Reporte Ecommerce 2025

Insights para potenciar tu e-commerce

4° Edición

tiendanube evolución

Índice

Introducción 04

Crecimiento del e-commerce en México 07

Industria de la moda en el e-commerce 36

Índice

Mercados en expansión: marcas con más 15 mil MXN en ventas al mes 50

Futuro del e-commerce: tendencias para 2025 62

Conclusión 89

Introducción

¡Hola! Te damos la bienvenida a la 4° edición de NubeCommerce México. Un estudio anual en el que te acercamos los datos más relevantes del comercio electrónico en nuestro país durante 2024 y en el ecosistema de las marcas que han creado su tienda en línea con la tecnología de Tiendanube.

A lo largo de este estudio te compartiremos el crecimiento que ha tenido el e-commerce en México, uno de los países con una mayor concentración del mercado en América Latina, representando un 26%, de acuerdo con datos de **Statista**.
Se espera que en 2025 continúe en ascenso.

Dentro de los apartados clave que tocaremos este año, te mostraremos el panorama de la industria de la moda en el e-commerce, que es el segundo mercado con mayor representatividad en ventas dentro del ecosistema de tiendas nube. Además, es uno de los que se mantiene en constante crecimiento a nivel nacional, alcanzando el año pasado un 42%, de acuerdo a la AMVO.

Por otra parte, nos adentraremos en el mundo de las marcas de tiendas nube que están en expansión, compartiéndote sus estrategias, recursos más utilizados, desafíos a los que se enfrentan, así como las herramientas que utilizan para informarse y educarse sobre el e-commerce y su sector.

Para concluir el informe, te acercamos las tendencias de consumo que tomarán fuerza este año, así como las tecnologías que ayudan a cubrir estas necesidades de los consumidores.

NubeCommerce

Metodología utilizada en NubeCommerce México 2025

Para realizar este estudio utilizamos métricas internas de Tiendanube y las marcas que venden a través de nuestra plataforma, así como datos duros de fuentes nacionales e internacionales externas a la empresa.

Además, recolectamos información específica de algunas tiendas creadas con la tecnología de Tiendanube, agencias que trabajan con nosotros y especialistas de e-commerce. Para complementar este análisis, realizamos una encuesta dirigida a un grupo de tiendas nube para comprender mejor su panorama.

¿Estás listo para conocer toda esta información? ¡Comencemos!

