

Q1 2026 LATAM App Intelligence — Shopping Retail en Google Play

Q1 2026 LATAM App Intelligence — Shopping Retail en Google Play

Nota: Estas recomendaciones se basan en los datos disponibles. Para hacerlas más específicas y accionables, comparte tus KPIs clave, metas de negocio o mercados objetivo.

Resumen Ejecutivo

Alcance: Apps de Shopping Retail en Google Play para Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú en Q1 2026 (ene–mar). Métricas: descargas, usuarios activos (MAU), engagement (sesiones; cobertura parcial), y mix de adquisición web (como proxy de demanda y funnel alto).

Hallazgos clave:

- Liderazgo por MAU: Mercado Libre domina en AR, BR, CL y MX; Temu lidera en CO y PE. En todos los países, Temu y SHEIN ya son Top-3/Top-4 por MAU.
- Ganadores en descargas del trimestre: AR y MX — Mercado Libre; BR — Shopee; CL — SHEIN (por poco); CO y PE — Temu.
- Momentum: Temu desacelera descargas en AR/BR/CL/CO, pero acelera fuertemente en MX y PE. SHEIN mantiene buen pulso en AR y MX; Shopee es la app con más descargas en BR.
- Engagement: Temu muestra sesiones más largas pero menos frecuentes que Mercado Libre y SHEIN (p. ej., BR ~251 s/ sesión en promedio Q1, pero ~1.86 sesiones/usuario vs ~2.85 de Mercado Libre).
- Adquisición web: Temu y SHEIN dependen más de Social y Paid que los retailers locales, que ganan por Direct + SEO. En MX, Temu destaca con Paid ~30% (vs ~5% en mercadolibre.com.mx), lo que se refleja en su empuje de descargas.

Introducción

Panorama: En Q1 2026, el vertical de Shopping en LATAM combina marketplaces (Mercado Libre, Amazon, AliExpress), cross-border discounters (Temu, SHEIN), y retailers locales (Falabella, Sodimac, Magalu, Liverpool, Walmart, etc.). El periodo recoge estacionalidad de regreso a clases (MX/CO/CL), campañas tácticas y un uso intenso de redes para adquisición, especialmente en jugadores de origen chino.

País	Periodo	Plataforma	Métricas Clave	Apps Analizadas (muestra)	Notas de Cobertura
Argentina	2026-01 a 03	Google Play	Descargas, MAU, Sesiones	Mercado Libre, Temu, SHEIN, Shopee, Carrefour	Canales web incluidos
Brasil	2026-01 a 03	Google Play	Descargas, MAU, Sesiones	Mercado Libre, Shopee, Temu, SHEIN, Magalu	Canales web incluidos
Chile	2026-01 a 03	Google Play	Descargas, MAU	Mercado Libre, Temu, SHEIN, Falabella, Sodimac	Sesiones — cobertura limitada
Colombia	2026-01 a 03	Google Play	Descargas, MAU	Mercado Libre, Temu, SHEIN, AliExpress, Homecenter	Sesiones — cobertura limitada
México	2026-01 a 03	Google Play	Descargas, MAU, Sesiones	Mercado Libre, Temu, SHEIN, Amazon, Walmart	Canales web incluidos
Perú	2026-01 a 03	Google Play	Descargas, MAU	Temu, Mercado Libre, Falabella, SHEIN, Sodimac	Sesiones — cobertura limitada

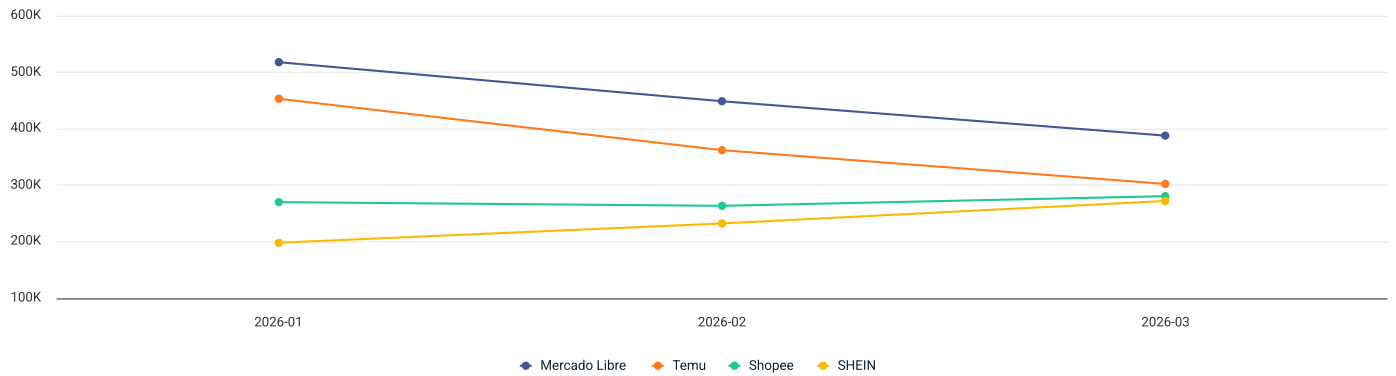
Nota de alcance: Palabras clave ASO/SEO no se incluyen por falta de datos en esta corrida; podemos sumarlas en un siguiente paso.

