

modelo (sea venta directa, ecosistema omnicanal o intermediario) está ganando o perdiendo terreno frente a los hábitos reales del consumidor en su vertical.

**Sinergia de canales:
El rol estratégico del
ecosistema de Apps
frente a la web móvil**

Comprensión del comportamiento del usuario recurrente y la fidelización de audiencias de alto valor. El reporte analiza la estabilidad de los usuarios activos en aplicaciones móviles y su contraste con la navegación web general. Este monitoreo proporciona una lectura clara sobre el nivel de retención de la audiencia y la madurez de los canales digitales propios, aislando el comportamiento de consulta y comparación previa respecto al cierre del proceso de compra. Implicación estratégica: Ayuda a los equipos de producto y marketing a definir el rol transaccional de la aplicación (enfocado en fidelización, recurrencia y valor de vida del cliente) frente al sitio web (orientado al descubrimiento y consideración inicial), optimizando la inversión en desarrollo tecnológico.

**Mapeo de la demanda
por sectores: Retail,
servicios y travel**

Detección de patrones sectoriales, estacionalidad y reconfiguración de la demanda operativa. El Barómetro Q2 ofrece un



desglose vertical que abarca desde la dinámica de reserva directa versus intermediados en el sector viajes, hasta el surgimiento de nuevas prioridades en servicios operativos, logísticos y de conectividad. Las organizaciones obtienen la claridad necesaria para entender cómo el consumidor

distribuye su presupuesto digital entre consumo inmediato, gestión de servicios operativos y planificación de viajes. Implicación estratégica: Ofrece a los líderes de operaciones e infraestructura la capacidad de anticipar picos de demanda estacional y ajustar la capacidad de

atención y cumplimiento digital antes de que se generen cuellos de botella en la experiencia del usuario.

**Valor Diferencial:
Data pública vs. data
exclusiva para afiliados
AMVO**

Comprender la arquitectura del reporte es clave para maximizar la toma de decisiones basada en datos. AMVO Estudios estructura esta investigación en dos niveles de profundidad estratégica: Versión Pública (Panorama Macro): Diseñada para ofrecer una lectura de contexto del ecosistema digital. Proporciona una visión general de la distribución del tráfico por sectores, las variaciones de tráfico y la evolución general de descargas y usuarios en aplicaciones. Es el recurso idóneo para validar el estado general del mercado y contextualizar el entorno macroeconómico digital. Versión Exclusiva para Afiliados (Inteligencia Competitiva Avanzada): Constituye la herramienta definitiva para el benchmarking directivo y la planeación estratégica. Permite a las empresas asociadas acceder al Ranking Top 100 por Industria, desgloses detallados por subcategorías (como aerolíneas, OTAs, finanzas, salud o servicios logísticos) y la extracción de tráfico segmentado dentro de grandes marketplaces. Asimismo, incluye cruces de información estratégica entre web móvil y apps, métricas de retención y análisis del rendimiento por modelo de negocio (Pure Player, Brick & Click, Cross Border).