NubeCommerce

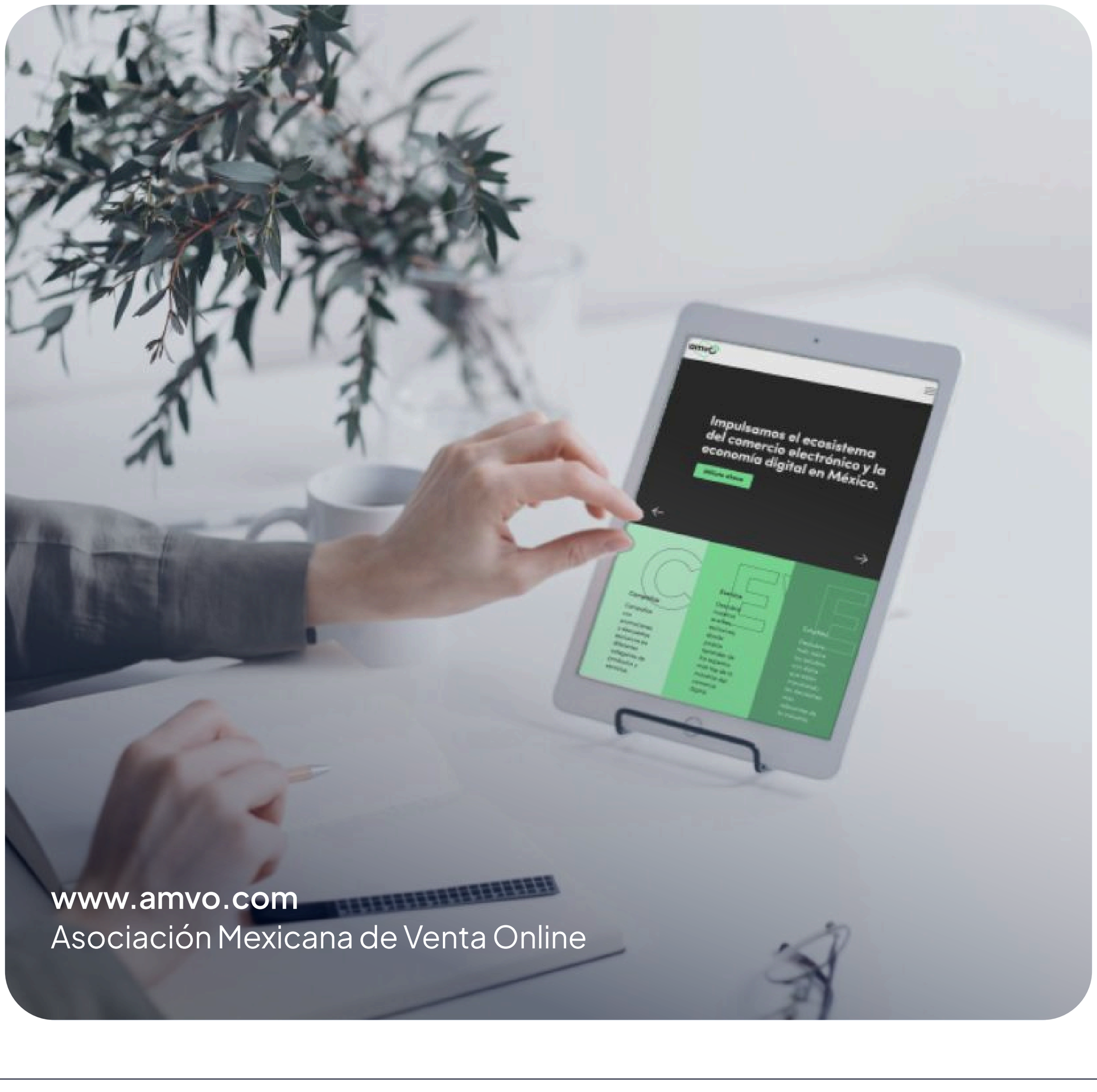
Crecimiento del e-commerce en México

→ México se mantuvo en constante crecimiento en 2024. De acuerdo a la **Asociación Mexicana de Ventas Online** (AMVO), cada trimestre de este año se presentó un crecimiento constante, teniendo un aumento del 24% durante el primer trimestre, 9% durante el segundo y 19% durante el tercero.

Sara Galindo
de SGxEleazar

NubeCommerce

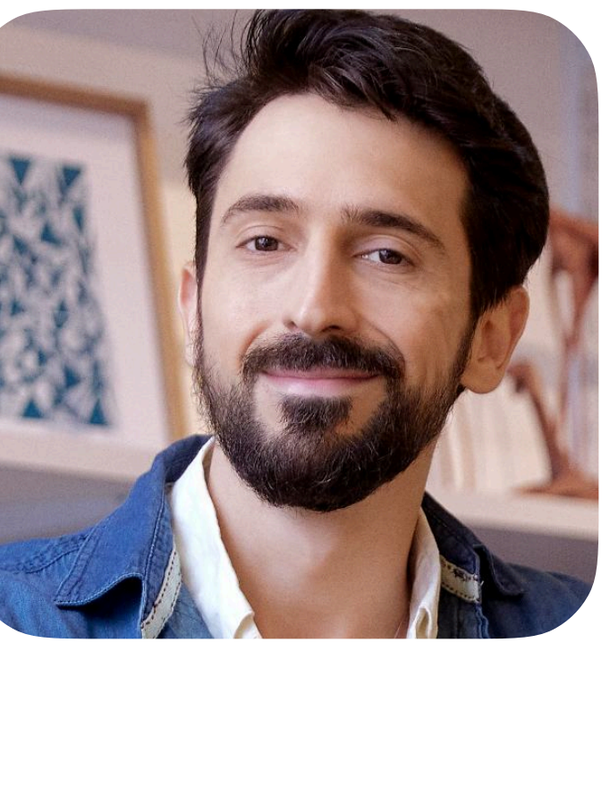