Argentina Q1 2026 — Apps de Shopping

Comparamos descargas, MAU y engagement (cobertura disponible) y conectamos con el mix de adquisición web para interpretar la demanda.

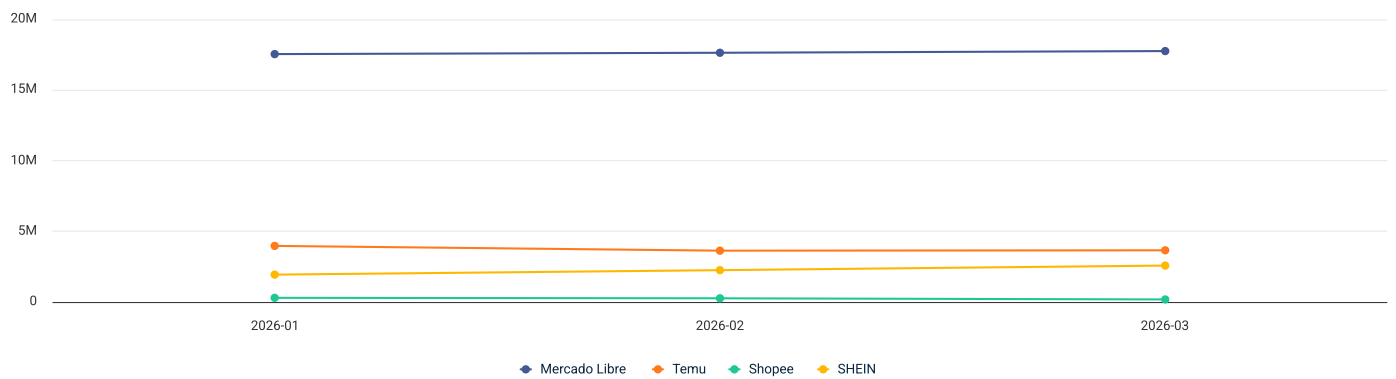
Downloads Trend

Jan 2026 - Mar 2026 Argentina Android



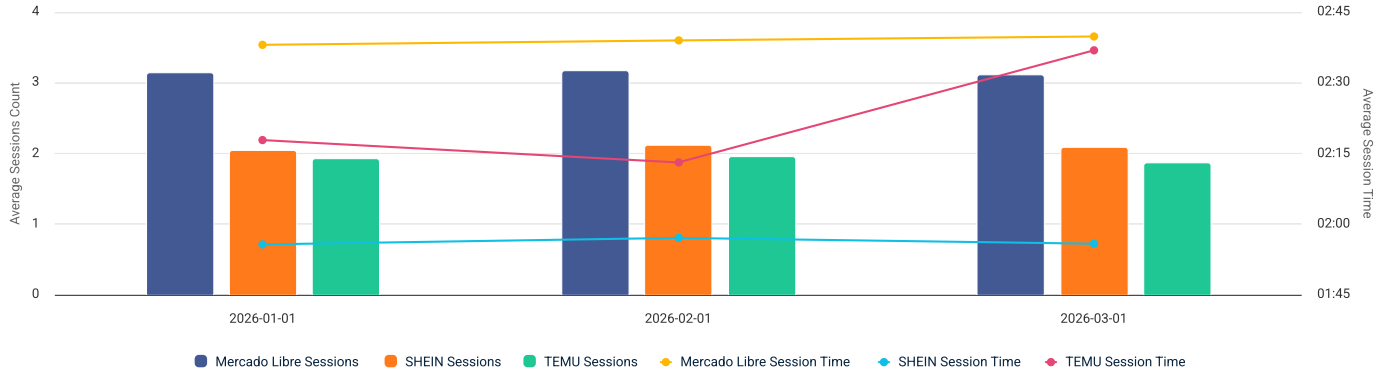
Active Users Over Time

Jan 2026 - Mar 2026 Argentina Android



Session Metrics

Jan 2026 - Mar 2026 Argentina Android



Canales de Adquisición Web (Q1 2026)	Direct	Organic	Paid	Referrals	Social
mercadolibre.com	43.62%	9.71%	0.53%	43.96%	2.04%
shein.com	41.23%	26.42%	14.47%	2.02%	15.27%
temu.com	39.09%	19.10%	12.16%	1.97%	26.62%
aliexpress.com	60.95%	17.47%	6.90%	3.74%	9.64%
carrefour.com.ar	41.51%	44.56%	6.52%	2.14%	4.70%

Engagement Q1 (promedio)	Sesiones/usuario	Tiempo por sesión (s)
Mercado Libre	~3.14	~159
TEMU	~1.92	~143
SHEIN	~2.08	~116

