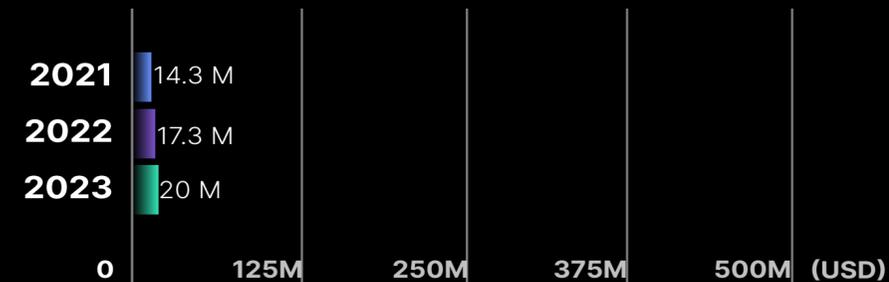
Descargas apps Fintech



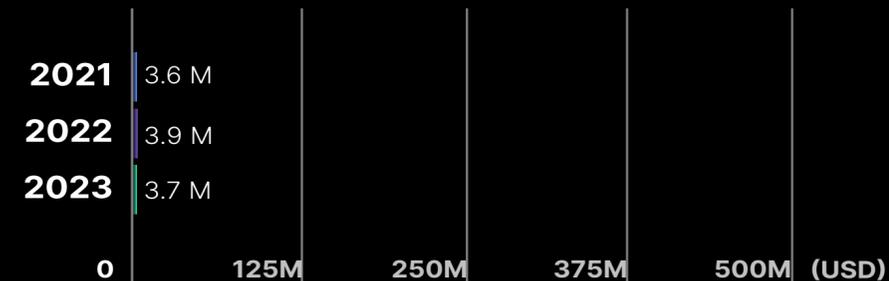
Revenue total de apps Fintech



Revenue de publicidad de apps en Fintech



Revenue de compras in-app de Fintech



Brasil

Apps Ranking - Top 3 Apps

FINTECH IOS

| | | |
|----|---|--------|
| #1 |  | Nubank |
| #2 |  | Serasa |
| #3 |  | PicPay |

FINTECH Android

| | | |
|----|---|--------|
| #1 |  | Nubank |
| #2 |  | Serasa |
| #3 |  | PicPay |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

Brasil

Alimentos y bebidas 2023

23.4
millones

DE DESCARGAS

USD 16.1
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

89.5
millones

DE USUARIOS EN TODO
EL MERCADO

USD 29
millones

REVENUE TOTAL DE APPS
ALIMENTOS Y BEBIDAS

+10.7%
YoY Growth

REVENUE

USD 3.8
millones

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 24.8
millones

REVENUE
DE PUBLICIDAD

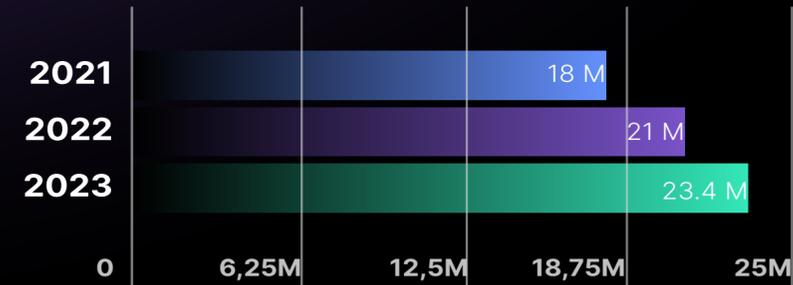
Brasil

Alimentos y bebidas 2023

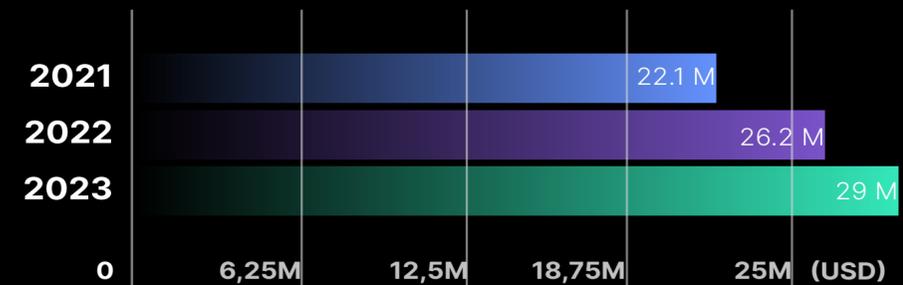
En 2023, el mercado de aplicaciones de Alimentos y Bebidas en Brasil experimentó un crecimiento moderado pero constante. Las descargas de aplicaciones aumentaron de 18 millones en 2021 a 23.4 millones en 2023, reflejando un mayor interés de los usuarios en servicios relacionados con alimentos y bebidas.

Los ingresos totales generados por estas aplicaciones aumentaron de 22.1 millones de dólares en 2021 a 29 millones de dólares en 2023. Este crecimiento estuvo impulsado por un aumento en los ingresos por publicidad, que pasaron de 18.5 millones de dólares en 2021 a 24.8 millones de dólares en 2023. Aunque los ingresos por compras dentro de la aplicación experimentaron una ligera disminución de 2022 a 2023, de 4 millones de dólares a 3.8 millones de dólares, siguen siendo una fuente importante de ingresos.

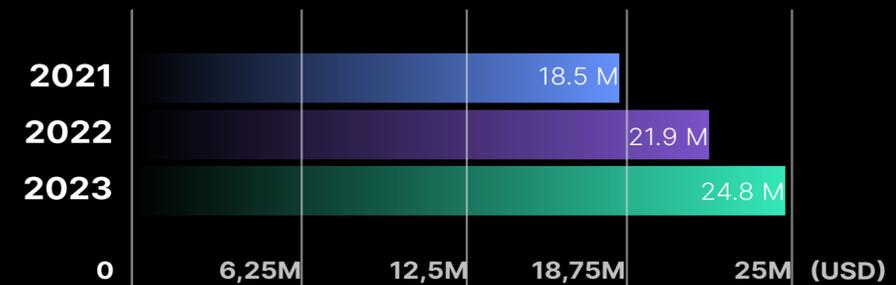
Descargas apps Alimentos y bebidas



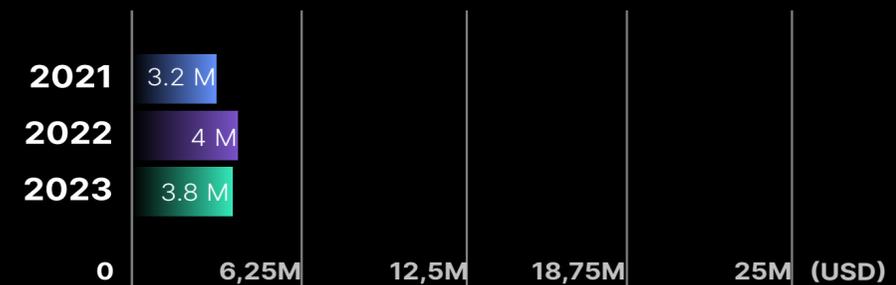
Revenue total de apps Alimentos y bebidas



Revenue de publicidad de apps en Alimentos y bebidas



Revenue de compras in-app de Alimentos y bebidas



Brasil

Apps Ranking - Top 3 Apps

ALIMENTOS Y BEBIDAS IOS

| | | |
|----|---|-------------|
| #1 |  | iFood |
| #2 |  | McDonald's |
| #3 |  | Zé Delivery |

ALIMENTOS Y BEBIDAS Android

| | | |
|----|---|-------------|
| #1 |  | iFood |
| #2 |  | McDonald's |
| #3 |  | Zé Delivery |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

9 / Datos del mercado mobile España 2023

3.64 horas
diarias promedio

DEDICADAS AL MÓVIL
POR USUARIO

USD 910
millones

DE GASTO DE USUARIOS
(#18 A NIVEL MUNDIAL)

92.7%

DE LA POBLACIÓN
ACCEDE A INTERNET
A TRAVÉS DE SU MÓVIL

45.6
millones

DE ESPAÑOLES SON USUARIOS
DE INTERNET A TRAVÉS
DE CUALQUIER DISPOSITIVO
(96% DE LA POBLACIÓN TOTAL)

58.3
millones

CONEXIONES
DE TELEFONÍA CELULAR

USD 2
billones

REVENUE DE APPS

España

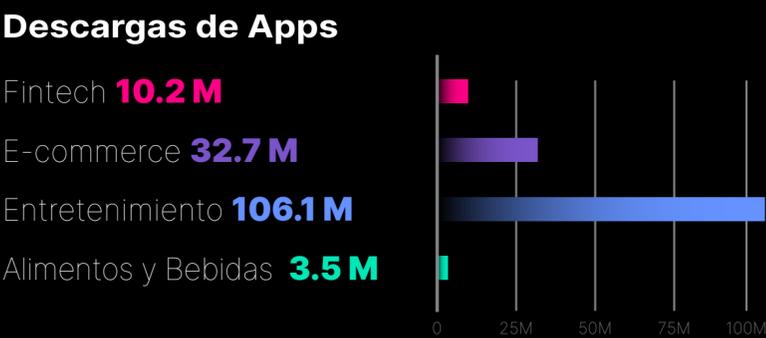
El mercado de aplicaciones móviles en España continuó mostrando un crecimiento sólido y una fuerte penetración en la vida cotidiana de los usuarios.

Con un promedio de 3.64 horas diarias dedicadas al móvil por usuario, España sigue siendo un mercado donde los dispositivos móviles desempeñan un papel central en la vida de las personas, desde comunicaciones hasta entretenimiento y transacciones comerciales.

