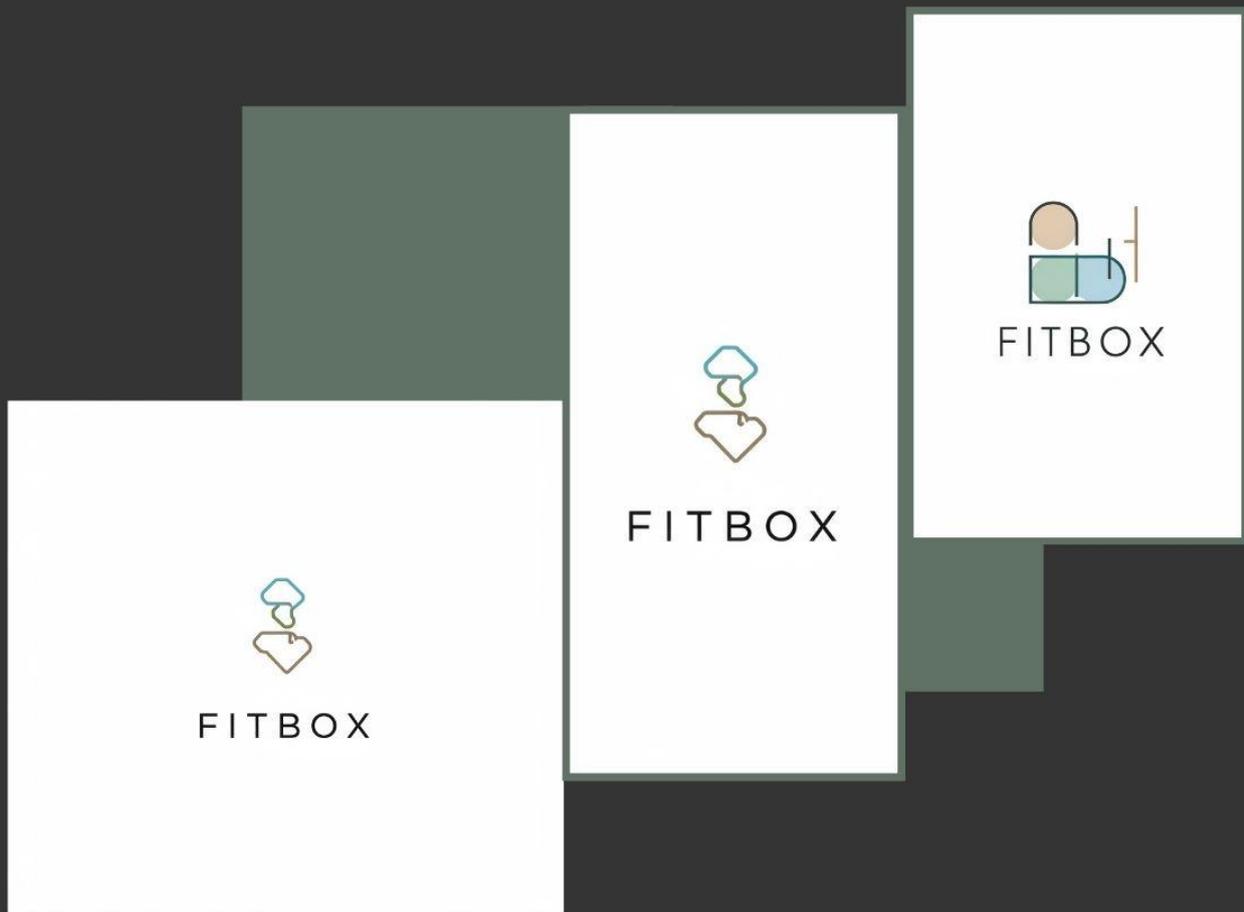


# IMPLEMENTACIÓN DE UN SAAS PARA EL DESARROLLO DE UN E-COMMERCE DE INDUMENTARIA

## UN ANÁLISIS DE VENTAJAS Y DESEMPEÑO



MAGALY DELSOL ENRICO-ANDREA CASASOLA-BRUNO FRANCISCO RIVADENEIRA

[MAGUIDELSOL@GMAIL.COM](mailto:MAGUIDELSOL@GMAIL.COM) - [ANDREACASASOLA27@GMAIL.COM](mailto:ANDREACASASOLA27@GMAIL.COM) - [BRUNOQUESADA818@GMAIL.COM](mailto:BRUNOQUESADA818@GMAIL.COM)

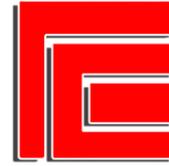
ANÁLISIS Y DISEÑO DE SISTEMAS

Link: [FITBOX](#)



## Índice

1. Resumen .....	3
2. Introducción .....	4
3. Situación Problemática.....	5
3.1. Preguntas de Investigación .....	5
4. Objetivos Generales y Específicos.....	6
4.1. Objetivo General.....	6
4.2. Objetivos Específicos.....	6
5. Marco Metodológico .....	7
5.1. Marco Conceptual .....	8
6. Aplicación .....	12
6.1. Estudio de factibilidad. ....	14
6.2. Análisis de costos de las alternativas Saas.....	16
6.3. Posicionamiento orgánico en buscadores de cada alternativa. ....	17
6.4. Características de Tienda Nube.....	20
6.4.1. Destacar interfaz de usuarios amigables. ....	20
6.4.2. ¿Qué es Pago Nube?.....	22
7. Implementación .....	24
7.1. Entrenamiento al personal. ....	24
7.1.1. Objetivos del entrenamiento.....	24
7.1.2. Estructura del entrenamiento .....	24
7.1.3. Metodología de entrenamiento.....	25
7.2. Poblamiento de Datos .....	26
7.3. Protección y Seguridad .....	27
8. Conclusión.....	30
9. Recomendaciones .....	30
10. Bibliografía .....	31



## 1. Resumen

Este proyecto de investigación se enfoca en la creación de "FitBox", un e-commerce de indumentaria unisex con un enfoque en el estilo urbano. La propuesta incluye productos como buzos, pantalones, camperas y remeras, que se caracterizan por un diseño boxy (no entallado al cuerpo) y sin estampas, fomentando la inclusión mediante la oferta de distintos talles, colores y confecciones para todos los usuarios.

