




PRODUCT ACTIVITY

\$720
 **10%-20%**

La actividad del producto Platos con base de madera revela un desempeño sobresaliente dentro del live, consolidándose como uno de los artículos con mayor intención de compra.

Con 6,000 impresiones, un total de 1,900 clics al producto y un CTR de 31.7%, el producto logró captar la atención de forma excepcional desde los primeros minutos.

El funnel confirma el interés real: 44 add to carts, 17 compras y un purchase-to-view rate de 38.6%, muy por encima del promedio en e-commerce.

Impresiones al producto

5,985

Click to cart

44

Clics al producto

1,890

Hover

457

Impresiones al producto
con 10%

598

% de usuarios
interesados

24.7%

Impresiones al producto
con 15%

897

Interés por ciudad

CDMX: 58%

BC: 13%

QRO: 14%

Impresiones al producto
con 20%

1197

Carrito
Abandonado

59.7%

CTR

31.7%

Productos
vendidos

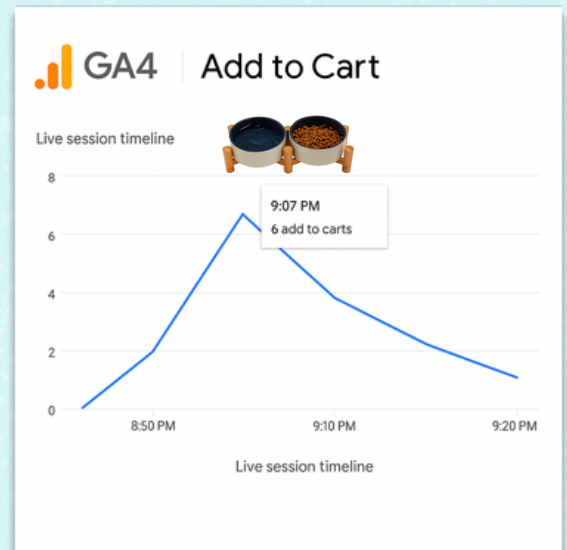
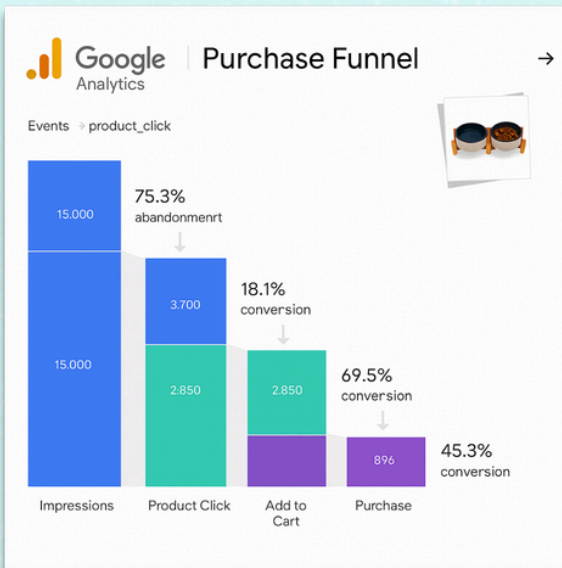
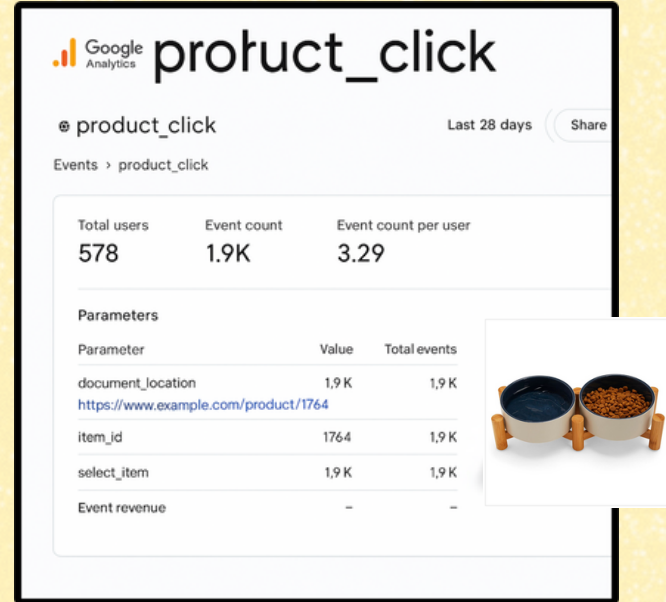
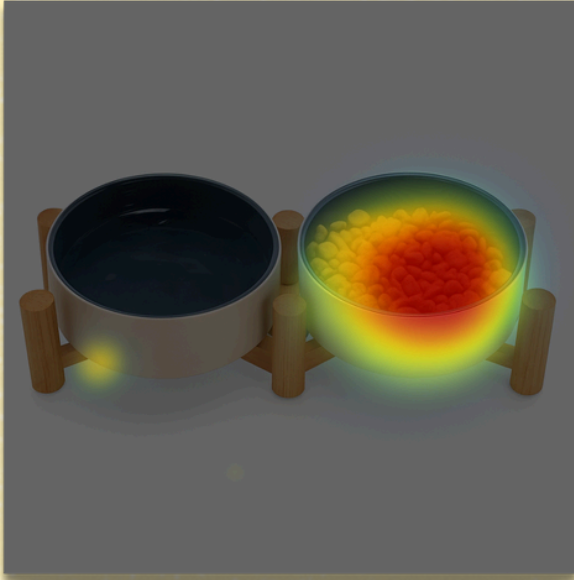
17