El gasto de usuarios en aplicaciones móviles en España alcanzó los 910 millones de dólares en 2023, lo que representa un aumento significativo con respecto a años anteriores. Este incremento indica una mayor disposición de los usuarios a realizar transacciones dentro de las aplicaciones móviles, lo que crea oportunidades para el crecimiento y la monetización de estas plataformas.

La categoría de Entretenimiento lidera con 106 millones de descargas, seguida de cerca por E-commerce con 32.7 millones. Las aplicaciones Fintech y de Alimentos y Bebidas también muestran un número significativo de descargas, con 10.2 millones y 3.5 millones respectivamente.

En términos de ingresos generados por aplicaciones, el Entretenimiento lidera con 218 millones de dólares, seguido por E-commerce con 204 millones. Aunque las aplicaciones Fintech y de Alimentos y Bebidas tienen menos descargas en comparación con otras categorías, siguen generando ingresos significativos, con 4.9 millones y 8.6 millones de dólares respectivamente.



España

Entretenimiento 2023

106.1
millones

DE DESCARGAS

USD 2.2
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE ENTRETENIMIENTO (OTT)

40.1
millones

DE USUARIOS EN TODO
EL MERCADO

USD 218.3
millones

REVENUE TOTAL DE APPS
ENTRETENIMIENTO (OTT)

+19.9%
YoY Growth

REVENUE

USD 76.3
millones

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

141.6
millones

REVENUE
DE PUBLICIDAD

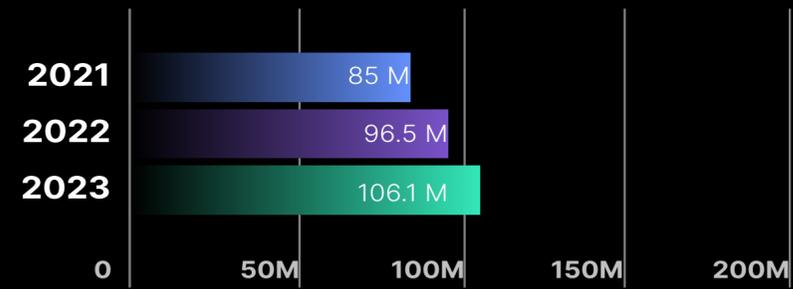
España

Entretenimiento (OTT) 2023

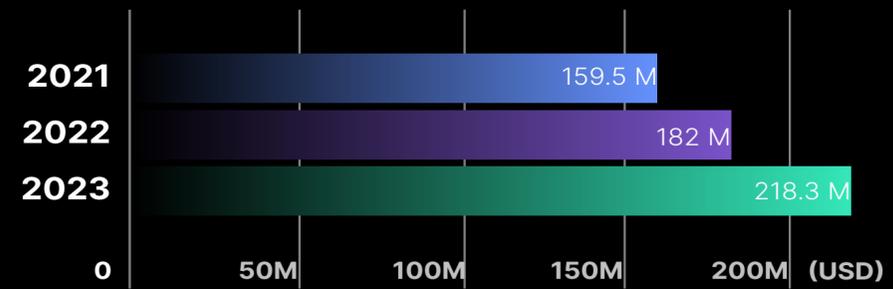
Las descargas de aplicaciones aumentaron constantemente de 85 millones en 2021 a 106.1 millones en 2023. Paralelamente, los ingresos totales de las aplicaciones de Entretenimiento alcanzaron los 218.3 millones de dólares en 2023, reflejando un aumento en la monetización.

Los ingresos por publicidad pasaron de 87.1 millones de dólares en 2021 a 141.6 millones de dólares en 2023. Aunque los ingresos por compras in-app experimentaron una ligera fluctuación, se mantuvieron relativamente estables, llegando a 76.3 millones de dólares en 2023. En resumen, el mercado de aplicaciones de Entretenimiento en España muestra una tendencia al alza en las descargas y los ingresos.

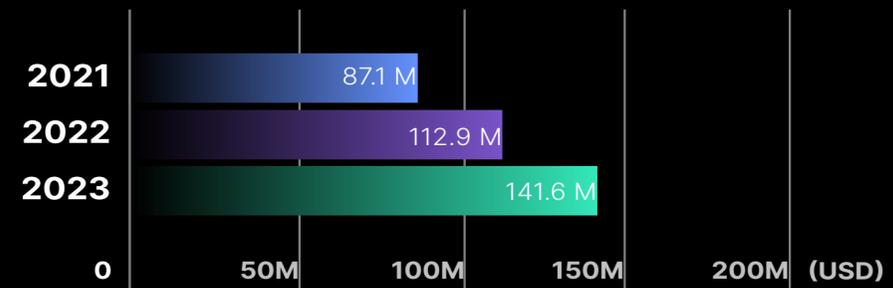
Descargas apps Entretenimiento (OTT)



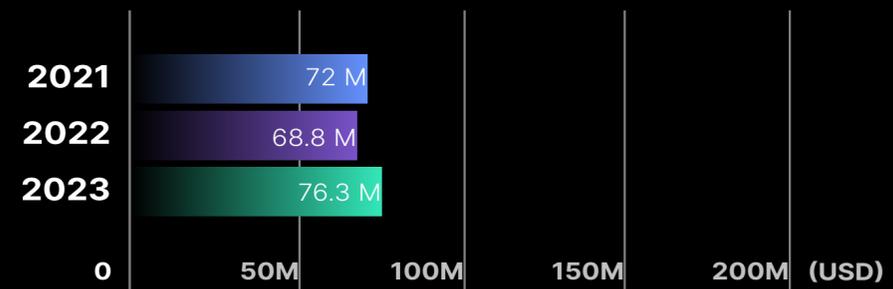
Revenue total de apps Entretenimiento (OTT)



Revenue de publicidad de apps en Entretenimiento (OTT)



Revenue de compras in-app de Entretenimiento (OTT)



España

Apps Ranking - Top 3 Apps

ENTRETENIMIENTO IOS

| | | |
|----|---|--------------|
| #1 |  | Disney+ |
| #2 |  | Pluto TV |
| #3 |  | Amazon Prime |

ENTRETENIMIENTO Android

| | | |
|----|---|--------------|
| #1 |  | Disney+ |
| #2 |  | Pluto TV |
| #3 |  | Amazon Prime |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

España

E-commerce 2023

32.7
millones

DE DESCARGAS

USD 28.5
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE ECOMMERCE

16.6
millones

DE USUARIOS EN TODO
EL MERCADO

USD 204.8
millones

REVENUE TOTAL DE APPS
ECOMMERCE

+24.2%
YoY Growth

REVENUE

USD 23.1
millones

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 181.3
millones

REVENUE
DE PUBLICIDAD

España

E-commerce 2023

Las descargas de aplicaciones aumentaron constantemente, alcanzando los 32.7 millones, mientras que los ingresos totales del sector crecieron significativamente, llegando a los 204.8 millones de dólares. Este crecimiento se vio impulsado principalmente por un aumento en los ingresos por publicidad, que alcanzaron los 181.3 millones de dólares, reflejando una mayor inversión de los anunciantes en este canal. El mercado de aplicaciones de E-commerce en España muestra un potencial continuo de crecimiento y oportunidades.



España

Apps Ranking - Top 3 Apps

SHOPPING IOS

| | | |
|----|---|-----------------|
| #1 |  | Temu |
| #2 | SHEIN | Shein |
| #3 |  | Miravia Miravia |

SHOPPING Android

| | | |
|----|---|-----------------|
| #1 |  | Temu |
| #2 | SHEIN | Shein |
| #3 |  | Miravia Miravia |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

España

Fintech 2023

10.2
millones

DE DESCARGAS

USD 3
billones

TAMAÑO DEL MERCADO
DE FINTECH

50.5
millones

DE USUARIOS EN TODO
EL MERCADO

USD 4.9
millones

REVENUE TOTAL
DE APPS FINTECH

+23.2%
YoY Growth

REVENUE

USD
500,000

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 4.1
millones

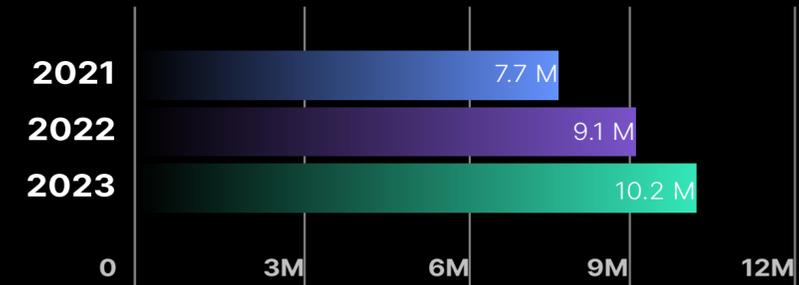
REVENUE
DE PUBLICIDAD

España

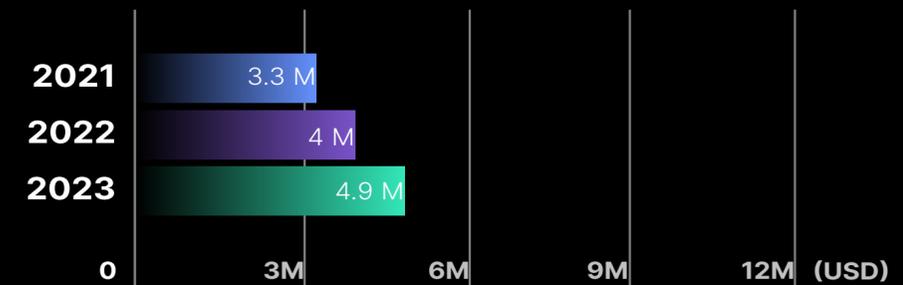
Fintech 2023

Las descargas de aplicaciones aumentaron gradualmente de 7.7 millones en 2021 a 10.2 millones en 2023. Paralelamente, los ingresos totales de las aplicaciones Fintech aumentaron significativamente de 3.3 millones de dólares en 2021 a 4.9 millones de dólares en 2023. Los ingresos por publicidad pasaron de 2.5 millones de dólares en 2021 a 4.1 millones de dólares en 2023. Las compras dentro de la aplicación, que se mantuvieron estables en 500,000 dólares en 2023.