El estudio analiza distintas plataformas SaaS para la implementación del e-commerce, incluyendo opciones como Shopify y otras soluciones similares. Sin embargo, se eligió Tiendanube como la plataforma más adecuada debido a sus características que facilitan la creación y gestión de tiendas en línea. La investigación examina las ventajas de Tiendanube en términos de facilidad de uso, personalización, gestión de inventario, integración de métodos de pago y herramientas de marketing.

El objetivo del proyecto es demostrar cómo Tiendanube puede fortalecer la presencia en línea de "FitBox", contribuyendo a aumentar su visibilidad y crecimiento. Se parte de la premisa de que la falta de una presencia digital sólida limita el alcance hacia nuevos clientes y restringe el desarrollo de las empresas en el entorno actual.

Los resultados esperados incluyen un análisis comparativo de Tiendanube con plataformas como Shopify, identificando sus fortalezas y debilidades, y ofreciendo recomendaciones para optimizar el uso de la plataforma en el desarrollo de un e-commerce exitoso.

Palabras Clave: E-commerce, Plataforma SaaS, Tiendanube, Presencia en línea, Análisis comparativo.

## 2. Introducción

Proponemos un e-commerce de indumentaria unisex. Sus productos están diseñados con un estilo urbano, donde cualquier persona puede elegir los distintos talles, colores y confecciones, sin exclusión. Los principales son buzos, pantalones, camperas y remeras. Utiliza un diseño boxy, es decir, no entallado al cuerpo y sin estampas.

En cuanto a lo organizacional, la empresa FitBox estaría dirigida por un presidente y un líder para cada área, entre las que destacan principalmente:

### Gerencia Comercial

- Orden de compra: estaría compuesta por 3 personas.
- Ejecución de ventas: con 3 personas.
- Depósito: 2 personas, si es necesario se puede ampliar.
- Marketing: 1 empleado.

### Gerencia Administrativa:

- Tesorería: 3 personas.

### Gerencia de Producción:

- Diseño y Confección.
- Confección y Acabado.
- Depósito.



Fuente: Elaboración propia.

La venta se organizaría de dos maneras, como "Mayoristas", llegando a tener



promociones de hasta 10 prendas, y "Minoristas" con promociones arrancando desde las dos prendas. La empresa contará con soporte online de 8hs a 00hs de Lunes a Lunes.

### 3. Situación Problemática

El proyecto "FitBox" enfrenta una problemática relacionada con la falta de presencia en línea, lo cual limita su visibilidad y crecimiento en el mercado. A pesar de contar con un producto atractivo y una clientela potencial, la ausencia de un sitio web impide que la marca alcance su máximo potencial, restringiendo el acceso de nuevos clientes y dificultando la expansión de las ventas.

En el contexto actual, las empresas que no cuentan con una plataforma digital tienen un alcance limitado, lo que afecta directamente su competitividad y capacidad de crecimiento. Por lo tanto, desarrollar una página web se presenta como una necesidad urgente para aumentar la visibilidad de la marca, mejorar la gestión de inventarios, y optimizar la comunicación con los clientes.

#### 3.1. Preguntas de Investigación

¿Cuál es el impacto de la presencia en línea de "FitBox" en su visibilidad y alcance de clientes potenciales?

¿Cuáles son las ventajas y desventajas de utilizar Tiendanube frente a otras plataformas SaaS como Shopify en la creación de un e-commerce de indumentaria unisex?

¿Cómo influye un sitio web en la credibilidad y confianza que los clientes depositan en la marca "FitBox"?



¿Cómo puede un sitio web propio de "FitBox" aumentar las ventas en línea en comparación con depender de plataformas de terceros como redes sociales o marketplaces?

## 4. Objetivos Generales y Específicos

### 4.1. Objetivo General

Analizar la viabilidad y los beneficios de implementar un sitio web para un e-commerce, utilizando la plataforma SaaS Tiendanube para el desarrollo y gestión de "FitBox", un negocio de indumentaria unisex, con el fin de mejorar su visibilidad en línea, optimizar la gestión operativa y expandir sus ventas mediante una presencia digital efectiva.

### 4.2. Objetivos Específicos

1. Evaluar el impacto de la presencia en línea de "FitBox", haciendo énfasis en su visibilidad y alcance de clientes potenciales.
2. Comparar las ventajas y desventajas de utilizar Tiendanube frente a otras plataformas SaaS, para la creación de un e-commerce de indumentaria unisex.
3. Analizar cómo un sitio web profesional influye en la credibilidad y confianza de los clientes hacia la marca "FitBox".
4. Investigar cómo un sitio web propio de "FitBox" puede aumentar las ventas en línea en comparación con depender de plataformas de terceros, como redes sociales o marketplaces.



## 5. Marco Metodológico

El propósito de este estudio es analizar la viabilidad y los beneficios de crear un sitio web para "FitBox", una tienda de indumentaria unisex, utilizando la plataforma SaaS Tiendanube. Se empleó una **metodología cualitativa** para obtener información profunda sobre las ventajas y desventajas de utilizar Tiendanube, su impacto en la visibilidad y ventas, y cómo un sitio web influye en la credibilidad de la marca.

### 1. Enfoque de Investigación

- **Enfoque Cualitativo:** La investigación es predominantemente cualitativa, ya que busca comprender los factores subjetivos y las experiencias de expertos y usuarios con respecto al e-commerce y las plataformas SaaS, así como la percepción de los consumidores hacia la marca "FitBox".

### 2. Diseño de la Investigación

- **Investigación Descriptiva y Comparativa:** Este diseño se utilizó para describir los beneficios de tener presencia en línea y comparar diferentes plataformas SaaS, como Tiendanube y Shopify, en función de sus características, costos y funcionalidades, y cómo afectan a los resultados del negocio.

### 3. Métodos y Técnicas de Recolección de Datos

- **Revisión Documental:** Llevamos a cabo un análisis exhaustivo de fuentes secundarias, como artículos académicos, estudios de mercado, informes sobre e-commerce y comparativas entre plataformas SaaS. Este análisis servirá para comprender el contexto del uso de estas plataformas y sus efectos en los negocios de comercio electrónico.