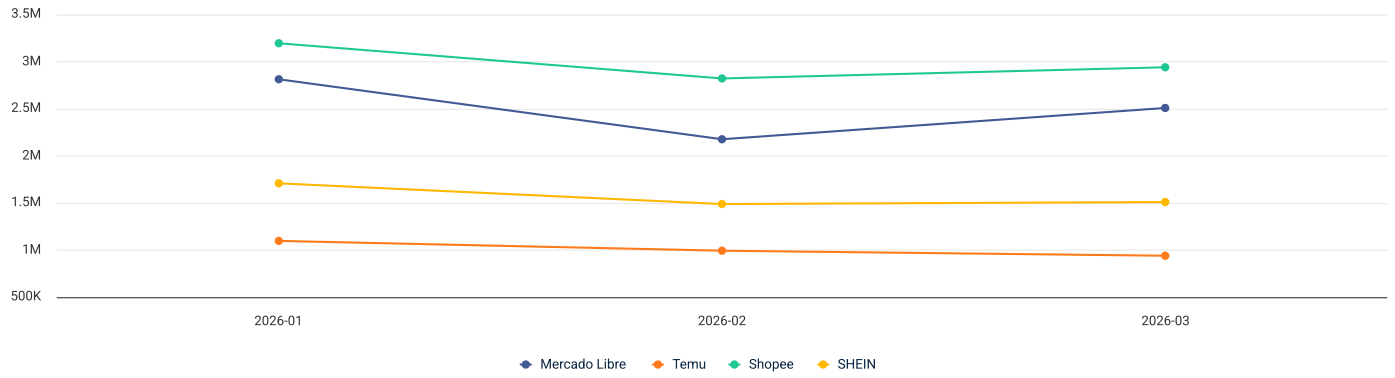
Insights:

- Ganadores: Mercado Libre lidera Q1 en descargas y en MAU (confianza: alta). SHEIN acelera descargas a lo largo del trimestre, mientras Temu desacelera.
- Engagement: Temu tiene sesiones más largas pero menos frecuentes que Mercado Libre y SHEIN; sugiere exploración más profunda por sesión, pero menor recurrencia (confianza: media).
- Canales: SHEIN y Temu apalancan Social y Paid muy por encima de Mercado Libre (que depende de Direct + Referrals). Carrefour destaca por SEO (confianza: alta).
- Implicación: Para crecer MAU, Mercado Libre puede exprimir Social de performance (lookalikes, creators) sin perder su fortaleza en Direct/Referrals. SHEIN/Temu pueden aumentar frecuencia de uso (sesiones) vía beneficios on-app (cupones por visita, retos diarios).