Daniela Orozco, Directora de inteligencia económica y de estudios de mercado de la AMVO, nos comparte que en 2024, el e-commerce en México continuó consolidando su posición como uno de los mercados más dinámicos del mundo, integrando avances a sus estrategias como: omnicanalidad fortalecida, expansión de métodos de pago, logística de última milla optimizada y enfoque en sostenibilidad.

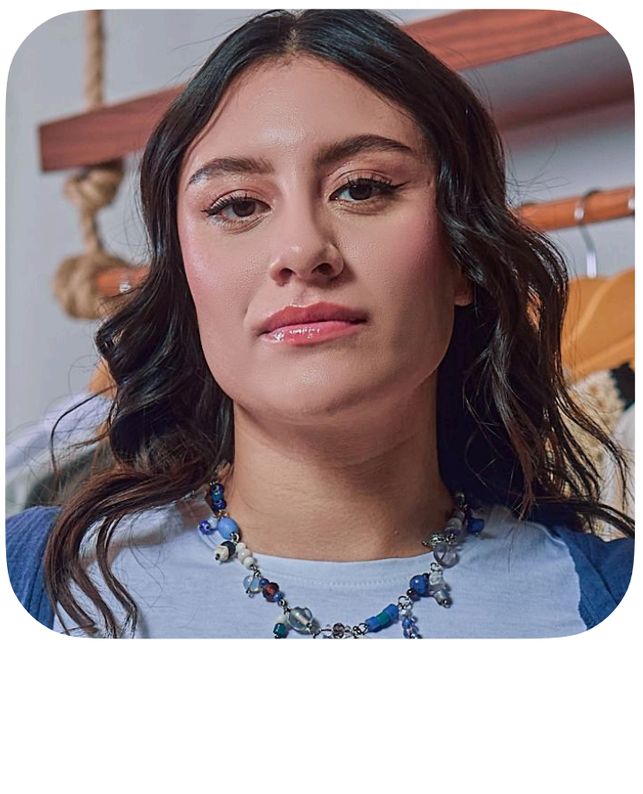
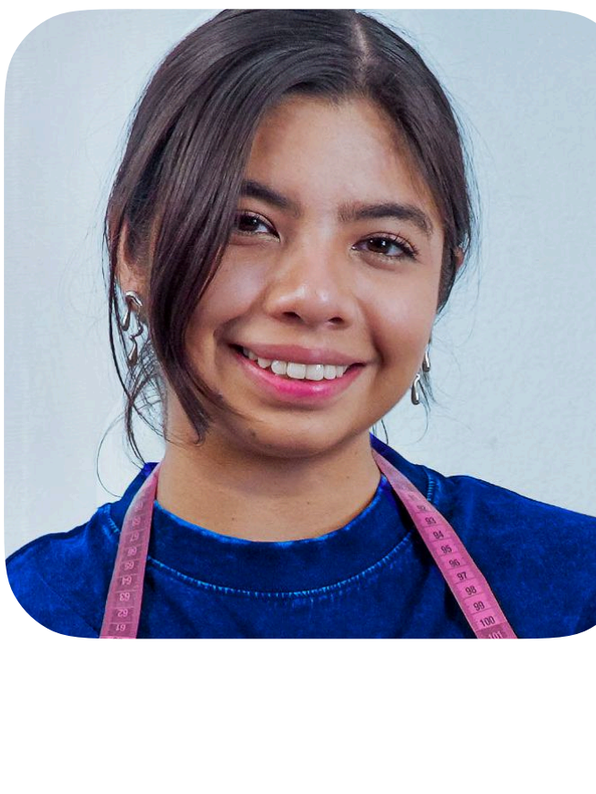


