

Barómetro Q2 AMVO: Audita la efectividad de tu tráfico web, Apps y estrategia omnicanal

Recopilado por el Staff de El Inversionista

El entorno del comercio electrónico en México ha entrado en una fase de madurez estratégica donde la acumulación masiva de visitas cede su lugar a la optimización de la eficiencia transaccional. En este escenario, las decisiones comerciales basadas en la intuición generan pérdidas de margen y la contracción de la cuota de mercado. Para la alta dirección, comprender el comportamiento real del usuario en la web móvil y las aplicaciones nativas en categorías clave se convierte en la principal salvaguarda competitiva. El Barómetro Trimestral: Estadísticas destacadas del desempeño de tráfico web + apps desarrollado por AMVO Estudios a través de SimilarWeb para el segundo trimestre, analiza el desempeño del ecosistema digital en México, evaluando la interacción en sitios oficiales, plataformas de distribución y diversos modelos de negocio para identificar las dinámicas de uso y navegación que orientan

las decisiones estratégicas de la industria.

Diagnóstico de eficiencia entre captación y conversión final

La métrica de volumen cede la prioridad directiva a la tasa de efectividad en el embudo transaccional. El valor primario de este reporte para los comités ejecutivos radica en su capacidad para aislar las fluctuaciones de las visitas y evaluar la calidad de la intención de compra. El estudio analiza cómo interactúan la navegación web y los entornos nativos en aplicaciones móviles, permitiendo a las marcas identificar si las variaciones en la interacción responden a factores estacionales o a cambios en la efectividad operativa de sus plataformas transaccionales. Implicación estratégica: Permite a los tomadores de decisión reasignar

presupuesto de adquisición hacia canales con mayor rendimiento de conversión, optimizando la experiencia de usuario y reduciendo la fricción en el proceso de pago antes de incrementar el gasto en captación masiva.

Evaluación comparativa de modelos de negocio y segmentación especializada

Identificación precisa de la tracción entre comercios nativos digitales, modelos híbridos y transfronterizos. El estudio profundiza en cómo compiten los distintos modelos en los tres pilares del comercio digital en México: Retail & Marcas: Separa el desempeño entre Pure Players, tiendas

departamentales, autoservicios y marcas transfronterizas (Cross Border). Permite auditar si los cambios en cuota de mercado responden a tendencias de la categoría o al freno publicitario de jugadores internacionales. Servicios B2C & Fintech: Evalúa la adopción entre plataformas tradicionales y alternativas digitales emergentes. Mide el estallido en herramientas operativas (como paquetería y last miler) y el ritmo de adopción de apps financieras. Travel & Turismo: Mapea el embudo entre el descubrimiento en agencias en línea (OTAs) y el cierre directo en plataformas de aerolíneas y hospedaje, revelando dónde se concreta la intención de compra. Implicación estratégica: Entrega a la alta dirección un mapa exacto de competencia para auditar si su