Descargas apps Fintech



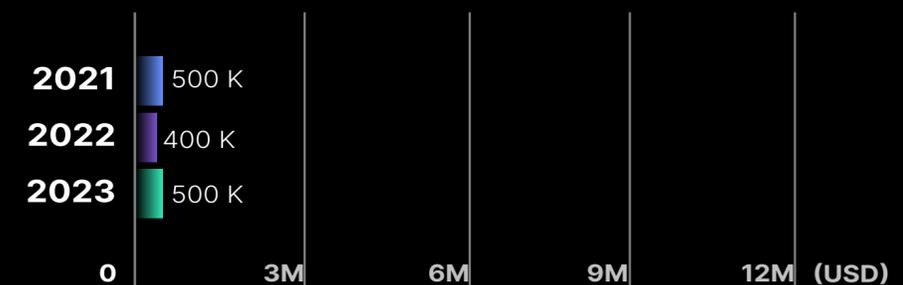
Revenue total de apps Fintech



Revenue de publicidad de apps en Fintech



Revenue de compras in-app de Fintech



España

Apps Ranking - Top 3 Apps

FINTECH IOS

| | | |
|----|---|---------|
| #1 |  | Revolut |
| #2 |  | Waylet |
| #3 |  | PayPal |

FINTECH Android

| | | |
|----|---|---------------|
| #1 |  | Waylet |
| #2 |  | Revolut |
| #3 |  | Google Wallet |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

España

Alimentos y bebidas 2023

3.5
millones

DE DESCARGAS

USD 7.2
billones

TAMAÑO DEL MERCADO DE
ALIMENTOS Y BEBIDAS

17.9
millones

DE USUARIOS EN TODO
EL MERCADO

USD 8.6
millones

REVENUE TOTAL DE APPS
ALIMENTOS Y BEBIDAS

+23.9%
YoY Growth

REVENUE

USD
700,000

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 7.5
millones

REVENUE
DE PUBLICIDAD

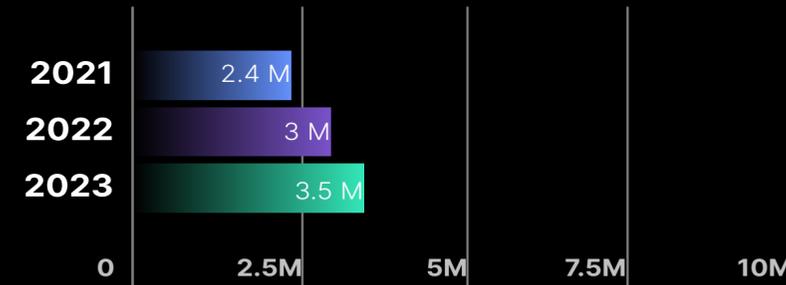
España

Alimentos y bebidas 2023

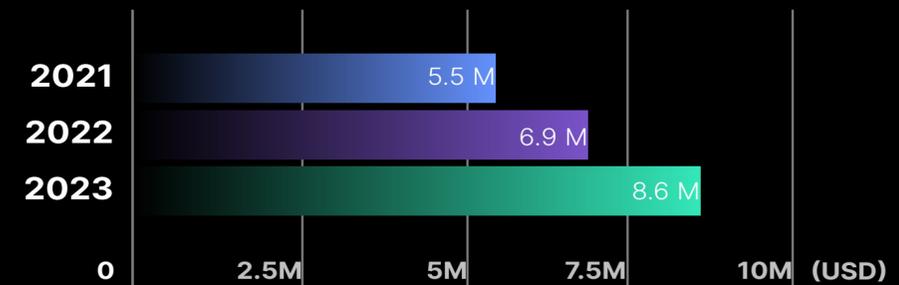
El mercado de aplicaciones de Alimentos y Bebidas en España experimentó un crecimiento constante en 2023. Las descargas de aplicaciones aumentaron gradualmente de 2.4 millones en 2021 a 3.5 millones en 2023. Paralelamente, los ingresos totales de las aplicaciones de Alimentos y Bebidas aumentaron significativamente de 5.5 millones de dólares en 2021 a 8.6 millones de dólares en 2023, impulsados por un aumento en los ingresos por publicidad, que pasaron de 4.6 millones de dólares en 2021 a 7.5 millones de dólares en 2023.

Los ingresos por compras dentro de la aplicación se mantuvieron estables en 700,000 dólares durante este período.

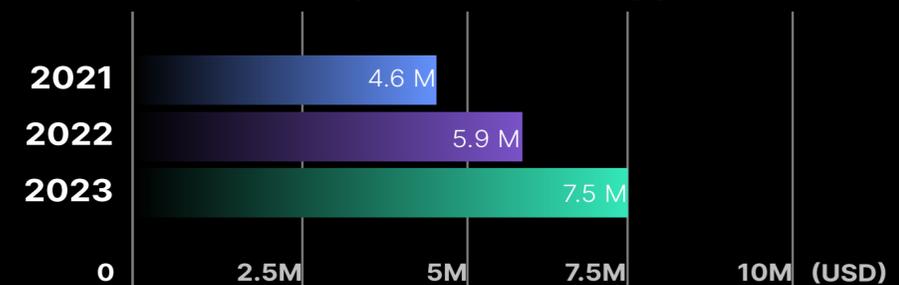
Descargas apps Alimentos y bebidas



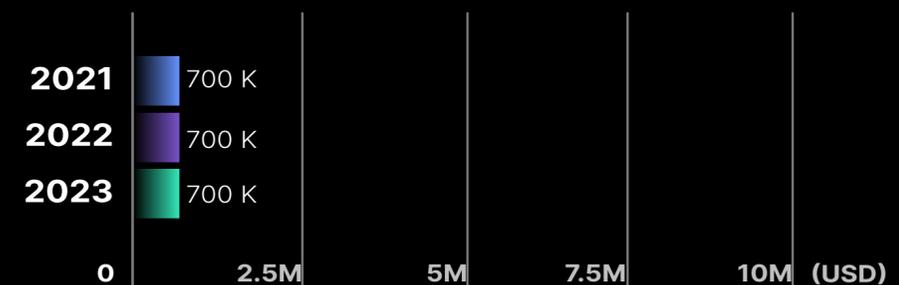
Revenue total de apps Alimentos y bebidas



Revenue de publicidad de apps en Alimentos y bebidas



Revenue de compras in-app de Alimentos y bebidas



España

Apps Ranking - Top 3 Apps

ALIMENTOS Y BEBIDAS IOS

| | | |
|----|---|----------------|
| #1 |  | Uber Eats |
| #2 |  | Too Good To Go |
| #3 |  | McDonald's |

ALIMENTOS Y BEBIDAS Android

| | | |
|----|---|--------------------|
| #1 |  | Too Good To Go |
| #2 |  | BURGER KING España |
| #3 |  | McDonald's |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

10 / Datos del mercado mobile Chile 2023

**17.69
millones**

DE CHILENOS SON USUARIOS DE INTERNET A TRAVÉS DE CUALQUIER DISPOSITIVO (83.2% DE LA POBLACIÓN TOTAL)

**28.84
millones**

CONEXIONES DE TELEFONÍA CELULAR

**USD 243
millones**

REVENUE DE APPS

90.2%

DE LA POBLACIÓN ACCEDE A INTERNET A TRAVÉS DE SU MÓVIL

Chile

Chile cuenta con 17.69 millones de usuarios de internet, lo que representa aproximadamente el 83.2% de la población total. Además, hay 28.84 millones de conexiones de telefonía celular. El 90.2% de la población accede a internet a través de su móvil, lo que destaca la importancia de los dispositivos móviles en el acceso a la información y los servicios en línea en el país.

Chile generó un total de 563.9 millones de dólares en ingresos en 2023, lo que indica un crecimiento constante en la monetización de aplicaciones móviles en el país.

Las categorías de aplicaciones más populares en Chile en términos de descargas son Entretenimiento, con 92.6 millones de descargas, y Alimentos y Bebidas, con 9.7 millones de descargas. Las aplicaciones Fintech y E-commerce también muestran un número significativo de descargas, con 9 millones y 3.7 millones respectivamente.

En términos de ingresos generados por aplicaciones, Entretenimiento lidera con 55.5 millones de dólares, seguido por E-commerce con 43.4 millones. Aunque las aplicaciones Fintech y de Alimentos y Bebidas tienen menos descargas en comparación con otras categorías, siguen generando ingresos significativos, con 2.8 millones y 2.4 millones de dólares respectivamente.

Descargas de Apps



Apps total revenue USD 563.9 M *



Apps revenue de publicidad



Crecimiento de revenue comparado con 2022



*El total de aplicaciones incluye 20 categorías de aplicaciones que no son juegos y 15 categorías de aplicaciones de juegos que se encuentran tanto en App Store como en Google Play Store.
*Nuestras estadísticas incluyen los ingresos obtenidos por los desarrolladores y también los ingresos obtenidos por las tiendas a través de comisiones.