- **Análisis de Datos Cuantitativos (Fuentes Secundarias):** Se recopilaron datos secundarios de informes, estudios de mercado y análisis disponibles públicamente sobre el impacto de las plataformas SaaS en el crecimiento de empresas de indumentaria. Este análisis permitirá identificar tendencias sobre la influencia de un sitio web en las ventas y la visibilidad de una marca.

#### 4. Técnicas de Análisis

- **Análisis Cualitativo:** Se utilizó el **análisis de contenido** para interpretar los resultados de las entrevistas y los estudios de caso. Este análisis permitió identificar patrones recurrentes sobre las ventajas y desventajas de Tiendanube y cómo un sitio web afecta la percepción del cliente y las ventas.
- **Análisis Comparativo:** Se realizó una comparación entre Tiendanube y otras plataformas, evaluando características clave como costos, funcionalidades, facilidad de uso y ventajas para el tipo de negocio de "FitBox".

### 5.1. Marco Conceptual

Este marco conceptual establece las definiciones clave y los conceptos fundamentales que sustentan la investigación sobre el uso de plataformas SaaS para crear un e-commerce de indumentaria unisex. Los términos y conceptos que se exploran son esenciales para entender cómo la presencia en línea y las herramientas tecnológicas impactan en el crecimiento de una marca como **FitBox**.

#### 1. Comercio Electrónico (E-commerce)

El **comercio electrónico** se refiere a la compra y venta de productos y servicios a través de plataformas digitales. Esta modalidad ha revolucionado el mundo



empresarial, permitiendo a las empresas llegar a un público global sin la necesidad de tiendas físicas. El e-commerce involucra no solo la transacción de bienes y servicios, sino también la gestión de pagos, envíos y la experiencia del usuario a través de sitios web y aplicaciones móviles. Según **Statista** (2024), el comercio electrónico mundial sigue en expansión, con un crecimiento anual sostenido.

## **2. SaaS (Software como Servicio)**

**SaaS** es un modelo de distribución de software en el que las aplicaciones están alojadas en la nube y accesibles a través de Internet. Las empresas pueden utilizar herramientas y servicios sin tener que preocuparse por la infraestructura subyacente o los procesos técnicos. En el contexto del comercio electrónico, las plataformas **SaaS** como **Tiendanube**, **Shopify** y **MercadoShops** permiten crear y gestionar tiendas en línea de manera fácil y rápida, sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados. Este modelo ofrece ventajas, como la reducción de costos de infraestructura, escalabilidad y accesibilidad.

## **3. Tiendanube**

**Tiendanube** es una plataforma **SaaS** creada para facilitar la creación de tiendas en línea, especialmente en América Latina. Ofrece funcionalidades como la integración con pasarelas de pago locales, herramientas de marketing y gestión de inventarios. A través de Tiendanube, las empresas pueden crear sitios web personalizados con un diseño atractivo, optimizado para dispositivos móviles y con opciones de pago y envío locales. Es ideal para pequeñas y medianas empresas que buscan una solución económica y accesible para lanzar su negocio en línea.



#### 4. Shopify

**Shopify** es una plataforma global **SaaS** que permite a las empresas crear tiendas en línea personalizadas, gestionar inventarios, realizar ventas, y analizar datos de clientes. Shopify es conocido por su flexibilidad, capacidad de personalización avanzada y escalabilidad, lo que lo hace adecuado para negocios que tienen planes de expansión internacional. A diferencia de Tiendanube, Shopify tiene un enfoque más global y ofrece soporte para múltiples monedas e idiomas, lo que permite a las empresas vender a nivel mundial.

#### 5. MercadoShops

**MercadoShops** es la solución de e-commerce integrada con **MercadoLibre**, uno de los marketplaces más grandes de América Latina. Con MercadoShops, las empresas pueden crear una tienda online independiente mientras aprovechan el tráfico masivo y la infraestructura logística de MercadoLibre. Aunque la plataforma es gratuita para empezar, las comisiones por ventas pueden ser más altas que en otras plataformas. MercadoShops está orientado a negocios que ya están operando en MercadoLibre o que desean beneficiarse del alcance de este marketplace regional.

#### 6. Branding y Confianza del Consumidor

El **branding** es el proceso de construcción y gestión de una marca, y es crucial en el comercio electrónico. La confianza del consumidor es fundamental para el éxito de cualquier tienda en línea, ya que los clientes deben sentirse seguros para realizar transacciones y proporcionar sus datos personales. Un sitio web bien diseñado, con una estructura clara, información confiable y opciones de pago seguras, puede ayudar a



establecer la credibilidad de la marca y mejorar la percepción de los consumidores sobre su seriedad.

## **7. Marketing Digital**

El **marketing digital** es el uso de canales y herramientas online para promocionar productos o servicios. En el contexto del e-commerce, el marketing digital incluye estrategias como el **SEO (Search Engine Optimization)**, la publicidad en redes sociales, los canales y el marketing de contenido. Estas técnicas ayudan a aumentar la visibilidad de una tienda en línea, atraer tráfico cualificado y convertir visitas en ventas. Las plataformas SaaS, como Tiendanube y Shopify, facilitan la integración de herramientas de marketing, lo que permite gestionar campañas de manera más eficiente.

## **8. SEO (Optimización de Motores de Búsqueda)**

El **SEO** es el conjunto de prácticas que buscan mejorar la visibilidad de un sitio web en los motores de búsqueda como Google. Al optimizar un sitio web, las empresas pueden lograr un mejor posicionamiento en los resultados de búsqueda, lo que aumenta las probabilidades de ser encontrados por clientes potenciales. Las plataformas SaaS como Tiendanube y Shopify ofrecen herramientas integradas de SEO que ayudan a mejorar la estructura del sitio, la velocidad de carga, y la optimización de contenidos, lo que es fundamental para atraer tráfico orgánico.