Brasil Q1 2026 — Apps de Shopping

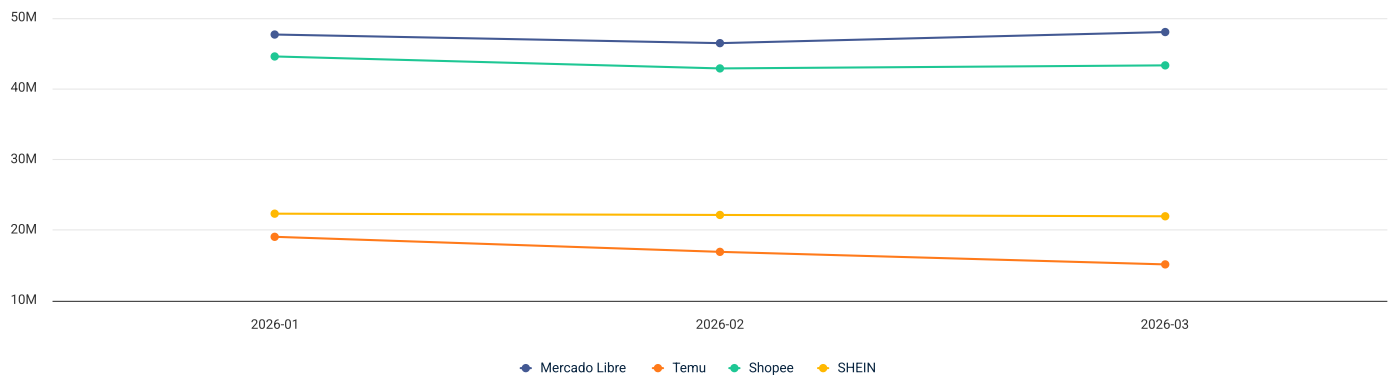
Downloads Trend

Jan 2026 - Mar 2026 Brazil Android



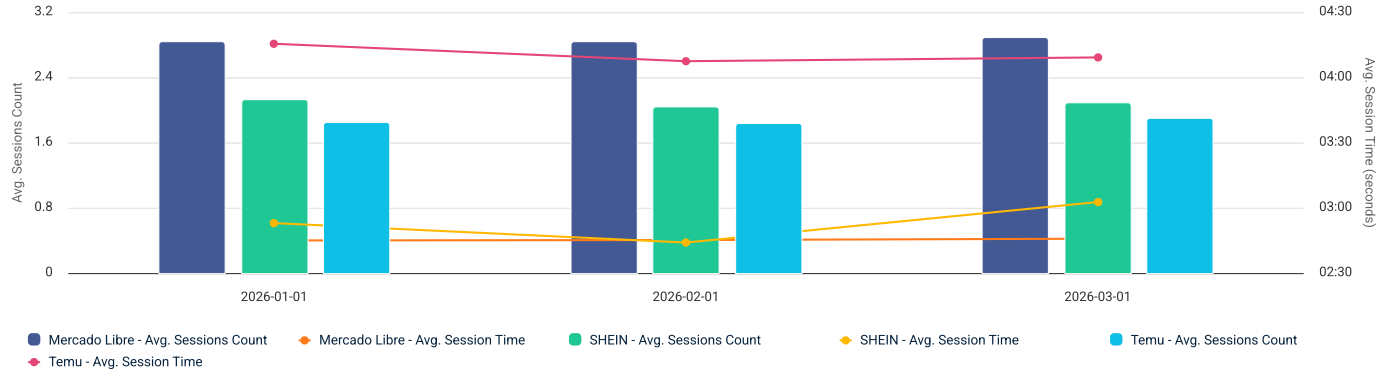
Active Users Trend

Jan 2026 - Mar 2026 Brazil Android



Session Engagement

Jan 2026 - Mar 2026 Brazil Android



Canales de Adquisición Web (Q1 2026)	Direct	Organic	Paid	Referrals	Social
mercadolivre.com.br	39.50%	38.80%	13.05%	2.57%	5.70%
shein.com	41.84%	21.50%	17.61%	2.27%	16.55%
temu.com	37.39%	39.00%	1.54%	1.44%	19.85%
amazon.com.br	41.01%	24.45%	23.22%	4.92%	5.64%
magazineluiza.com.br	22.93%	46.57%	20.38%	4.12%	5.13%
olx.com.br	48.82%	42.88%	1.30%	1.21%	5.46%

Engagement Q1 (promedio)	Sesiones/usuario	Tiempo por sesión (s)
Mercado Libre	~2.85	~165
TEMU	~1.86	~251
SHEIN	~2.09	~173

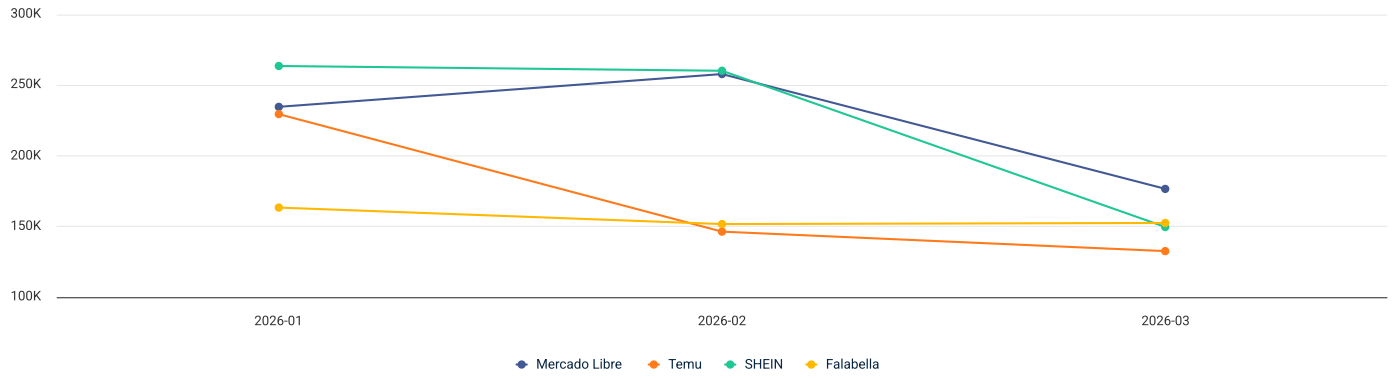
Insights:

- Ganadores: Shopee lidera descargas del trimestre; Mercado Libre domina en MAU, con ligera mejora en marzo (confianza: alta).
- Engagement: Temu muestra la mayor profundidad por sesión, pero con baja frecuencia vs. Mercado Libre (confianza: media).
- Canales: Amazon y retailers como Casas Bahia/Magalu mantienen Paid de dos dígitos; Temu en BR casi no usa Paid y depende más de Orgánico + Social – coherente con su enfriamiento de descargas (confianza: alta).
- Implicación: Para frenar a Shopee en descargas, Mercado Libre y Magalu pueden probar picos tácticos de App Campaigns (Google UAC) alrededor de eventos; Temu necesitaría Paid incremental si quiere recuperar adquisición a escala.