Apps revenue from in-app purchases



Chile

Entretenimiento (OTT) 2023

92.6
millones

DE DESCARGAS

15
millones

DE USUARIOS EN TODO EL
MERCADO

USD 55.5
millones

REVENUE TOTAL DE APPS
ENTRETENIMIENTO (OTT)

USD 602.4
millones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE ENTRETENIMIENTO (OTT)

+8.1%
YoY Growth

REVENUE

USD 20.2
millones

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 35.1 M
millones

REVENUE
DE PUBLICIDAD

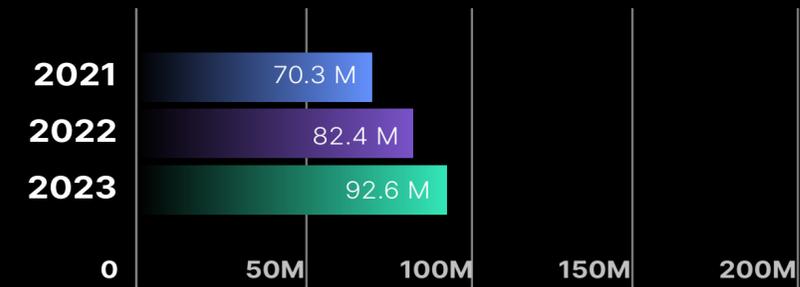
Chile

Entretenimiento (OTT) 2023

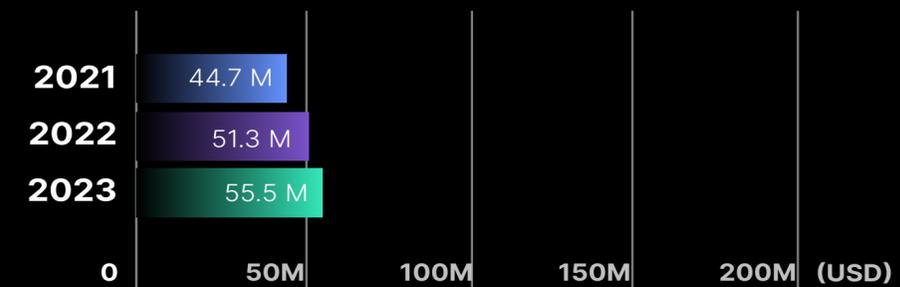
Las descargas de aplicaciones aumentaron constantemente, alcanzando los 92.6 millones en comparación con los 70.3 millones en 2021. Los ingresos totales generados por estas aplicaciones también crecieron, pasando de 44.7 millones de dólares en 2021 a 55.5 millones en 2023.

Este crecimiento se vio impulsado principalmente por un aumento en los ingresos por publicidad, que aumentaron de 23.9 millones de dólares a 35.1 millones durante el mismo período.

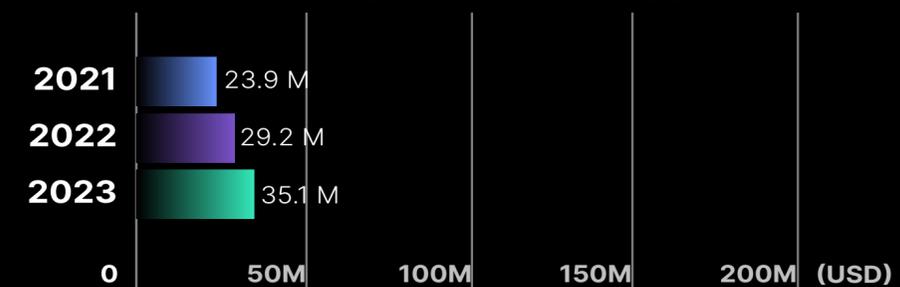
Descargas apps Entretenimiento (OTT)



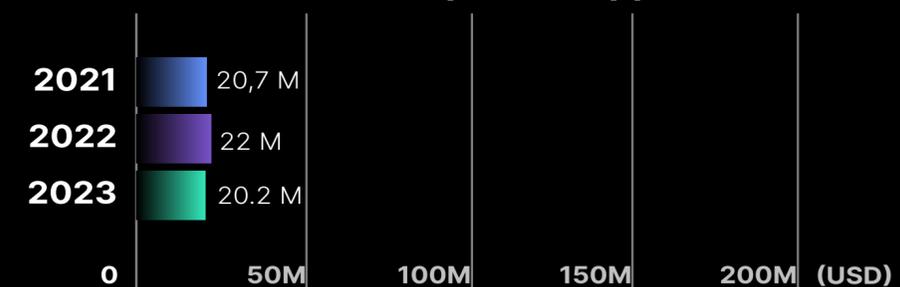
Revenue total de apps Entretenimiento (OTT)



Revenue de publicidad de apps en Entretenimiento (OTT)



Revenue de compras in-app de Entretenimiento (OTT)



Chile

Apps Ranking - Top 3 Apps

ENTRETENIMIENTO IOS

#1  Tik Tok

#2  Netflix

#3  Disney+

ENTRETENIMIENTO Android

#1  Pluto TV

#2  Disney+

#3  Star +

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

Chile

E-commerce 2023

3.7
millones

DE DESCARGAS

6.1
millones

DE USUARIOS EN TODO
EL MERCADO

USD 43.4
millones

REVENUE TOTAL DE APPS
E-COMMERCE

USD 7
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE E-COMMERCE

+20%
YoY Growth

REVENUE

USD 300
mil

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 42.9
millones

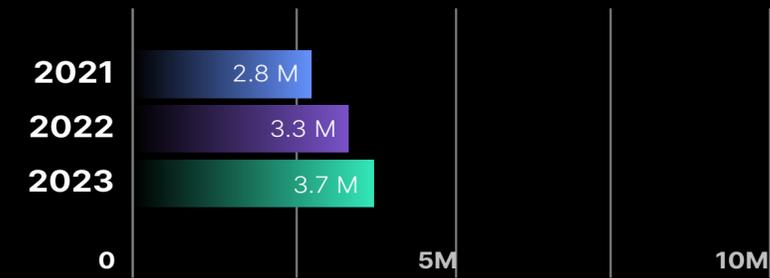
REVENUE
DE PUBLICIDAD

Chile

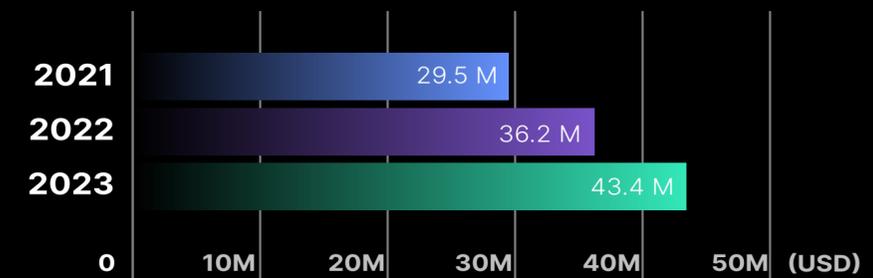
E-commerce 2023

Las descargas de aplicaciones aumentaron constantemente, alcanzando los 3.7 millones en comparación con los 2.8 millones en 2021. Además, los ingresos totales generados por estas aplicaciones también experimentaron un notable crecimiento, pasando de 29.5 millones de dólares en 2021 a 43.4 millones en 2023. Los ingresos por publicidad aumentaron de 29 millones de dólares a 42.9 millones durante el mismo período.

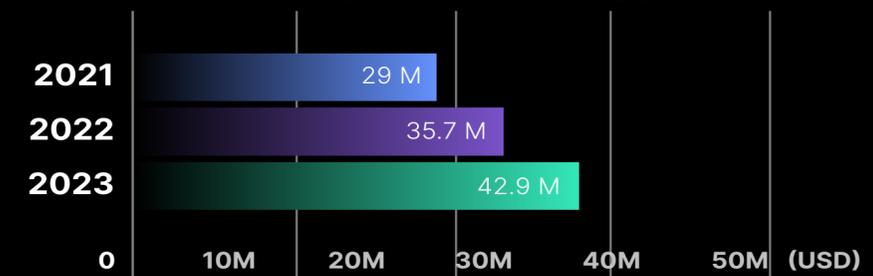
Descargas apps E-commerce Chile



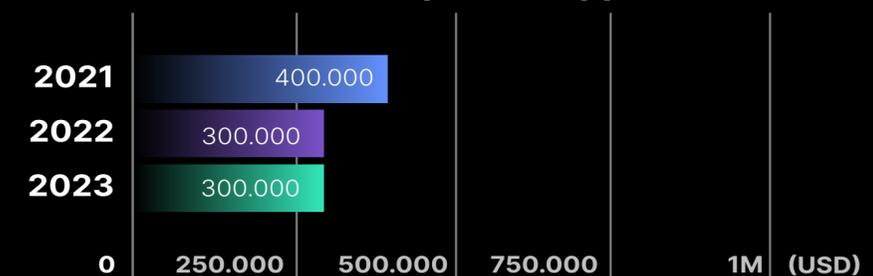
Revenue total de apps E-commerce Chile (USD)



Revenue de publicidad de apps en E-commerce Chile (USD)



Revenue de compras in-app de E-commerce Chile (USD)



Chile

Apps Ranking - Top 3 Apps

SHOPPING IOS

- #1  Temu
- #2 **SHEIN** Shein
- #3  AliExpress

SHOPPING Android

- #1  Temu
- #2 **SHEIN** Shein
- #3  AliExpress

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

Chile

Fintech 2023

9
millones

DE DESCARGAS

16.1
millones

DE USUARIOS

USD 2.8
millones

REVENUE TOTAL
DE APPS FINTECH

USD 371
millones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE FINTECH

+9.7%
YoY Growth

REVENUE

USD 800,000

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

1
millón

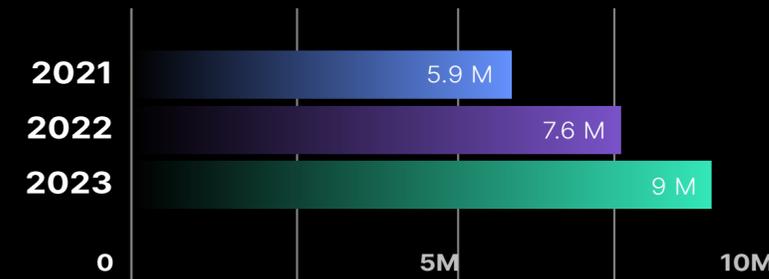
REVENUE
DE PUBLICIDAD

Chile

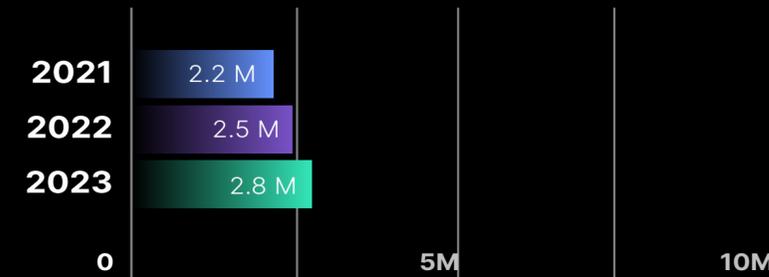
Fintech 2023

Las descargas de aplicaciones aumentaron de 5.9 millones en 2021 a 9 millones en 2023. Los ingresos totales también aumentaron, pasando de 2.2 millones de dólares en 2021 a 2.8 millones en 2023. Se observó un leve crecimiento en los ingresos por publicidad, que pasaron de 600,000 dólares en 2021 a 1 millón en 2023. Mientras tanto, los ingresos por compras in-app se mantuvieron estables en 800,000 dólares durante el mismo período.