## **9. Ventas en Línea y Crecimiento**



El principal objetivo de crear un e-commerce es aumentar las **ventas**. Tener una tienda en línea facilita que los consumidores compren productos en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo que amplía el mercado potencial. La capacidad de integrar un sistema de pagos seguro y ofrecer opciones de envío eficientes también mejora la experiencia de compra. Además, las plataformas SaaS permiten la **escabilidad**, lo que significa que una empresa puede crecer y adaptarse a nuevas demandas a medida que aumenta su base de clientes y ventas.

## 6. Aplicación

La proliferación de plataformas web ha generado una amplia gama de opciones para los usuarios. Sin embargo, la elección de la plataforma adecuada puede resultar compleja debido a la diversidad de características y funcionalidades disponibles. Con este análisis comparativo, buscamos facilitar la toma de decisiones al proporcionar una rigurosa observación de alternativas.

### Alternativas.

1. Hacer uso de un SAAS para poner en producción el sitio de comercio electrónico.
2. Desarrollar a medida el e-commerce con una empresa de desarrollo o un programador independiente.
3. Utilizar un Open Source.



**Cuadro N°1: Comparación entre alternativas.**

<b>Plataformas e-commerce</b>	<b>Definición</b>	<b>Características</b>	<b>Ejemplos</b>
<b>SaaS</b>	Un modelo de distribución de software donde las aplicaciones se alojan en la nube y se accede a ellas a través de Internet.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sin necesidad de instalación local; accesible desde cualquier dispositivo con Internet.</li> <li>● Suscripciones mensuales o anuales.</li> <li>● Actualizaciones automáticas y soporte técnico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Shopify</li> <li>● Mercado shops</li> <li>● Tiendanube</li> <li>● Volusion</li> </ul>
<b>Open Source</b>	Software cuyo código fuente está disponible públicamente para que cualquiera lo use, modifique y distribuya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Libre de costo, aunque puede haber costos de soporte.</li> <li>● Flexibilidad para personalizar y mejorar el software.</li> <li>● Comunidad activa que contribuye al desarrollo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Prestashop</li> <li>● Woocommerce</li> <li>● Magento</li> <li>● Vtex</li> </ul>
<b>A medida</b>	Desarrollo de software personalizado según las necesidades específicas de un cliente o empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Adaptación total a los requisitos del cliente.</li> <li>● Costos más altos y tiempo de desarrollo mayor.</li> <li>● Mantenimiento y soporte suelen ser específicos y a largo plazo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nike</li> <li>● Ta-Da</li> <li>● Wal-Mart</li> <li>● Despegar</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.



## 6.1. Estudio de factibilidad.

**Cuadro N°2: Estudio de factibilidad.**

Plataformas E-commerce	Ventajas	Desventajas
<b>SaaS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Acceso fácil: Accesible desde cualquier lugar con conexión a Internet.</li> <li>● Actualizaciones automáticas: El software se actualiza automáticamente, sin intervención del usuario.</li> <li>● Escalabilidad: Fácil de escalar según las necesidades del negocio.</li> <li>● Costos predecibles: Modelos de suscripción que facilitan la planificación financiera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Dependencia de Internet: Necesitas conexión constante para acceder al software.</li> <li>● Limitaciones de personalización: Puede no ofrecer la flexibilidad que algunos negocios requieren.</li> <li>● Costos a largo plazo: Puede ser más caro a largo plazo en comparación con soluciones propias.</li> <li>● Problemas de seguridad: La gestión de datos en la nube puede generar preocupaciones de seguridad.</li> </ul>
<b>Open Source</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Costo inicial bajo: Generalmente gratuito, aunque puede haber costos de implementación y soporte.</li> <li>● Flexibilidad y personalización: Total control sobre el código y la capacidad de modificarlo.</li> <li>● Comunidad activa: Soporte de comunidades de desarrolladores que contribuyen al software.</li> <li>● Independencia: No dependes de un proveedor específico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Requiere conocimientos técnicos: Necesitas habilidades de desarrollo para implementar y mantener.</li> <li>● Costos de soporte: Puede requerir inversión en soporte técnico o personal.</li> <li>● Mantenimiento: El mantenimiento y las actualizaciones son responsabilidad del usuario.</li> <li>● Seguridad: Puede haber vulnerabilidades si no se gestiona adecuadamente.</li> </ul>
<b>A medida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Personalización total: Adaptación a las necesidades específicas del negocio.</li> <li>● Control completo: Total control sobre el desarrollo y las características.</li> <li>● Escalabilidad según necesidades: Puedes desarrollar la solución según la evolución del negocio.</li> <li>● Integraciones personalizadas: Facilita la integración con otros sistemas y herramientas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Costo elevado: Generalmente, más caro que las soluciones estándar.</li> <li>● Tiempo de desarrollo prolongado: Puede llevar tiempo significativo desarrollar y lanzar.</li> <li>● Dependencia de desarrolladores: La calidad del producto depende de la habilidad del equipo de desarrollo.</li> <li>● Mantenimiento: Requiere inversión continua para mantenimiento y actualizaciones.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de las plataformas Saas, encontramos estas tres alternativas, que nos parecieron las más óptimas.



**Cuadro N°3: Comparación entre plataformas Saas.**

<b>Plataforma E-commerce</b>	<b>Definición</b>	<b>Análisis Técnico</b>	<b>Análisis Operativo</b>	<b>Análisis Económico</b>
<b>Shopify</b>	Muy fácil de usar, ideal para emprendedores, con muchas aplicaciones y soporte sólido.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Facilidad de uso.</li> <li>● Amplia personalización.</li> <li>● Múltiples pasarelas de pago y herramientas de marketing.</li> <li>● Soporte, atención al cliente 24/7.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Limitaciones en SEO.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Costos: Las tarifas pueden aumentar rápidamente con aplicaciones y planes avanzados.</li> <li>● Comisiones: Algunas tarifas por transacción.</li> </ul>
<b>Mercado shops</b>	Integración directa con Mercado Libre, ideal para vendedores ya establecidos en la plataforma.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Conexión con Mercado Libre facilitando ventas.</li> <li>● Acceso a una gran audiencia.</li> <li>● Facilidad de uso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Limitaciones de personalización</li> <li>● Si la plataforma cambia, afecta directamente a las tiendas.</li> <li>● Menos enfoque en branding.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Cobra una comisión sobre cada venta realizada a través de la plataforma.</li> <li>● El envío a los clientes, tiene costos asociados.</li> <li>● Publicidad: Para aumentar la visibilidad de los productos, se podría optar por invertir en publicidad dentro de la plataforma.</li> </ul>
<b>Tienda Nube</b>	Focalizada en el mercado latinoamericano, con opciones locales y atención en español.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Adaptada a las necesidades del mercado con opciones de pago locales.</li> <li>● Simplicidad, fácil de usar para quienes inician.</li> <li>● Conexiones con redes sociales y Mercado Libre.</li> <li>● Atención al cliente en el idioma local.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Limitaciones en la personalización</li> <li>● Menor cantidad de plantillas.</li> <li>● Escalabilidad: Puede no ser tan robusta para empresas más grandes con necesidades complejas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Suscripción Mensual: Tienda Nube ofrece varios planes de suscripción, que varían en precio según las funcionalidades</li> <li>● Dominio y Hosting: incluye hosting, a excepción que se quiera dominio personalizado.</li> </ul>