NubeCommerce

Además, datos de **Statista** indican que existieron durante 2024 más de 74 millones de usuarios del comercio electrónico y se prevé que en 2025 lleguen a más de 80 millones, representando un incremento del 8%. Este crecimiento se espera sea constante para que en 2029 llegue a más de 118 millones.
Sin duda, el futuro del e-commerce en México es prometedor, con crecimiento a grandes pasos y con expectativa de ser el segundo mercado más grande en Latinoamérica.

Luis Enrique Gómez Verdejo, Director de SMB de Tiendanube México, nos comparte la situación que está viviendo el e-commerce en México y cómo Tiendanube aporta en esta adopción:



“

México está viviendo un momento clave para el comercio electrónico. La adopción digital se ha acelerado gracias a un mayor acceso a internet y al crecimiento de la confianza en las compras en línea. Al mismo tiempo, la inclusión financiera ha avanzado significativamente, impulsada por una mayor variedad de métodos de pago.

Este panorama ha hecho que el comercio electrónico, y sobre todo las tiendas en línea, se consoliden como un canal estratégico para los negocios. Hoy, contar con una tienda en línea significa tener control total sobre la experiencia del cliente, el manejo de datos, la personalización de ofertas, el diseño y la comunicación.

En Tiendanube, estamos comprometidos con esta evolución tecnológica, ofreciendo herramientas adaptadas al mercado local e integrando soluciones clave en pagos, envíos y marketing. Nuestro objetivo es que cualquier emprendedor tenga la posibilidad de crecer y consolidarse en el ecosistema digital.

Luis Enrique Gómez Verdejo
SMB Director de
Tiendanube México

Canales digitales de venta

En el e-commerce existen diferentes canales que pueden ser usados para la comercialización de productos y servicios, entre los que se encuentran:

- **Tiendas en línea:** un sitio diseñado con la identidad de una marca, donde ofrece sus productos o servicios y permite brindar una experiencia de compra satisfactoria al cliente.

- **Marketplaces:** una plataforma donde varias marcas pueden ofrecer sus productos, lo que genera una alta competencia de productos, pero poca visibilidad de la marca.

- **Redes sociales:** una plataforma de comunicación que permite la generación de comunidades.

NubeCommerce

Datos de Semrush, empresa dedicada a la visibilidad de datos de sitios en internet, muestran que las webs más visitadas a finales de 2024, donde se comercializan productos, fueron marketplaces, liderados por Amazon y Mercado Libre. Pero si buscamos por sectores como moda, belleza, muebles o alguna específica de productos, se muestran tiendas en línea de marcas reconocidas.

Una buena estrategia de marketing y ventas es la omnicanalidad, que consiste en utilizar múltiples canales de venta con una misma comunicación, lo que permite llegar a diferentes públicos. Sin embargo, el éxito de esta estrategia no solo radica en estar presentes en diferentes canales, sino en mantener un control centralizado y eficiente.

NubeCommerce

La mejor manera de lograrlo, es gestionar todos los canales desde una única plataforma, como una tienda en línea. Las plataformas de comercio electrónico, como Tiendanube, ofrecen herramientas que permiten integrar y sincronizar inventarios, ventas y pedidos, brindando una experiencia fluida tanto para los negocios como para sus clientes.

“Las tiendas en línea son el corazón del ecosistema del comercio electrónico en México, ya que construyen una estrategia muy robusta de alcance masivo, donde las tiendas físicas son limitadas. Además, permiten a empresas de todos los tamaños competir a nivel global sin la necesidad de grandes inversiones iniciales.”