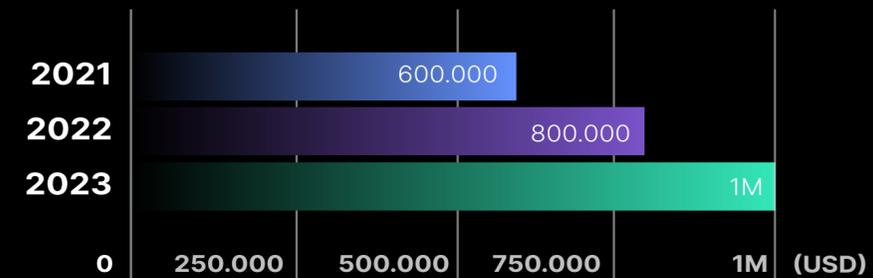
Descargas apps Fintech Chile



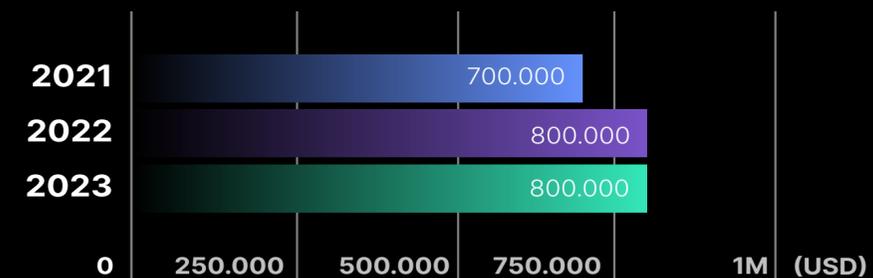
Revenue total de apps Fintech Chile (USD)



Revenue de publicidad de apps en Fintech Chile (USD)



Revenue de compras in-app de Fintech Chile (USD)



Chile

Apps Ranking - Top 3 Apps

FINTECH IOS

| | | |
|----|---|---------------------------|
| #1 |  | Tapp de Caja de los Andes |
| #2 |  | Banco Estado |
| #3 |  | Mercado Pago |

FINTECH Android

| | | |
|----|---|---------------------------|
| #1 |  | Tapp de Caja de los Andes |
| #2 |  | Santander Chile |
| #3 |  | Mercado Pago |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

Chile

Alimentos y bebidas 2023

9.7
millones

DE DESCARGAS

8.1
millones

DE USUARIOS

USD 2.4
millones

REVENUE TOTAL
DE APPS ALIMENTOS Y BEBIDAS

USD 1.2
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO
DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

+14.3%
YoY Growth

REVENUE

USD 400,000

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

1.9
millones

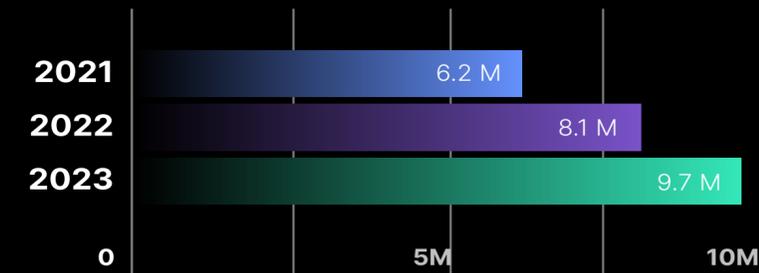
REVENUE
DE PUBLICIDAD

Chile

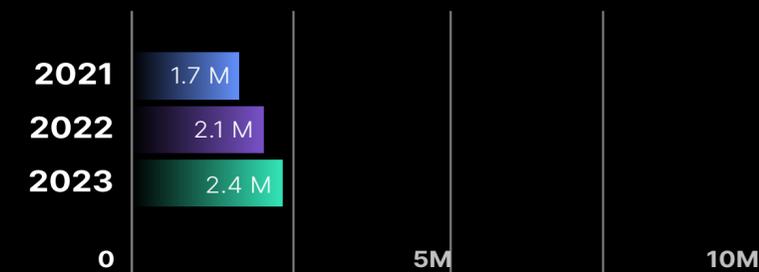
Alimentos y bebidas 2023

Las descargas de aplicaciones aumentaron de 6.2 millones en 2021 a 9.7 millones en 2023. Los ingresos totales también experimentaron un incremento, pasando de 1.7 millones de dólares en 2021 a 2.4 millones en 2023. Los ingresos por publicidad dentro de estas aplicaciones aumentaron de 1.2 millones de dólares en 2021 a 1.9 millones en 2023, mientras que los ingresos por compras in-app se mantuvieron estables en 400,000 dólares durante el período analizado.

Descargas apps Alimentos y bebidas Chile



Revenue total de apps Alimentos y bebidas Chile (USD)



Revenue de publicidad de apps en Alimentos y bebidas Chile (USD)



Revenue de compras in-app de Alimentos y bebidas Chile (USD)



Chile

Apps Ranking - Top 3 Apps

ALIMENTOS Y BEBIDAS IOS

| | | |
|----|---|------------|
| #1 |  | McDonald's |
| #2 |  | PedidosYa |
| #3 |  | Uber Eats |

ALIMENTOS Y BEBIDAS Android

| | | |
|----|---|------------|
| #1 |  | PedidosYa |
| #2 |  | McDonald's |
| #3 |  | KFC |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

11 / Datos del mercado mobile Colombia 2023

51
billones

HORAS TOTALES DEDICADAS
AL MÓVIL #18 A NIVEL
MUNDIAL

70%

PENETRACIÓN
DE TELEFONÍA MÓVIL

USD 97
millones

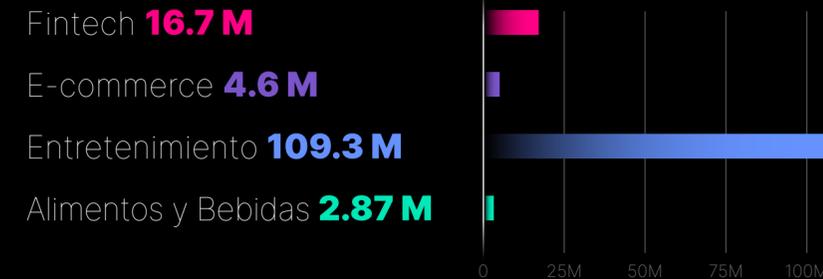
REVENUE DE APPS

41.4
millones

DE COLOMBIANOS SON
USUARIOS DE INTERNET
A TRAVÉS DEL MÓVIL

Con 51 billones de horas dedicadas al móvil y 41.4 millones de usuarios de internet móvil, el país evidencia una alta penetración de la tecnología móvil. Los ingresos totales de aplicaciones alcanzaron los 433.3 millones de dólares, reflejando un mercado en desarrollo, áreas como Entretenimiento y E-commerce lideraron en descargas y generación de ingresos. A pesar de que Fintech y Alimentos y Bebidas tienen menos ingresos en comparación, muestran un interés creciente.

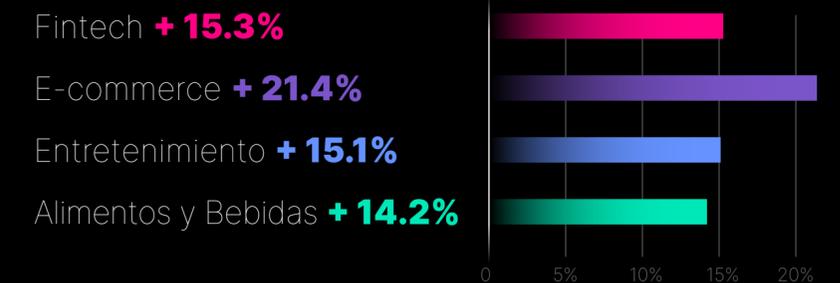
Descargas de Apps



Apps total revenue USD 433.3 M *



Crecimiento de revenue comparado con 2022



*El total de aplicaciones incluye 20 categorías de aplicaciones que no son juegos y 15 categorías de aplicaciones de juegos que se encuentran tanto en App Store como en Google Play Store.
*Nuestras estadísticas incluyen los ingresos obtenidos por los desarrolladores y también los ingresos obtenidos por las tiendas a través de comisiones.