Chile Q1 2026 — Apps de Shopping

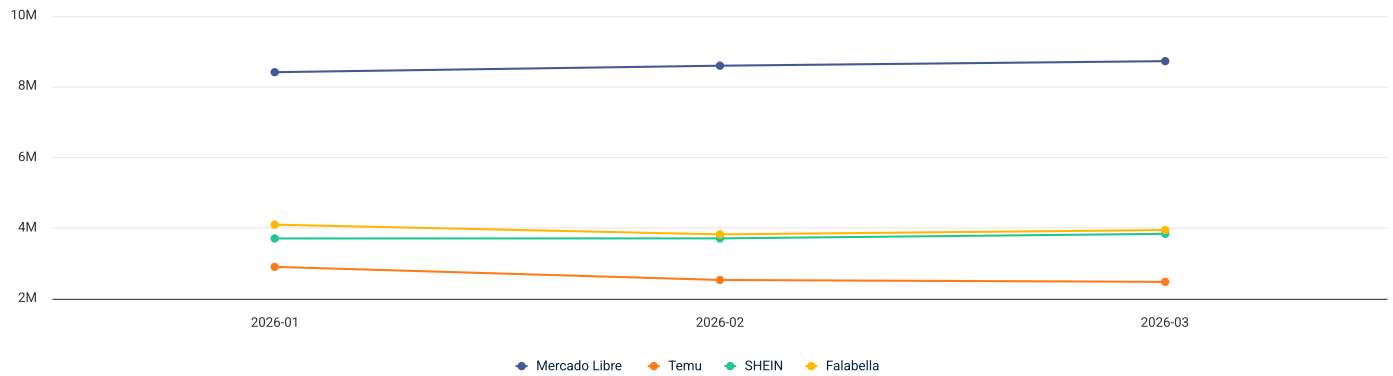
Downloads Trend

Jan 2026 - Mar 2026 Chile Android



Active Users Trend

Jan 2026 - Mar 2026 Chile Android



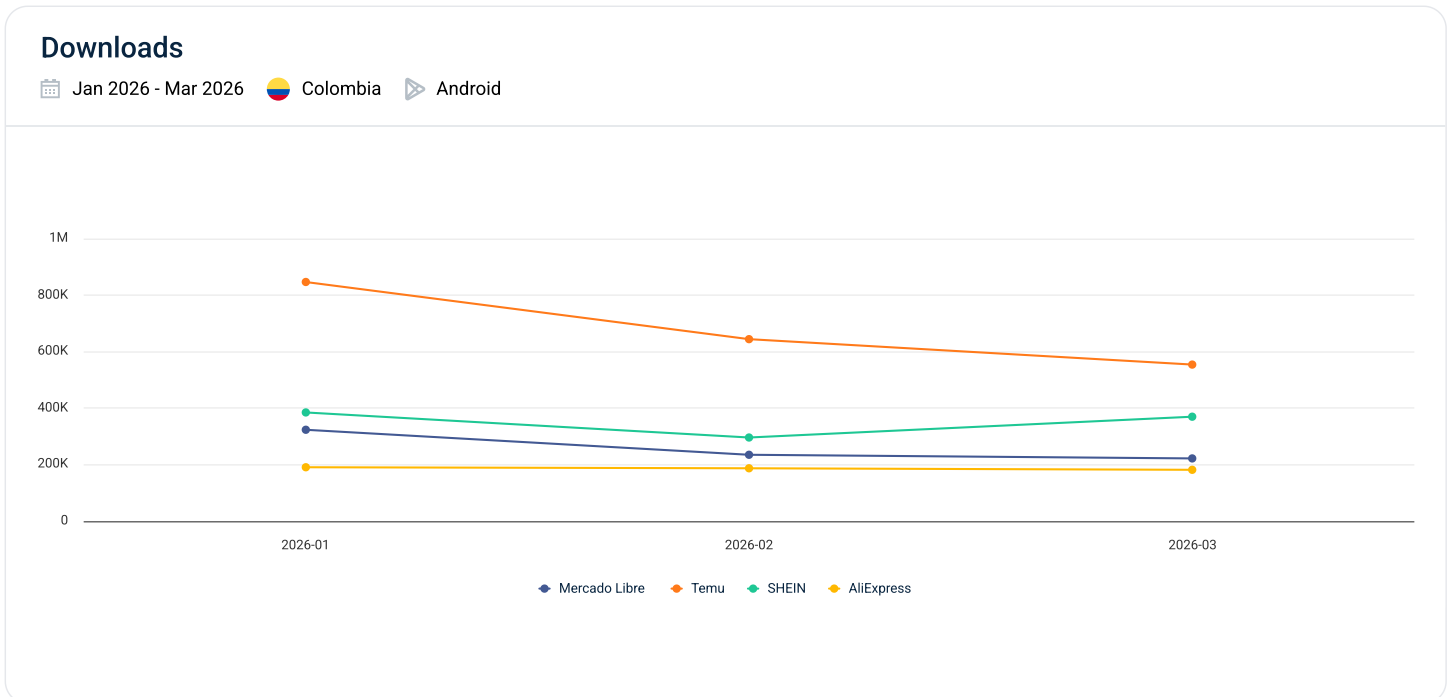
Canales de Adquisición Web (Q1 2026)	Direct	Organic	Paid	Referrals	Social
mercadolibre.cl	35.18%	48.49%	8.48%	2.51%	5.02%
shein.com	37.54%	19.43%	30.43%	2.01%	10.37%
temu.com	38.21%	17.57%	21.37%	1.80%	19.66%
aliexpress.com	59.88%	18.03%	11.20%	2.85%	6.66%
falabella.com	33.68%	48.68%	8.97%	2.60%	5.48%

Cobertura de sesiones: sin datos consistentes para esta corrida.

Insights:

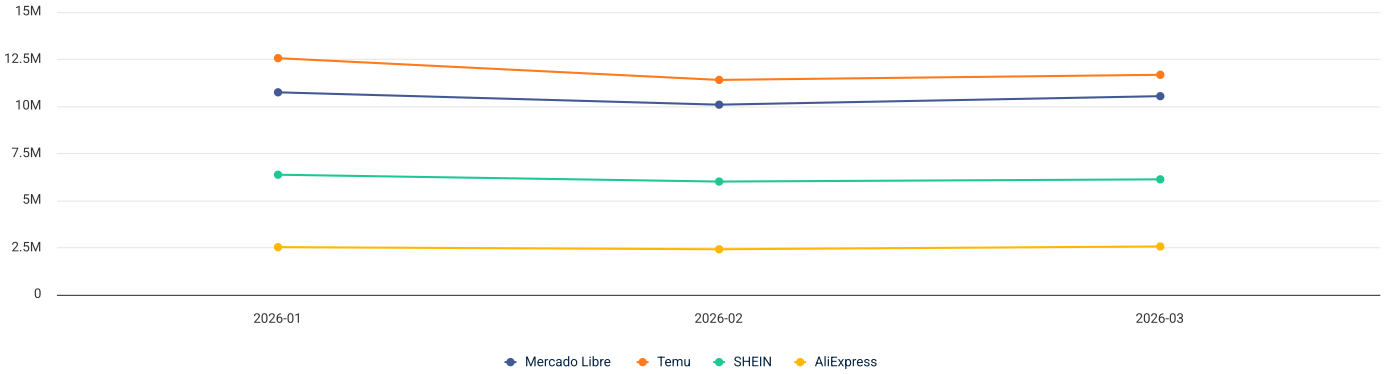
- Ganadores: SHEIN supera a Mercado Libre por un margen estrecho en descargas trimestrales; por MAU, Mercado Libre es líder, seguido por AliExpress y Falabella (confianza: alta).
- Canales: Retailers locales (Falabella, Sodimac, Ripley) son fuertemente SEO-led. SHEIN concentra Paid (~30%), pero su MAU se mantiene estable, no al alza (confianza: media-alta).
- Implicación: Para capturar share incremental, Falabella puede reforzar Paid en picos (eventos), mientras SHEIN podría balancear inversión hacia Social/UGC para eficiencia y retención.

Colombia Q1 2026 – Apps de Shopping



Active Users Trend

Jan 2026 - Mar 2026 Colombia Android



Canales de Adquisición Web (Q1 2026)	Direct	Organic	Paid	Referrals	Social
mercadolibre.com.co	36.85%	49.78%	4.07%	3.40%	5.66%
temu.com	50.59%	15.65%	9.19%	2.15%	21.43%
shein.com	62.75%	9.72%	2.56%	6.85%	17.40%
aliexpress.com	59.91%	15.64%	9.62%	3.07%	10.39%
exito.com	27.87%	52.31%	12.80%	1.95%	4.73%

Cobertura de sesiones: sin datos consistentes para esta corrida.

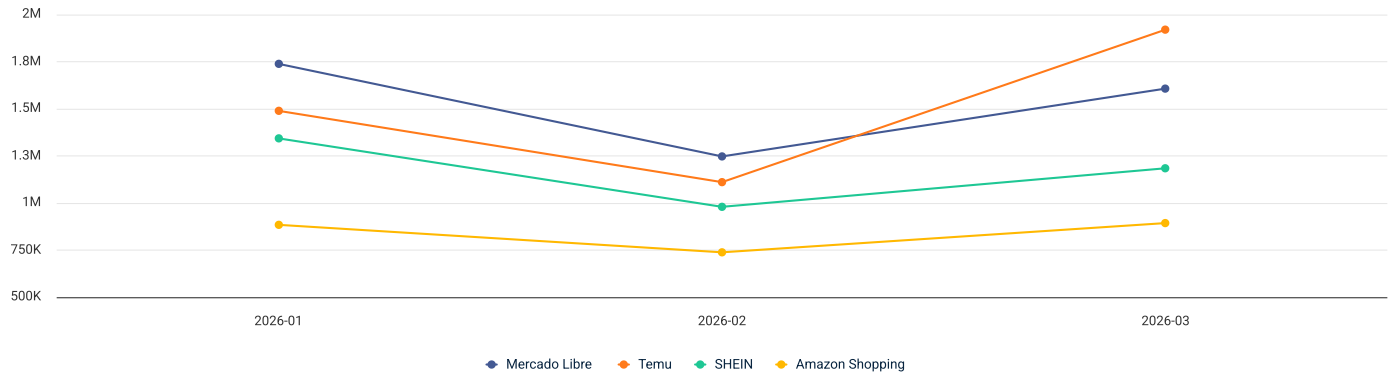
Insights:

- Ganadores: Temu lidera descargas y también MAU; Mercado Libre es segundo por MAU, seguido por SHEIN (confianza: alta).
- Canales: Mercado Libre gana por SEO; Temu combina Direct + Social fuertes. Éxito y Homecenter muestran Paid relevante (10–21%), coherente con tácticas de performance (confianza: alta).
- Implicación: Para competir con Temu, los locales podrían amplificar Social con creators/afiliados y ofertas on-app para elevar recurrencia y descargas netas.