Daniela Orozco
Directora de inteligencia económica y estudios de mercado de la Asociación Mexicana de Venta Online

Un claro ejemplo de ello nos lo da la marca REMI, que vende con la tecnología de Tiendanube y nos comenta lo siguiente:

“

Sacamos entre 20 y 40 productos nuevos al mes. La forma más fácil de hacer la venta es mediante la tienda en línea, pues en redes sociales, los clientes tenían que esperar a que les contestara, pero por la página, pueden hacer su compra inmediatamente, ganando velocidad en la adquisición de sus prendas.

Mariel Martín y Estefanía Ramírez
de REMI

NubeCommerce

#TIP

Algunas de las marcas que han creado su tienda en línea con la tecnología de Tiendanube, vincularon su sitio web con otros canales de venta. **Los más utilizados en 2024 fueron:**

74%
WHATSAPP

46%
TIENDA DE FACEBOOK

42%
INSTAGRAM SHOPPING

36%
MARKETPLACES

20%
TIKTOK

**La suma total no da un 100% debido a que se podía elegir más de una opción.*

NubeCommerce

Tiendanube en el mercado mexicano

En 2025, Tiendanube cumplirá 5 años rompiendo las barreras de digitalización de las marcas mexicanas, siendo un apoyo para la expansión de los negocios y aportando al crecimiento del e-commerce en México.

Actualmente, más de 150,000 marcas latinoamericanas confían en la tecnología de Tiendanube, de las cuales, más de 6,000 son mexicanas.

A lo largo de este apartado te compartiremos cuál fue el panorama de las tiendas creadas con la tecnología de Tiendanube durante 2024, cómo contribuyeron en el e-commerce de México, así como el valor que les dio a su marca vender en línea.

Para Dongsong, una marca de K-pop que usa la tecnología de Tiendanube, las ventas digitales son un gran diferencial:

“

Definitivamente, vender en línea aporta un valor diferencial importante en nuestro rubro. La disponibilidad 24/7 permite a nuestros clientes realizar compras en cualquier momento, mejorando su experiencia y comodidad. También, el entorno online facilita la recopilación de datos valiosos sobre el comportamiento de los usuarios, lo que nos ayuda a personalizar ofertas, mejorar el servicio y tomar decisiones basadas en estadísticas.

Yuruani Hernández
de Dongsong

NubeCommerce

Panorama de tiendas nube en México

Al cierre del 2024, más de 6,200 marcas eligieron la tecnología de Tiendanube para crear su tienda en línea. Durante el año, se sumaron alrededor de 2,000 nuevas marcas, lo que representó un crecimiento del 46% en comparación con el cierre del año 2023.

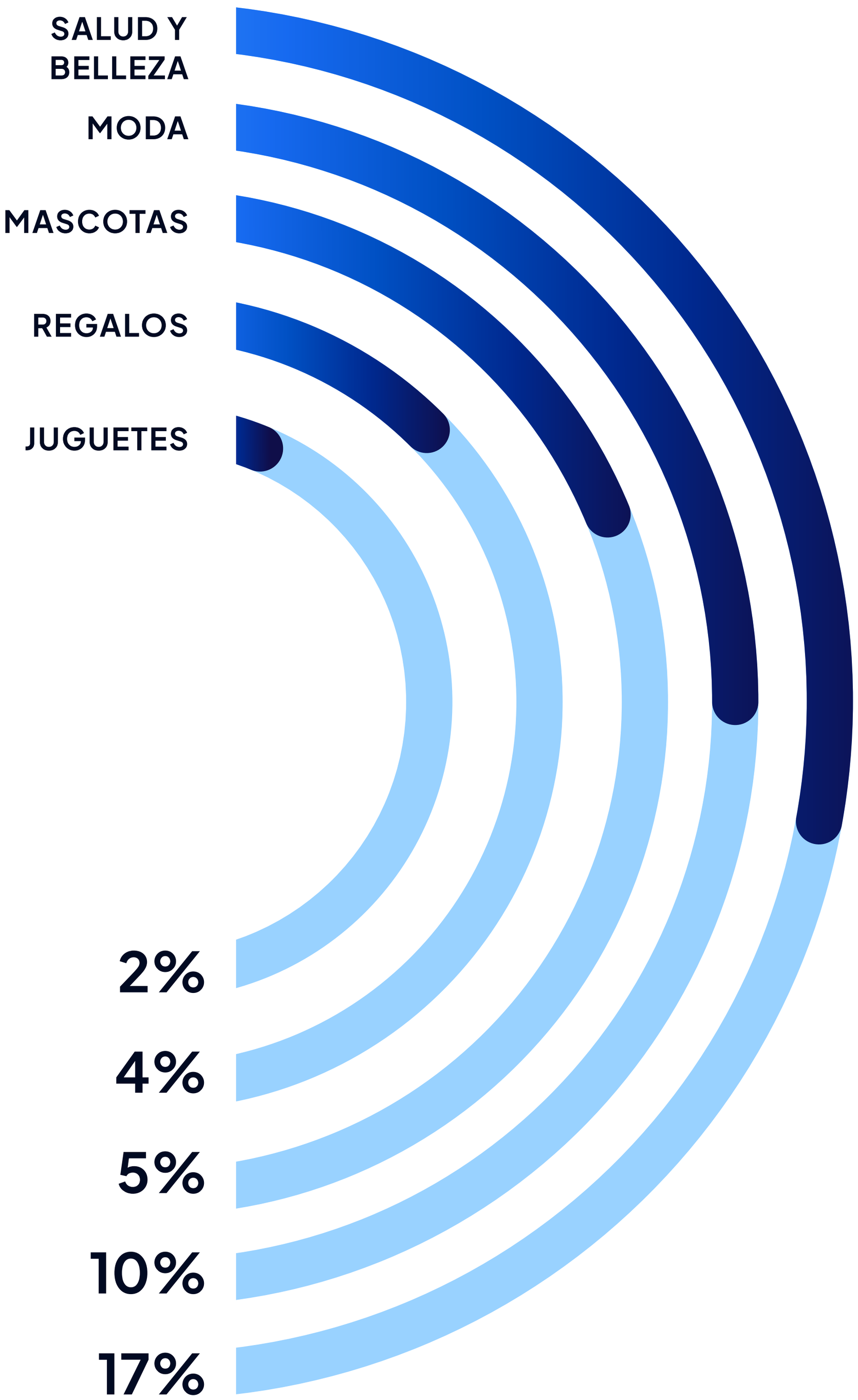
Entre los datos más importantes que generaron las más de 6,000 marcas mexicanas, se encuentran:

- **Aumento anual de 71%** en GMV procesado por Tiendanube.
- **Incremento del 55%** en el número de órdenes de compra.
- **Ticket promedio de $1,467 MXN**, representando un crecimiento anual del 10%.

Nota: El GMV o Gross Merchandise Value es la facturación total generada por las marcas dentro de las tiendas creadas con la tecnología de Tiendanube.

Rubros con mayor facturación

Los 5 segmentos que tuvieron un mayor porcentaje de ventas este año son:



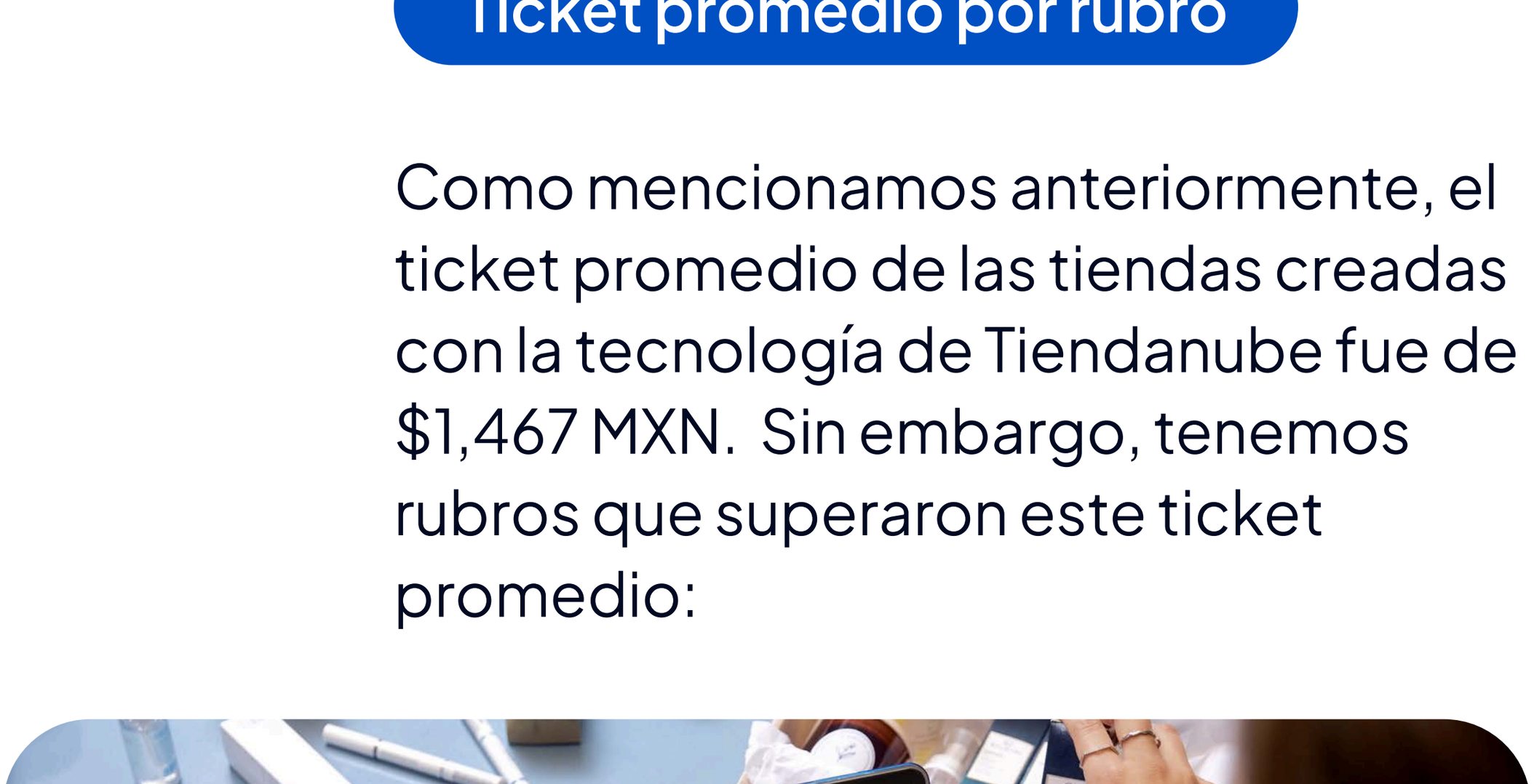
NubeCommerce

Cabe destacar que este año el rubro de Mascotas pasó del 5° lugar al 3° al compararlo con 2023, así como el segmento de Regalos pasó de la posición 7° a la 4°.

Por otro lado, es importante señalar que el rubro de moda contempla tres sectores: ropa, joyería y accesorios de ropa.

Ticket promedio por rubro

Como mencionamos anteriormente, el ticket promedio de las tiendas creadas con la tecnología de Tiendanube fue de $1,467 MXN. Sin embargo, tenemos rubros que superaron este ticket promedio:



$2,510
MXN
VIAJES

$2,513
MXN
SERVICIOS

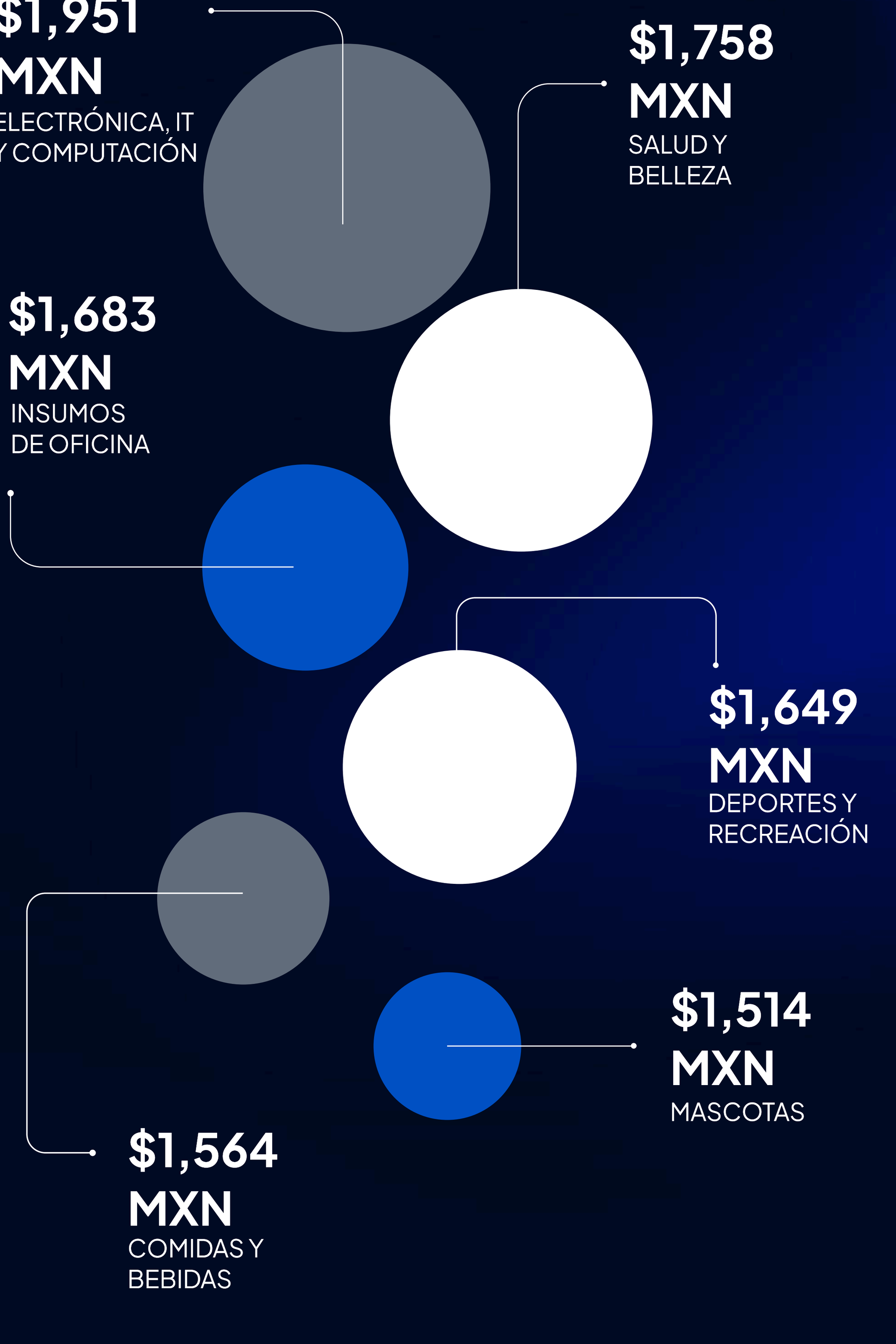
$2,726
MXN
AUTOMÓVILES

$3,528
MXN
CONSTRUCCIÓN
E INDUSTRIAL

$5,447
MXN
EQUIPAMIENTO
Y MAQUINARIA

$3,135
MXN
CASA Y JARDÍN

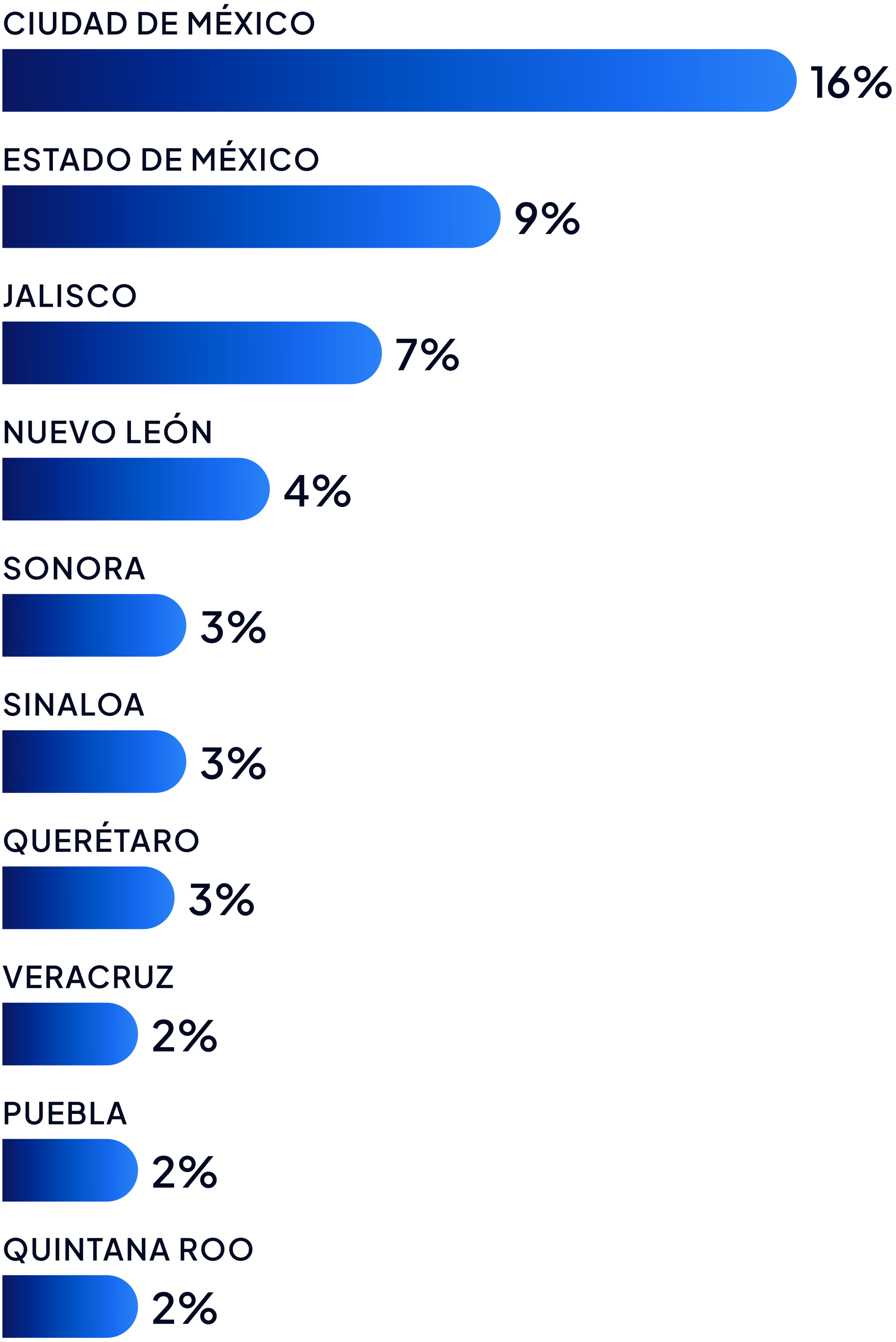
NubeCommerce



Geografías más representativas

Existen tiendas nube en toda la república pero, a lo largo de 2024, los estados donde se generaron más órdenes de compra y se tuvo un mayor GMV fueron:

Órdenes de compra



NubeCommerce

GMV

19%
CIUDAD DE MÉXICO

9%
ESTADO DE MÉXICO

8%
JALISCO

4%
SINALOA

3%
NUEVO LEÓN

3%
SONORA

2%
QUERÉTARO

2%
QUINTANA ROO

2%
PUEBLA

1%
VERACRUZ

Fechas representativas para las tiendas nube

Entre las fechas de e-commerce más representativas del año tenemos Hot Sale y Buen Fin. En este apartado te compartimos los alcances que tuvieron las estrategias que realizaron estas tiendas en línea.

NubeCommerce

Hot Sale

El Hot Sale 2024 se llevó a cabo del 15 al 23 de mayo. Los alcances más destacados que tuvieron las tiendas nubes en este periodo fueron:

Incremento del 42% en facturación comparado con Hot Sale 2023

Estrategias más usadas: descuentos directos de más del 30% y envío gratis

Ticket promedio de $1,538 MXN

Métodos de pago más utilizados: tarjetas de crédito 29%, tarjeta de débito 24% y wallet 14%.