Apps revenue de publicidad



Apps revenue de compras in-app



Colombia

Entretenimiento (OTT) 2023

109.3
millones

DE DESCARGAS

26.6
millones

DE USUARIOS

USD 42 M
millones

REVENUE TOTAL
DE APPS ENTRETENIMIENTO (OTT)

USD 629
millones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO DE
ENTRETENIMIENTO (OTT)

+15.1%
YoY Growth

REVENUE

USD 7
millones

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 35
millones

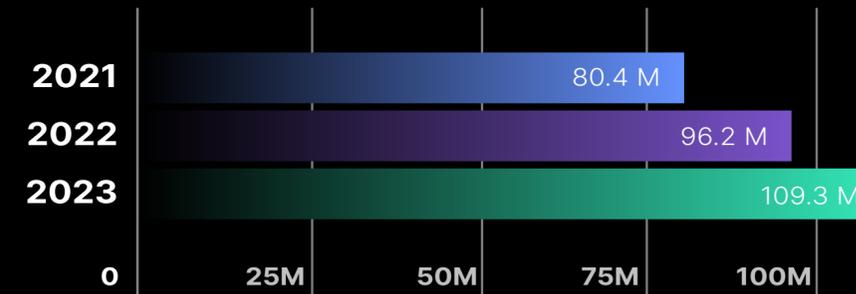
REVENUE
DE PUBLICIDAD

Colombia

Entretenimiento (OTT) 2023

El mercado de aplicaciones de entretenimiento en Colombia experimentó un crecimiento significativo entre 2021 y 2023. Las descargas de aplicaciones aumentaron en un 36% durante este período, pasando de 80.4 millones a 109.3 millones. Los ingresos totales de estas aplicaciones también aumentaron notablemente en un 38%, alcanzando los 42.1 millones de dólares en 2023, frente a los 30.5 millones de dólares en 2021. Los ingresos por publicidad tuvieron un crecimiento del 51%, pasando de 23.2 millones a 35 millones de dólares. A pesar de una ligera disminución del 2.7% en los ingresos por compras in-app, el mercado de entretenimiento en Colombia continúa mostrando un crecimiento dinámico y prometedor.

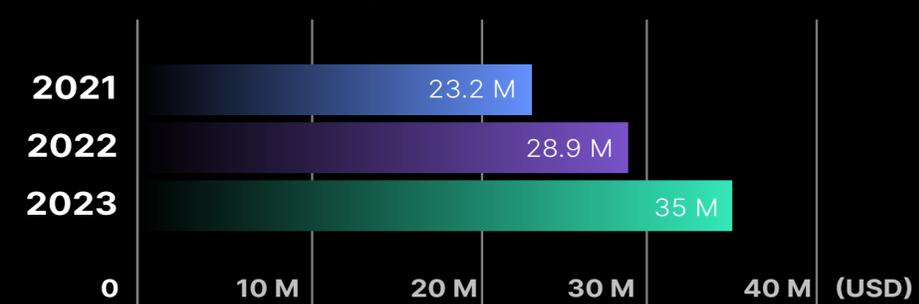
Descargas apps Entretenimiento (OTT)



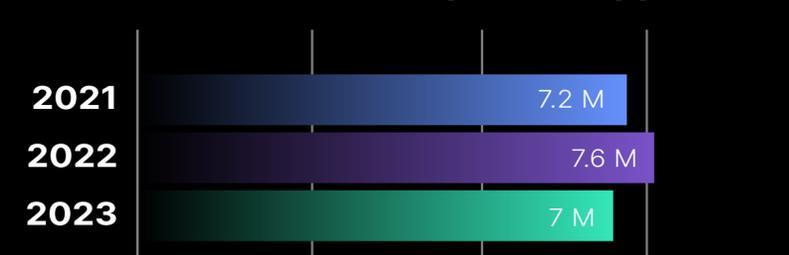
Revenue total de apps Entretenimiento (OTT)



Revenue de publicidad de apps en Entretenimiento (OTT)



Revenue de compras in-app de Entretenimiento (OTT)



Colombia

Apps Ranking - Top 3 Apps 2023

ENTRETENIMIENTO IOS

| | | |
|----|---|--------------|
| #1 |  | Tik Tok |
| #2 |  | Amazon Prime |
| #3 |  | Netflix |

ENTRETENIMIENTO Android

| | | |
|----|---|-----------|
| #1 |  | Disney+ |
| #2 |  | Canela.TV |
| #3 |  | Vix |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

Colombia

E-commerce 2023

4.6
millones

DE DESCARGAS

14.7
millones

DE USUARIOS

USD 44.3 M
millones

REVENUE TOTAL
DE APPS E-COMMERCE

USD 7.3
billones

TAMAÑO TOTAL DE
MERCADO DE E-COMMERCE

+21.4%
YoY Growth

REVENUE

USD 700
mil

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 44
millones

REVENUE
DE PUBLICIDAD

Colombia

E-commerce 2023

El mercado de aplicaciones de E-commerce en Colombia experimentó un notable crecimiento entre 2021 y 2023. Las descargas de aplicaciones aumentaron en un 58.6%, pasando de 2.9 millones a 4.6 millones. En términos de ingresos, el revenue total de las aplicaciones de comercio electrónico creció en un 51.4%, alcanzando los 44.3 millones de dólares en 2023, frente a los 29.2 millones de dólares en 2021. Los ingresos por publicidad también aumentaron en un 51.2%, pasando de 29.1 millones a 44 millones de dólares. Aunque los ingresos por compras in-app se mantuvieron estables en 700,000 dólares.

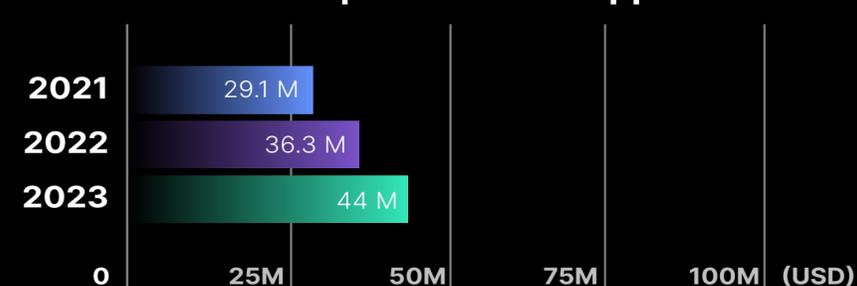
Descargas apps E-commerce



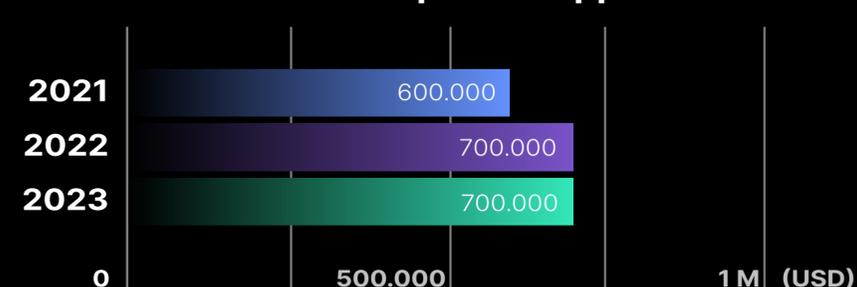
Revenue total de apps E-commerce



Revenue de publicidad de apps en E-commerce



Revenue de compras in-app de E-commerce



Colombia

Apps Ranking - Top 3 Apps 2023

SHOPPING IOS

| | | |
|----|---|------------|
| #1 |  | Shein |
| #2 |  | AliExpress |
| #3 |  | Shopee |

SHOPPING Android

| | | |
|----|---|------------|
| #1 |  | Shopee |
| #2 |  | Alibaba |
| #3 |  | AliExpress |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