México Q1 2026 – Apps de Shopping

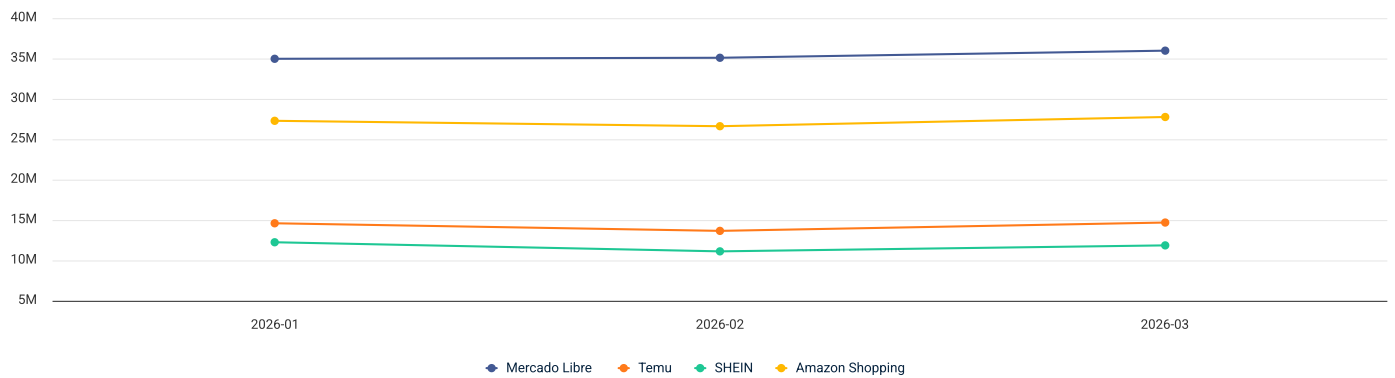
Mexico Downloads

Jan 2026 - Mar 2026 Mexico Android



Active Users Trend

Jan 2026 - Mar 2026 Mexico Android



Canales de Adquisición Web (Q1 2026)	Direct	Organic	Paid	Referrals	Social
mercadolibre.com.mx	42.65%	41.20%	5.30%	4.25%	6.25%
temu.com	43.40%	5.71%	30.16%	1.51%	18.32%
shein.com	66.06%	4.48%	7.07%	5.32%	16.07%
amazon.com.mx	48.78%	20.93%	19.89%	4.11%	5.53%
walmart.com.mx	30.11%	42.50%	19.34%	2.06%	5.03%
liverpool.com.mx	43.31%	37.26%	8.36%	2.86%	7.15%

Engagement Q1 (promedio)	Sesiones/usuario	Tiempo por sesión (s)
Mercado Libre	~2.64	~106
TEMU	~2.23	~166
SHEIN	~1.85	~117

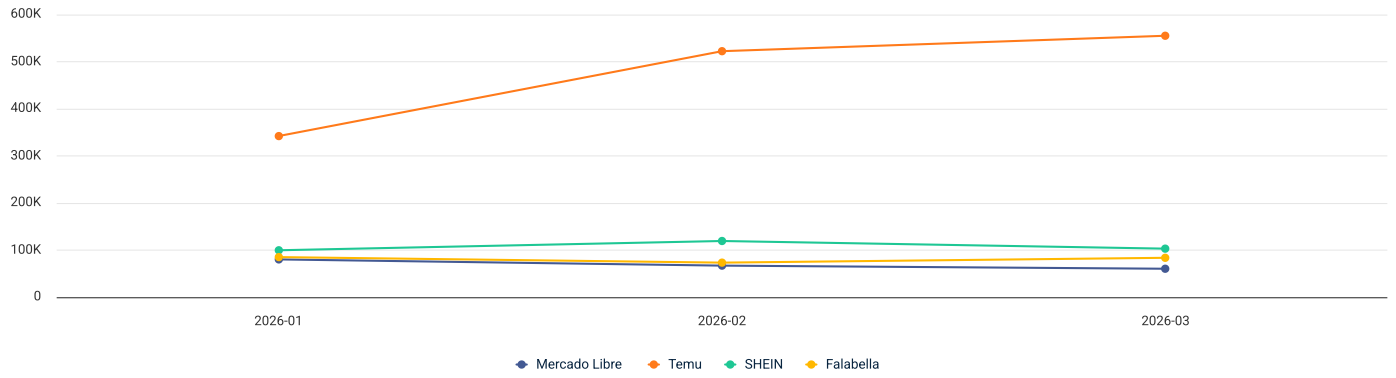
Insights:

- Ganadores: Mercado Libre se lleva Q1 en descargas por un margen estrecho sobre Temu y domina MAU; Amazon es sólido segundo en MAU (confianza: alta).
- Momentum: Temu acelera descargas en marzo; su mayor inversión Paid ($\approx 30\%$ del tráfico web) correlaciona con su empuje de adquisición (confianza: alta).
- Engagement: Temu tiene sesiones más largas que Mercado Libre y SHEIN; ML compensa con mayor frecuencia de uso (confianza: media).
- Implicación: Para defender share frente a Temu, Mercado Libre y retailers (Walmart/Liverpool) pueden intensificar App Campaigns en búsquedas no-brandeadas estratégicas y escalar creators/UGC para Social.