## 6.2. Análisis de costos de las alternativas Saas

### Costos de TiendaNube

**¿Cuánto cuesta tener una Tiendanube?**  
 Más de 150.000 negocios en América Latina confían en nosotros

**BILIBONG Granix sibi vane playmobil PIOPPA**

Plan	Costo	Características
<b>Gratis</b> Inicial	\$0	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sin límites de productos, ventas y visitas</li> <li>Envío por Andreani</li> <li>Sin costo por transacción con Pago Nube</li> </ul>
<b>Esencial</b> MÁS SELECCIONADO	\$14.999 ARS /mes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todo del plan Inicial</li> <li>Atención por email + messenger</li> <li>+30 medios de envío</li> <li>Todos los medios de pagos integrados</li> </ul>
<b>Impulsos</b>	\$47.499 ARS /mes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todo del plan Esencial</li> <li>Atención por email + messenger + WhatsApp</li> <li>Acciones masivas sobre ventas y productos</li> <li>Acceso al código fuente</li> </ul>
<b>Escala</b>	\$134.499 ARS /mes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todo del plan Impulsos</li> <li>Estadísticas avanzadas</li> <li>Restricción de usuarios</li> <li>Hasta 5 tipos de ajuste de ubicación</li> </ul>
<b>evolución</b>	Plan a medida	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todo del plan Escala</li> <li>Atención personalizada por un asesor exclusivo</li> <li>Especialista en e-commerce ubicado</li> <li>Migración asistida</li> </ul>

Fuente: [Planes y precios Tienda Nube](#)

### Costos de Shopify

shopify Soluciones Precios Recursos Iniciar sesión **Prueba gratis**

Plan	Costo	Características
<b>Básico</b> Para emprendedores individuales	\$19 USD al mes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tarifas de tarjetas a partir de 2 % proveedores de pagos externos</li> <li>Funciones destacadas: 10 acurales de inventario, Atención al cliente personalizada mediante chat, Ventas globales localizadas (3 mercados), POS Lite</li> </ul>
<b>Shopify</b> Para equipos pequeños	\$52 USD al mes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tarifas de tarjetas a partir de 1 % proveedores de pagos externos</li> <li>Funciones destacadas: 10 acurales de inventario, Atención al cliente personalizada mediante chat, Ventas globales localizadas (3 mercados), 5 cuentas para empleados adicionales, POS Lite</li> </ul>
<b>Advanced</b> A medida que tu negocio escala	\$399 USD al mes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tarifas de tarjetas a partir de 0.6 % proveedores de pagos externos</li> <li>Funciones destacadas: Informes y estadísticas personalizados, 10 acurales de inventario, Atención al cliente personalizada mediante chat mejorada, Ventas globales localizadas (3 mercados) + mercados adicionales por \$69 USD/mes cada uno, 18 cuentas para empleados adicionales, Capacidad de pago multiplicada por 10, POS Lite</li> </ul>
<b>Plus</b> Para negocios más complejos	\$2,300 USD al mes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recargos por el uso de tarjetas: Tarifas competitivas para comerciantes de alto volumen</li> <li>Funciones destacadas: Informes y estadísticas personalizados, 200 acurales de inventario, Atención telefónica al cliente prioritaria ininterumpida, Ventas globales localizadas (60 mercados), Número limitado de cuentas para empleados, Pantalla de pago totalmente personalizable con una capacidad 40 veces mayor, 200 acurales de POS Pro con Shopify Payments, Ventas mayoristas/B2B</li> </ul>

Fuente: [Precios de Shopify](#)

### Costos de MercadoShops

[MercadoShops](#)



### 6.3. Posicionamiento orgánico en buscadores de cada alternativa.

El posicionamiento orgánico es el tipo de tráfico web que proviene de los resultados naturales en los de búsqueda (principalmente Google). De ahí que también se conoce como posicionamiento natural (o visibilidad gratuita) en los motores de búsqueda.

Para obtener dicho tráfico orgánico se requiere que se produzca contenido de valor, que vaya acorde al sector de tu marca, que respondan a las preguntas y dudas de tus posibles clientes, y que sirvan como base para cumplir con tus objetivos de venta. Estos pueden ser de diversos tipos, como artículos en el blog, videoblogs, guías, reseñas, álbumes, etc.

A su vez, es necesario hacer SEO (*Search Engine Optimization*), un conjunto de técnicas para que tu página web logre estar en los primeros resultados de búsqueda, tomando siempre en cuenta el algoritmo de Google.

Las tres plataformas de comercio electrónico, que son Shopify, Mercado Shops, Tienda Nube, ofrecen herramientas y funcionalidades para optimizar el posicionamiento orgánico en buscadores (SEO).

Se presentan las características SEO de cada una:

#### **Shopify:**

- **Optimización de contenido:** Permite personalizar títulos de página, descripciones y texto alternativo de imágenes, facilitando la inclusión de palabras clave relevantes



- **Estructura de URL:** Genera automáticamente URLs amigables para los motores de búsqueda, mejorando la indexación del sitio.
- **Mapa del sitio:** Crea un archivo sitemap.xml que contiene enlaces a todos los productos, imágenes, páginas y artículos del blog, facilitando la navegación de los motores de búsqueda por el sitio.