Colombia

Fintech 2023

16.7
millones

DE DESCARGAS

29.7
millones

DE USUARIOS

USD 1.7 M
millones

REVENUE TOTAL
DE APPS FINTECH

USD 152.7
billones

TAMAÑO TOTAL DEL
MERCADO DE FINTECH

+15.3%
YoY Growth

REVENUE

USD 250
mil

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

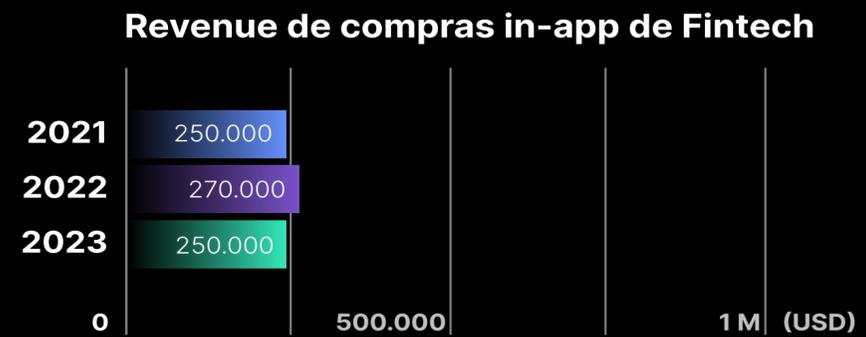
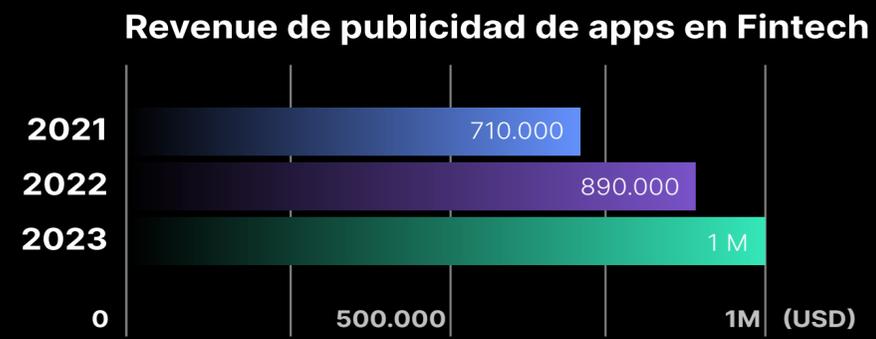
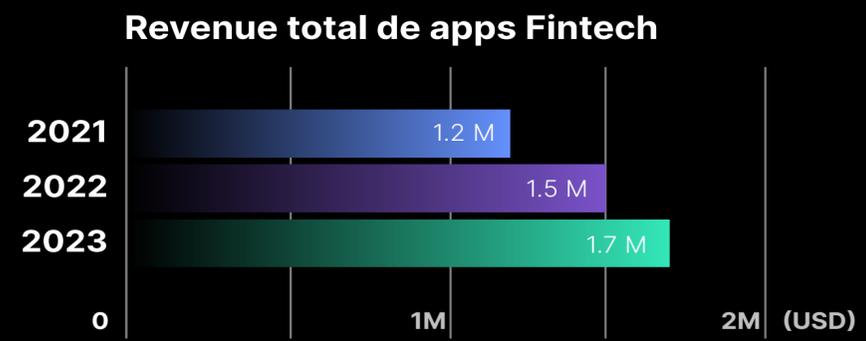
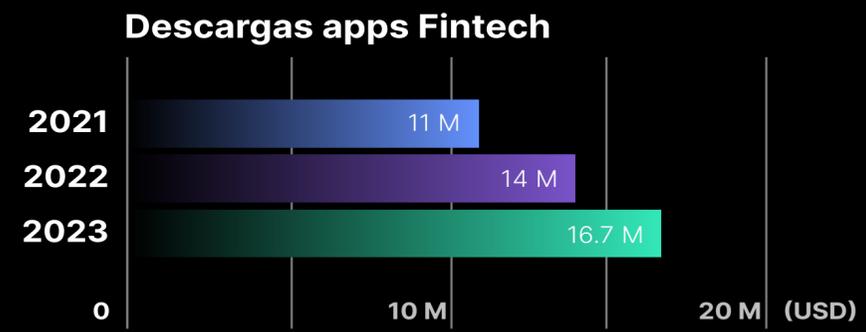
USD 1
millón

REVENUE
DE PUBLICIDAD

Colombia

Fintech 2023

Las descargas de aplicaciones fintech aumentaron en un 52%, pasando de 11 millones en 2021 a 16.7 millones en 2023. En términos de ingresos, el revenue total de las aplicaciones fintech aumentó en un 41.7%, alcanzando los 1.7 millones de dólares en 2023, en comparación con los 1.2 millones de dólares en 2021. Los ingresos por publicidad también mostraron un incremento del 40.8%, pasando de 710,000 dólares en 2021 a 1 millón de dólares en 2023. Por otro lado, los ingresos por compras in-app se mantuvieron estables, con una ligera disminución del 7.4% en 2023 en comparación con 2022.



Colombia

Apps Ranking - Top 3 Apps

FINTECH IOS

| | | |
|----|---|----------------------|
| #1 |  | Nequi Colombia |
| #2 |  | Bancolombia Personas |
| #3 |  | Finzi |

FINTECH Android

| | | |
|----|---|-----------------------|
| #1 |  | Nequi Colombia |
| #2 |  | Finzi |
| #3 |  | Bancolombia A la Mano |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

Colombia

Alimentos y bebidas 2023

2.8
millones

DE DESCARGAS

15.4
millones

DE USUARIOS

USD 2.7 M
millones

REVENUE TOTAL
DE APPS ALIMENTOS Y BEBIDAS

USD 1.4
billones

TAMAÑO TOTAL DEL MERCADO DE
ALIMENTOS Y BEBIDAS

+14.2%
YoY Growth

REVENUE

USD 580
mil

REVENUE DE
COMPRAS IN-APP

USD 1.86
millón

REVENUE
DE PUBLICIDAD

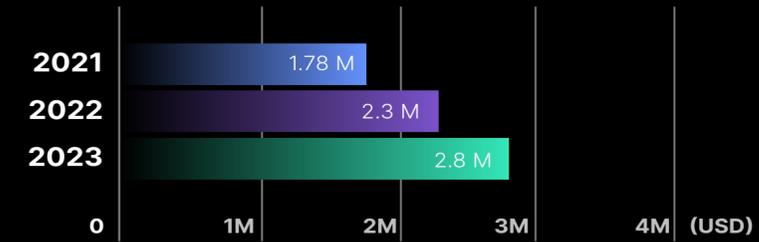
Colombia

Alimentos y bebidas 2023

Las descargas de aplicaciones en esta categoría aumentaron un 57.3%, pasando de 1.78 millones en 2021 a 2.8 millones en 2023. En términos de ingresos totales, hubo un incremento del 42.1%, con los ingresos totales de las aplicaciones de Alimentos y Bebidas aumentando de 1.9 millones de dólares en 2021 a 2.7 millones en 2023. Los ingresos por publicidad en estas aplicaciones experimentaron el mayor crecimiento, con un aumento del 51.2% desde 1.23 millones de dólares en 2021 a 1.86 millones en 2023.

Por otro lado, los ingresos por compras in-app se mantuvieron relativamente estables, con una ligera disminución del 6.5% en 2023 en comparación con el año anterior, alcanzando los 580,000 dólares.

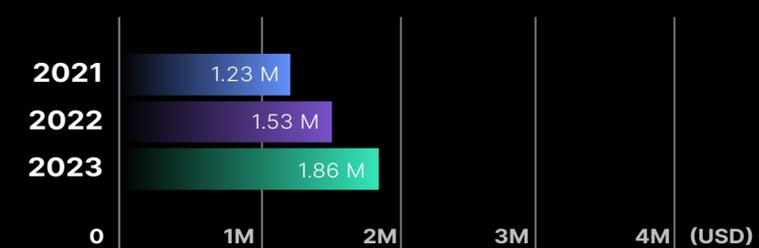
Descargas apps Alimentos y bebidas



Revenue total de apps Alimentos y bebidas



Revenue de publicidad de apps en Alimentos y bebidas



Revenue de compras in-app de Alimentos y bebidas



Colombia

Apps Ranking - Top 3 Apps 2023

ALIMENTOS Y BEBIDAS IOS

| | | |
|----|---|------------|
| #1 |  | Rappi |
| #2 |  | McDonald's |
| #3 |  | DiDi Food |

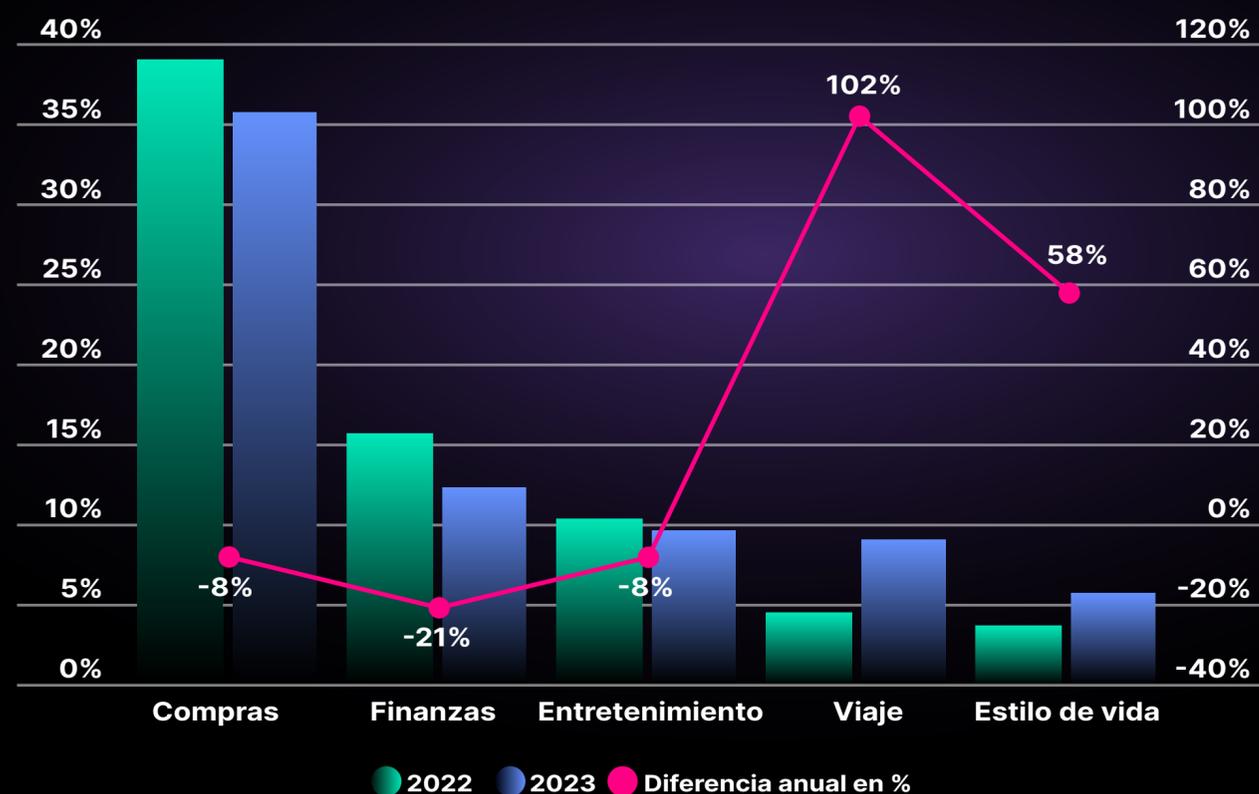
ALIMENTOS Y BEBIDAS Android

| | | |
|----|---|-----------|
| #1 |  | DiDi Food |
| #2 |  | TaDa |
| #3 |  | Rappi |

*Clasificación basada en instalaciones actuales, usuarios activos y clasificación de tiendas.