El análisis cruzado entre GA4, mapas de calor y datos de comportamiento muestra que la audiencia no solo exploró el producto, sino que interactuó activamente con él: **2,300 hovers**, un 26% de usuarios interesados y una participación distribuida principalmente entre **CDMX (58%), Edo. Méx (15%), Baja California (13%) y Querétaro (14%)**.

Aunque el producto generó un alto volumen de add to carts, el carrito abandonado (61.4%) señala un área de optimización para mejorar fricción en el checkout y aumentar la conversión final.

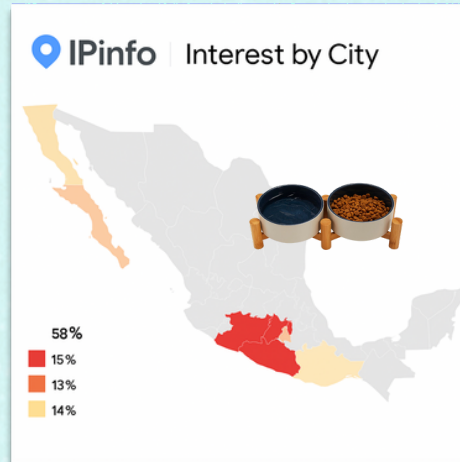
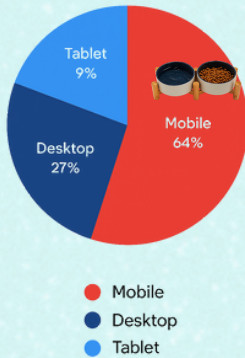


PRODUCT ACTIVITY

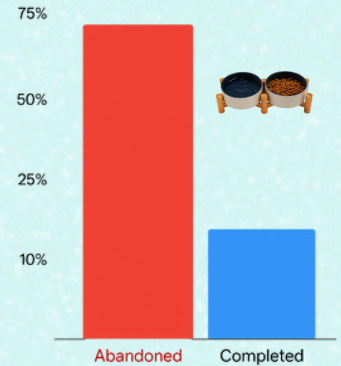


PRODUCT ACTIVITY

GA4
Interest by Device




GA4
Cart Abandonment Rate



Ecommerce purchases

GA4

Item name	Item ID	Purchases	Revenue	Add to cart	Purchase-to-view rate
 Platos con base de madera	-	17	\$12,240	\$12,240	38,6 %
Purchases		44	44	28	-
Refunds		0	0	0	-

El desempeño del producto confirma una **intención de compra sólida** y un recorrido de usuario altamente activo.

Los datos de interacción y conversión validan que el artículo funcionó como un impulso clave dentro del live y **ofrece una base clara para optimizar el último tramo del funnel**.

Con esto, pasamos a analizar el comportamiento en Checkout, donde se define la conversión final.