#### **Mercado Shops:**

- **SEO personalizado:** Ofrece la posibilidad de configurar palabras clave, títulos y descripciones para mejorar la visibilidad en buscadores.
- **Integración con Search Console:** Permite vincular la tienda con Google Search Console para monitorear el rendimiento en las búsquedas y detectar problemas de indexación.

#### **Tiendanube:**

- **Configuraciones avanzadas de SEO:** Permite establecer títulos, descripciones, categorías y URLs específicas para cada producto y categoría, optimizando su visibilidad en buscadores.
- **Guías y recursos:** Ofrece guías detalladas sobre SEO para e-commerce, ayudando a los usuarios a mejorar el tráfico orgánico a sus tiendas.

Todas estas plataformas ofrecen funcionalidades importantes para mejorar el posicionamiento orgánico en buscadores.



Hay algunas consideraciones sobre cómo **Tienda Nube** puede optimizar su SEO y mejorar su posicionamiento orgánico:

1. **Optimización del contenido:** Tienda Nube permite a los usuarios crear contenido optimizado con palabras clave relevantes en descripciones de productos, títulos y meta descripciones.
2. **Estructura de URL amigable:** Las URLs generadas pueden ser optimizadas para incluir palabras clave, lo que ayuda a los motores de búsqueda a indexar correctamente las páginas. Evita el uso de caracteres especiales o números irrelevantes en las URLs
3. **Blog y contenido educativo:** Fomentar la creación de un blog con artículos útiles y relevantes puede atraer tráfico orgánico y mejorar el posicionamiento. Escribe artículos que aborden temas relacionados con tus productos.
4. **Backlinks:** Establece relaciones con otros sitios web relevantes para obtener enlaces que apunten a tu tienda, lo que puede mejorar tu autoridad en los motores de búsqueda. Considera colaborar con bloggers e influencers del sector para conseguir menciones y enlaces hacia tu tienda.
5. **Velocidad de carga:** Optimizar la velocidad de la tienda es fundamental para la experiencia del usuario y para el SEO, ya que Google considera este factor para el ranking.
6. **Responsive design:** Tener un diseño que se adapte a dispositivos móviles es crucial, ya que cada vez más usuarios compran a través de sus teléfonos.
7. **Uso de datos estructurados:** Tiendanube utiliza el formato JSON-LD en sus plantillas para ofrecer un código más limpio y una información más organizada a Google.



8. **Integración de redes sociales:** Compartir contenido y productos en redes sociales puede aumentar la visibilidad y generar tráfico hacia la tienda.

9. **Actualización constante y análisis de resultados:** Mantén tu contenido actualizado y relevante, añadiendo nuevos productos, artículos en el blog o promociones de forma regular. Utilizar herramientas como Google Analytics y Google Search Console para monitorear el tráfico y las posiciones en buscadores ayuda a ajustar las estrategias de SEO.

Luego de analizar las distintas alternativas, comparando los costos, la ganancia real luego de las comisiones, el posicionamiento orgánico, la relación con las redes sociales, el manejo amigable de la página, nos decidimos por utilizar **Tienda Nube**, un SaaS con costos en pesos argentinos (que conviene mucho más por la zona de ventas), soporte humano de buena calidad, interfaz sencilla con personalización específica para nosotros y popular entre los comerciantes.

## 6.4. Características de Tienda Nube

### 6.4.1. Destacar interfaz de usuarios amigables.

#### **Interfaz de administración sencilla**

El panel de control de Tienda Nube está estructurado de manera que los usuarios pueden gestionar productos, pedidos y configuraciones de forma eficiente, sin requerir conocimientos técnicos avanzados. La navegación es clara y las herramientas están organizadas para un acceso rápido y fácil.

#### **Plantillas de diseño personalizables**



Tiendanube ofrece más de 65 plantillas de diseño que son fácilmente personalizables, permitiendo a los usuarios adaptar el aspecto de su tienda a la identidad de su marca sin complicaciones.

Estas plantillas están diseñadas para ser relativas, asegurando una visualización óptima en diferentes dispositivos.

### **Sistema de diseño Nimbus**

Para aquellos que buscan una personalización más avanzada, Tiendanube cuenta con **Nimbus**, un sistema de diseño de código abierto que proporciona componentes validados, patrones optimizados y documentación detallada. Esto permite a desarrolladores y diseñadores crear interfaces consistentes y accesibles, mejorando la experiencia del usuario.

### **Experiencia de compra optimizada**

Las tiendas creadas con Tiendanube están diseñadas para ofrecer una navegación sencilla y un proceso de compra eficiente, lo que mejora la satisfacción del cliente y puede aumentar las conversiones. Además, Tiendanube proporciona herramientas para que los propietarios de las tiendas puedan evaluar y mejorar la experiencia de compra, como la posibilidad de realizar compras de prueba.

### **Experiencia del cliente**

Las tiendas en TiendaNube pueden ofrecer una navegación intuitiva y un proceso de compra sencillo, dependiendo de la configuración y personalización realizada por el vendedor.



## Soporte y recursos

Tiendanube ofrece soporte humano de excelencia y una amplia variedad de recursos, como tutoriales y guías, para ayudar a los usuarios a configurar y optimizar sus tiendas en línea. Este acompañamiento es especialmente valorado por quienes no tienen experiencia previa en comercio electrónico.

Además, ofrece diferentes planes de suscripción que se ajustan a las necesidades de cada negocio:

- **Plan Emprendedor:** Incluye todas las funcionalidades necesarias para iniciar una tienda en línea. Para conocer el costo actual, visita la página de planes y precios de Tiendanube.
- **Plan Empresarial:** Ofrece atención personalizada y funcionalidades avanzadas para negocios en crecimiento. El precio es personalizado según las necesidades del negocio.

### 6.4.2. ¿Qué es Pago Nube?

Pago Nube es la solución de pago integrada de Tiendanube, que permite a las tiendas aceptar transferencias, tarjetas de débito o crédito, y ofrecer cuotas sin interés. Está completamente conectada con el panel administrativo, facilitando la gestión de pagos y retiros sin salir de la plataforma. Además, incluye el plan "Cuota simple" para pagos en cuotas, y brinda atención personalizada para resolver dudas sobre el uso de Pago Nube.