12 / Recomendaciones y tendencias de marketing mobile para el 2024

Gasto publicitario en instalación de apps que no son de juego



El año 2023 experimentó una disminución del 6% en el gasto destinado a publicidad para la adquisición de usuarios, alcanzando un total de 82 billones de dólares a nivel global. Esta reducción, influenciada en gran medida por la recesión económica, se reflejó principalmente en una caída del 10% en el gasto en Android, mientras que iOS mostró un aumento del 2%. Esta disparidad se hizo aún más evidente en el último trimestre de cada año, donde los presupuestos para iOS aumentaron

“En un entorno de cambios constantes, los marketers enfrentamos desafíos cada vez mayores para mantener un crecimiento constante. La disminución del gasto publicitario en instalación de aplicaciones en 2023, junto con otros indicadores de mercado, refleja la influencia de la recesión económica mundial y la volatilidad inducida por la pandemia. Adaptarse a estas condiciones fluctuantes y aprovechar las oportunidades emergentes será crucial para el éxito en el futuro cercano. A pesar de este panorama internacional, la situación de cada región es muy particular. Por ejemplo en mercados emergentes como LATAM podemos ver que las descargas, gasto de usuarios y el revenues proveniente de publicidad tiene una tendencia al alza.”



Juan Echavarría Coll
CEO & Co Founder

La incertidumbre sigue dominando el panorama para el mercado de aplicaciones móviles mientras nos adentramos en 2024, con una serie de cambios significativos que moldearon el ecosistema durante los últimos años. La recesión económica, los desafíos del marketing digital derivados de las restricciones de privacidad en iOS 14.5 y los avances en la inteligencia artificial han marcado un escenario volátil. En 2023, presenciamos una disminución del 6% en el gasto publicitario destinado a la adquisición de aplicaciones, con un total de 82 billones de dólares a nivel mundial.

Las instalaciones no orgánicas de aplicaciones iOS experimentaron un incremento del 9% respecto al año anterior, tras haber sufrido una caída del 15% en 2022 debido a la conmoción generada por iOS 14.5. Este repunte se atribuye principalmente a dos factores: una reducción del 10% en el costo de los medios en iOS, en contraste con el aumento del 15% registrado en 2022, y una mejora en la capacidad de adaptación y los conocimientos técnicos de los especialistas en marketing, las redes publicitarias y los proveedores de medición móvil a los cambios provocados por la ATT y SKAdNetwork. Esto condujo a una eficiencia significativamente mejorada.

La monetización de aplicaciones se mantuvo estable, demostrando la disposición de los consumidores para gastar en aplicaciones a pesar de la incertidumbre económica. No obstante, las conversiones de remarketing en Android cayeron un 9%, reflejando las dificultades económicas y la reducción de presupuestos publicitarios. En 2024, la economía jugará un papel crucial en la asignación de presupuestos de marketing.

El aumento en las instalaciones no orgánicas de iOS fue impulsado principalmente por las aplicaciones que no son de juegos, que experimentaron un incremento del 19% interanual, mientras que el

número de instalaciones no orgánicas de juegos se mantuvo relativamente estable.

Para el año 2024, se espera que la recesión económica tenga un impacto significativo en la capacidad de los especialistas en marketing de aplicaciones móviles para impulsar el crecimiento. Sin embargo, existen ciertos aspectos positivos que generan optimismo, especialmente con respecto a la continua evolución de iOS, donde se prevé un crecimiento continuo. A pesar de esto, la predicción se vuelve más desafiante debido a los cambios significativos en el ecosistema. En cuanto a Android, se anticipa una revisión completa de la medición con la implementación de Privacy Sandbox en 2024, lo que tendrá un profundo impacto en las instalaciones no orgánicas. En resumen, se espera un año 2024 más sólido para el remarketing, a pesar de los desafíos que plantean las restricciones de datos basadas en la privacidad.

“El análisis detallado sobre el crecimiento de las instalaciones no orgánicas de aplicaciones iOS y la proyección para el año 2024 nos muestra la complejidad del ecosistema mobile y cómo los cambios económicos y tecnológicos impactan en la estrategia de marketing digital. Es evidente que el futuro de la publicidad en aplicaciones móviles dependerá en gran medida de la capacidad de adaptación de los especialistas en marketing y de la evolución continua de las plataformas iOS y Android.”

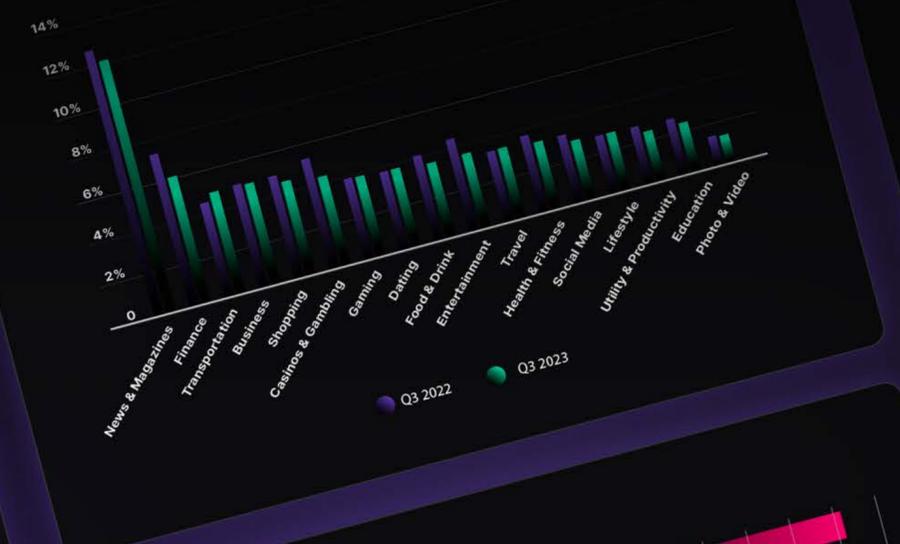


Sebastian Palatnik
Chief Operating Officer

Por otro lado, las descargas totales de aplicaciones aumentaron solo un 2% en 2023, en comparación con el aumento del 10% en 2022, principalmente debido a una disminución del 4% en las descargas de aplicaciones de Android que no son de juegos. Esta caída se observó especialmente en los mercados más grandes de aplicaciones Android fuera de China, como India, Indonesia y Brasil. A pesar de esto, se mantuvo una sólida monetización de las aplicaciones en todas las fuentes de ingresos, lo que sugiere que los consumidores siguen gastando dinero en aplicaciones a pesar de la incertidumbre económica y del sector publicitario.

Se espera una posible recuperación económica, lo que podría impulsar un aumento en la inversión publicitaria. Además, los avances en las medidas de privacidad y la adopción de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial podrían cambiar la forma en que las empresas operan. La implementación de soluciones como SKAN 4.0 en iOS y Privacy Sandbox en Android también influirá en el paisaje del marketing móvil.

A pesar de los desafíos, el mercado de aplicaciones móviles sigue siendo un espacio dinámico y en evolución. La capacidad de adaptarse a estos cambios continuos será fundamental para el éxito en 2024 y más allá.



El Mobile Marketing es crucial en las estrategias actuales de marketing, ya que se adapta al creciente uso de dispositivos móviles en la vida diaria de las personas. Es esencial que las marcas se ajusten y prioricen esta tendencia para llegar de manera efectiva a su audiencia objetivo.

Personalización contextualizada

Es recomendable aprovechar al máximo la capacidad de personalización contextualizada del mobile marketing. Al utilizar datos contextuales como la ubicación del usuario y su actividad en redes sociales, las marcas pueden adaptar sus mensajes para que sean más relevantes y efectivos.

Comercio mobile omnicanal

El crecimiento del comercio móvil omnicanal redefine la experiencia de compra, y es fundamental lograr adaptarse a esta tendencia. El crecimiento del uso de smartphones ha impulsado el comercio mobile, con un enfoque omnicanal que redefine la experiencia de compra. Grandes cadenas de supermercados ejemplifican esta tendencia al ofrecer opciones de compra en línea y offline de manera integrada. Sus aplicaciones proporcionan descuentos y beneficios tanto para compras en línea como en tiendas físicas, brindando flexibilidad al cliente en sus transacciones.

Marketing de contenidos inmersivos

Otro aspecto importante es el marketing de contenidos inmersivos, que crea experiencias envolventes utilizando tecnologías como la realidad virtual. El marketing inmersivo combina contenido digital personalizado con elementos del entorno para crear experiencias envolventes, cada vez más populares en dispositivos móviles. Utilizando vídeos de 360 grados y realidad virtual, se pueden contar historias que conectan emocionalmente con el usuario.

Tecnologías emergentes en mobile marketing

El mobile marketing está en constante evolución, impulsado por avances tecnológicos como la realidad virtual, el 5G y la inteligencia artificial. Estas tecnologías están transformando la forma en que se conectan las marcas con los consumidores a través de dispositivos móviles.

Crecimiento del mercado publicitario móvil

El mercado publicitario móvil ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años y se espera que continúe en aumento. Las marcas deben aprovechar esta oportunidad para llegar a su audiencia de manera más precisa y efectiva a través de anuncios y promociones adaptadas a dispositivos móviles. Además, la inversión en publicidad móvil puede generar un retorno positivo de la inversión (ROI) y contribuir al crecimiento y reconocimiento de la marca.

Promoción del growth hacking y automatización en el marketing

El growth hacking se presenta como una estrategia efectiva para impulsar el crecimiento acelerado a bajo costo. Consiste en la aplicación de técnicas de marketing creativas y no convencionales para conseguir resultados rápidos. Además, la automatización de tareas repetitivas y rutinarias permitirá a los profesionales de marketing enfocarse en actividades estratégicas y de mayor valor agregado. Ambas prácticas serán clave para optimizar los recursos y mejorar la eficiencia en las campañas de marketing.