Perú Q1 2026 — Apps de Shopping

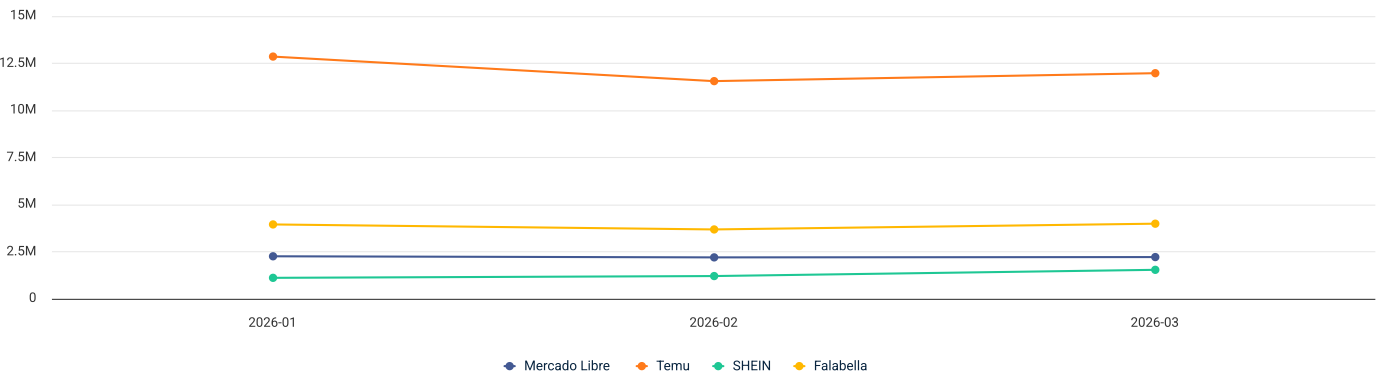
Peru Downloads

Jan 2026 - Mar 2026 Peru Android



Active Users Trend

Jan 2026 - Mar 2026 Peru Android



Canales de Adquisición Web (Q1 2026)	Direct	Organic	Paid	Referrals	Social
mercadolibre.com.pe	30.55%	54.00%	6.85%	2.25%	6.08%
temu.com	43.75%	22.71%	10.33%	1.66%	20.63%
shein.com	37.39%	24.68%	23.78%	1.81%	12.10%
aliexpress.com	63.80%	17.83%	6.41%	3.29%	6.90%
falabella.com.pe	24.55%	57.39%	9.99%	1.57%	6.19%

Cobertura de sesiones: sin datos consistentes para esta corrida.

Insights:

- Ganadores: Temu arrasa en descargas y lidera de forma holgada en MAU; Falabella y Mercado Libre completan el Top-3 de MAU (confianza: alta).
- Canales: Retailers locales son SEO-first; Temu combina Direct alto con Social relevante, impulsando awareness y adquisición (confianza: alta).
- Implicación: Falabella puede escalar Social/creators para captar parte de la demanda incremental que hoy se lleva Temu; Mercado Libre podría activar promociones on-app específicas para elevar frecuencia.

Conclusiones y Recomendaciones

Prioriza según impacto y factibilidad:

1. Defender México frente a la ofensiva pagada de Temu. Aumenta inversión en App Campaigns para términos no-brandeados de alto intent (categorías price-sensitive) y escala Social con creators/UGC. Esperado: sostener liderazgo en descargas y limitar el gap de Mar-2026.
 - Dato: Temu ≈30% Paid en web vs. ~5% en mercadolibre.com.mx; Temu aceleró descargas en marzo.
2. Reacelerar Brasil con picos tácticos y retención. Mercado Libre lidera MAU; para sostener descargas frente a Shopee, activa campañas event-driven (p. ej., quincenas, “Semana do Consumidor”) y features de retención (cupones por visita, misiones diarias).
 - Dato: Shopee #1 en descargas Q1; Mercado Libre con mayor frecuencia de uso (~2.85 sesiones/usuario).
3. Colombia y Perú: respuesta “social-first”. Temu domina; los locales deben amplificar Social+Afiliados con bundles promocionales on-app para elevar conversión desde social clicks a installs y MAU.
 - Dato: Temu alto Direct+Social (CO y PE), liderazgo en MAU.
4. Chile: balancear gasto. SHEIN invierte fuerte en Paid pero el MAU no acelera; prueba redistribuir hacia Social/creators y remarketing on-app para elevar frecuencia. Retailers (Falabella/Sodimac) pueden disparar Paid templado en ventanas comerciales sin diluir eficiencia SEO.
5. Argentina: capitalizar la fortaleza en Direct/Referrals de Mercado Libre con más palancas de Social de performance (influencers, live shopping) para mejorar cadencia de descargas sin depender de Paid. SHEIN puede seguir aprovechando su momentum de descargas con programas de retención que aumenten sesiones/usuario.
6. Producto/Engagement: donde Temu ya gana por tiempo por sesión (AR/BR/MX), prueba features de “descubrimiento guiado” y bundles en Mercado Libre/retailers para competir en profundidad, a la vez que mantienes la mayor frecuencia de uso (push segmentadas, badges de streak de uso).
7. Siguiendo paso de datos: incorporar keywords ASO/SEO y share de clics en búsquedas por país (branded vs. no branded) para alinear inversión pagada y capturar demanda incremental con mayor precisión.

Gaps y supuestos:

- Sesiones: sin cobertura estable para CL/CO/PE en esta corrida; engagement inferido por descargas+MAU (confianza: media).
- Canales: el mix reportado es web (no install-level UA). Lo usamos como proxy de demanda/top-of-funnel (confianza: alta para patrones relativos).
- Keywords: no incluidos por falta de datos aquí; recomendamos añadirlos en la siguiente iteración.

Cierre: En Q1 2026, Mercado Libre mantiene la hegemonía de MAU en la mayor parte de LATAM; Temu consolida liderazgo en descargas/MAU en CO y PE y amenaza en MX vía Paid; Shopee domina descargas en BR. El mix de adquisición web explica buena parte del momentum: Social/Paid impulsan a Temu/SHEIN; Direct/SEO sostienen a los líderes locales. Accionar estas señales en UA, Social y retención on-app debería mover agujas de descargas y MAU país por país.