- **Envíos:** Define las zonas de envío y costos asociados. Puedes integrar plataformas de envío como Correo Argentino o utilizar envíos personalizados.



### **Gestión de Pedidos**

- **Visualización de pedidos:** En la sección “Pedidos”, puedes ver todas las compras realizadas, el estado de cada pedido (pendiente, pagado, enviado) y detalles del cliente.
- **Estados del pedido:** Cambia el estado de los pedidos manualmente (pagado, procesando, enviado) para mantener a los clientes informados sobre el progreso.

### **Informes y Estadísticas**

- **Reporte de ventas:** Accede a informes que te mostrarán las ventas realizadas en distintos períodos, qué productos son más vendidos, y el ingreso total.
- **Tráfico y visitas:** Revisa cuántas personas están visitando tu tienda y desde dónde provienen. Estas estadísticas son útiles para evaluar tus campañas de marketing.

### **Marketing y Promociones**

- **Cupones de descuento:** En la sección de “Marketing”, crea cupones de descuento con condiciones personalizadas (porcentaje, cantidad fija, límite de uso).
- **Integraciones con redes sociales:** Conecta tu tienda con Facebook e Instagram para sincronizar productos y vender directamente desde esas plataformas.

### **Atención al Cliente**

- **Integrar chat en vivo:** Utiliza herramientas de chat en vivo para atender consultas en tiempo real.
- **Automatización de emails:** Configurar respuestas automáticas para confirmar compras o enviar notificaciones de envío.



## 7. Implementación

### 7.1. Entrenamiento al personal.

#### 7.1.1. Objetivos del entrenamiento

- Familiarizar al equipo con la interfaz de Tiendanube.
- Capacitarlos para gestionar productos de forma eficiente, incluyendo la creación, edición y categorización.
  - Enseñarles a procesar pedidos desde la recepción hasta el envío.
  - Dotarlos de las herramientas necesarias para manejar descuentos y cuotas.
  - Asegurar que comprendan los conceptos básicos del comercio electrónico y cómo aplicarlos en Tiendanube.

#### 7.1.2. Estructura del entrenamiento

##### 1. Introducción a Tiendanube:

- ¿Qué es Tiendanube y por qué lo utilizamos?
- Beneficios de usar esta plataforma.
- Recorrido guiado por el panel de control.

##### 2. Gestión de productos:

- Creación de nuevos productos: título, descripción, imágenes, variantes (tallas, colores).
- Organización de productos en categorías y subcategorías.
- Gestión de inventario: stock, puntos de reposición.
- Optimización para buscadores (SEO): palabras clave, meta descripciones.



### 3. Procesamiento de pedidos:

- Recepción de pedidos: notificación, detalles del cliente y productos.
- Preparación y envío de pedidos: generación de etiquetas de envío, seguimiento.
- Gestión de devoluciones y reembolsos.
- Facturación y emisión de comprobantes.

### 4. Descuentos y cuotas:

- Creación de cupones de descuento: porcentajes, montos fijos, códigos.
- Configuración de opciones de pago en cuotas: tasas de interés, cantidad de cuotas.
- Aplicación de descuentos y cuotas a los pedidos.

### 5. Atención al cliente:

- Comunicación con los clientes a través de la plataforma.
- Resolución de consultas y problemas.
- Seguimiento de pedidos y gestión de postventa.

### 7.1.3. Metodología de entrenamiento

- Sesiones presenciales: Explicaciones teóricas, demostraciones prácticas y resolución de dudas.
- Materiales de apoyo: Presentaciones, guías prácticas, videos tutoriales.
- Ejercicios prácticos: Simulación de tareas reales en un entorno de prueba.
- Seguimiento continuo: Evaluación de los conocimientos adquiridos y resolución de dudas posteriores.



## 7.2. Poblamiento de Datos

Para tener un poblamiento de datos efectivo, es decir la carga de los productos en Tienda Nube, realizamos una planificación con varios pasos, para así evitar vacíos y pérdida de datos.

### 1. **Planificación:**

○ Definimos los productos: Creamos una lista detallada de todos los productos que vendemos, incluyendo:

- Nombre.
- Descripción.
- Imágenes.
- Precio.
- Variaciones (color, talla, etc.)
- Stock.

○ Organizamos categorías y subcategorías: estructuramos los productos de manera lógica para facilitar la navegación de los clientes.

○ Establecimos atributos: Definimos los atributos que describen los productos (por ejemplo, marca, material, temporada).

○ Configuramos opciones de envío: Determinamos las zonas de envío, costos y tiempos de entrega.

○ Configuramos métodos de pago: Integramos los métodos de pago que aceptamos (transferencias, tarjetas de débito y crédito).

### 2. **Ingreso de datos:**

○ Archivo CSV.Excel: Descargamos un archivo de Excel, el cual contiene una tabla donde se pueden cargar todos los productos de manera masiva.



- Imágenes de alta calidad: Nos aseguramos de que las imágenes sean nítidas y representativas de los productos.
  - Descripciones detalladas: Escribimos descripciones claras y concisas que destaquen los beneficios de los productos.
  - Optimización para motores de búsqueda (SEO): Utilizamos palabras clave relevantes en los títulos, descripciones y etiquetas de los productos.
- 3. Verificación y corrección:**
- Revisamos todos los datos: Verificamos que toda la información sea correcta y esté libre de errores tipográficos.
  - Probamos la funcionalidad: Realizamos compras de prueba para asegurarnos de que todo funcione correctamente.

#### **Herramientas que nos ayudaron.**

- Archivo CSV.
- Mantener los datos actualizados: Actualizamos regularmente la información de nuestros productos y precios.
- Utilizamos un lenguaje claro y conciso: Evitamos las palabras técnicas y escribimos de manera que los clientes puedan entender fácilmente.
- Realizamos un seguimiento del rendimiento: Utilizamos las herramientas de análisis de Tienda Nube para medir el rendimiento de la tienda y realizar mejoras.

### **7.3. Protección y Seguridad**

En FitBox comprendemos que la seguridad es fundamental en el entorno digital actual. Por eso, hemos decidido tercerizar la protección y seguridad de nuestras



operaciones a Tienda Nube, lo que nos permite garantizar un entorno seguro y confiable para nuestros clientes y a la vez asegurar un nivel óptimo de resguardo para la información.

Puntos fundamentales por los que es confiable Tienda Nube.

### **Cesión y datos**

La Empresa no venderá, alquilará ni compartirá los Datos de los Usuarios salvo aquellos casos expresamente previstos en el Aviso de Privacidad.

### **Confidencialidad y seguridad de la información.**

La Empresa ha adoptado medidas de seguridad razonables para proteger la información de los Usuarios, e impedir el acceso no autorizado a sus datos o cualquier modificación, divulgación o destrucción no autorizada de los mismos.

La información recolectada por la Empresa será mantenida de manera estrictamente confidencial. El acceso a los Datos Personales está restringido a aquellos empleados, contratistas y representantes de la Empresa que necesitan conocer tales datos para desempeñar sus funciones y desarrollar o mejorar nuestros servicios.

La Empresa exige a sus proveedores los mismos estándares de confidencialidad. La Empresa no permite el acceso a esta información a terceros ajenos a la Empresa, a excepción de un pedido expreso del Usuario.

### **Oficial de cumplimiento, derechos arco y revocación.**

El Oficial de Atención da atención y trámite a las solicitudes de los titulares de Datos Personales para el ejercicio de los derechos de Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición (“ARCO”) a que se refiere la Ley de Datos Personales:



---

**Acceso:** Conocer información específica que la Empresa trata respecto de Datos Personales de un Usuario.

**Rectificación:** Actualizar los datos personales de un Usuario que estén desactualizados, sean inexactos o incompletos. Para ejercer este derecho, el Usuario deberá entregar la documentación que acredite la rectificación solicitada de acuerdo a los Datos Personales.

**Cancelación:** Previo “bloqueo” y posterior eliminación de Datos Personales de las bases de datos de Tiendanube, cuando considere que la misma no está siendo utilizada y/o tratada adecuadamente.

**Oposición:** Al tratamiento de Datos Personales con fines específicos, acorde al punto 3 de la Política de Privacidad.



## 8. Conclusión

Finalmente, concluimos que Tiendanube se destacó por su capacidad de adaptarse a las particularidades de nuestro negocio. Sus funcionalidades como su interfaz intuitiva, combinada con la posibilidad de personalizar la tienda sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados, nos permite agilizar el proceso de puesta en marcha. Además, funcionalidades como Pago Nube y las integraciones con redes sociales nos permiten ofrecer una experiencia de compra más completa a nuestros clientes. Considerando nuestro objetivo de expandir nuestro negocio en el mercado nacional, Tiendanube se presenta como la herramienta ideal para alcanzar nuestras metas.

## 9. Recomendaciones

Con base en el proyecto realizado, proponemos utilizar para el e-commerce de indumentaria con estilo urbano Tienda Nube, con el objetivo de impulsar las ventas online, su promoción en redes y búsquedas, y adaptarse a un mercado cambiante con su sencilla interfaz y adaptabilidad.

Para esto, utilizaremos un lenguaje claro y sencillo en la página web y en el entrenamiento al personal, evitando tecnicismos innecesarios y utilizando ejemplos prácticos. Fomentaremos la participación, realizando preguntas, encuestas, votaciones, que integren no solo a los clientes, sino también al equipo, para así crear relaciones duraderas.

Otra recomendación es incrementar la identidad de marca, para sobresalir entre la competencia. Esto se puede realizar personalizando el contenido con respecto a las necesidades específicas de los clientes a los cuales van dirigidos los productos.



Por último, ofrecer soporte continuo desde ventas, estableciendo un canal de comunicación para resolver dudas y brindar asistencia.

## 10. Bibliografía

- Chatcenter. (2023). Cómo formar un equipo de vendedores para Ecommerce. <https://chatcenter.net/es/como-formar-un-equipo-de-vendedores-para-tu-ecommerce/>
- Google. SEO Guía para principiantes. <https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide?hl=es#:~:text=El%20SEO%2C%20que%20es%20la,a%20trav%3%A9s%20de%20un%20buscador> Mercado Shops. <https://www.mercadoshops.com.ar/>
- MercadoShops. Centro de Ayuda. <https://mercadoshops.com.co/centro-de-ayuda/16046>
- OltexTrading. (2021). Boxy Fit vs Cropped Fit. <https://www.oltextrading.com/es/boxy-fit-vs-cropped-fit-cual-es-el-estilo-que-mas-te-favorece#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20boxy%20fit,desenfadada%20sin%20sacrificar%20el%20estilo>.
- Ospina, David. (2023). Sitio web a medida vs Plantilla: Ventajas y Desventajas. <https://www.marketerosagencia.com/blog/diseño-web/sitio-web-medida-vs-plantilla/#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20de%20p%C3%A1ginas%20web%20a%20medida%20es%20una%20opc%C3%B3n,y%20la%20estructura%20desde%20cero>.
- Rapiboy. ¿Vale la pena activar Mercado Shops? <https://blog.rapiboy.com/mercado-libre/vale-la-pena-activar-mercado-shops/>
- Red Hat. (2023). What is Open Source. <https://www.redhat.com/es/topics/open-source/what-is-open-source>
- Rojas, Keilma. (2024). 17 ventajas. <https://www.tiendanube.com/blog/tiendanube-ventajas/>
- Sales Force. (2023). ¿Qué es Software as a Service? <https://www.salesforce.com/mx/saas/>
- Scribd. Base de Datos de Tienda de Ropa. <https://es.scribd.com/document/67228083/Base-de-Datos-Tienda-de-Ropa>
- Shopify. <https://www.shopify.com/es/precios>
- Tienda Nube. (2024). Planes y Precios. <https://www.tiendanube.com/planes-y-precios>
- Tienda Nube. <https://www.tiendanube.com/>
- Vega, Alejandra. (2021). *Perspectivas de eCommerce y los Hábitos de Consumo Tras COVID-19*. PDF.