Mejores rubros en tickets promedio:

→ Salud y belleza con ticket promedio de $1,682 MXN

→ Electrónicos y regalos con un ticket promedio de $1,667 MXN

→ Mascotas con un ticket promedio de $1,551 MXN

Buen Fin

Por su parte, la campaña del mejor fin de semana del año se realizó del 15 al 18 de noviembre, obteniendo los siguientes logros para las tiendas nube:

Incremento del 88% en facturación comparado con Buen Fin 2023

Estrategias más usadas: envíos gratis, promociones 3×2 y 2×1, así como descuentos directos del más del 40%

Ticket promedio de $1,628 MXN

Métodos de pago más utilizados: tarjetas de crédito 26%, tarjeta de débito 21%, transferencia electrónica 15%

Mejores rubros en tickets promedio:

→ Mascotas con un ticket promedio de $1,683 MXN

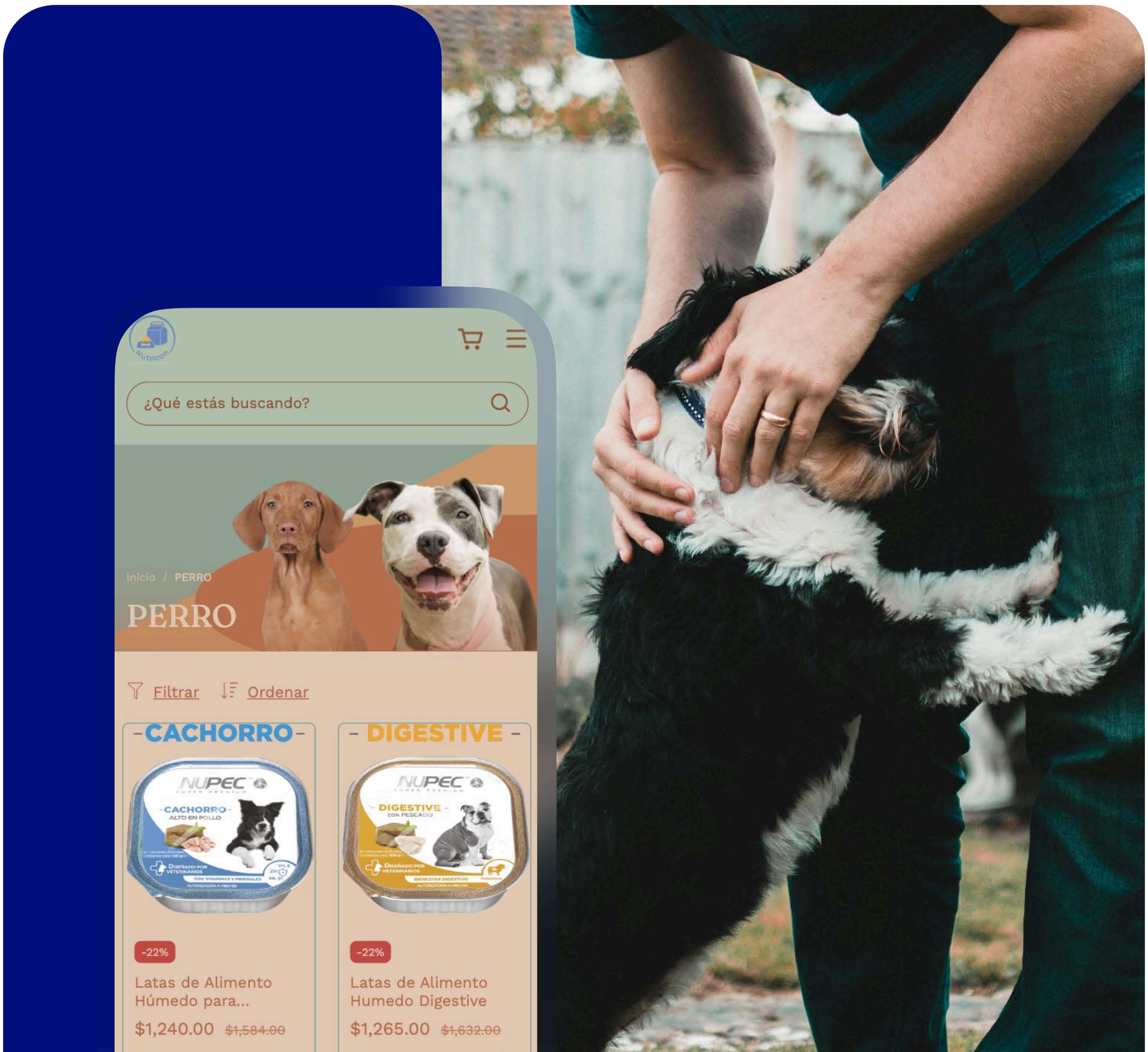
→ Salud y belleza con un ticket promedio de $1,624 MXN

→ Deportes con un ticket promedio de $1,533 MXN

NubeCommerce

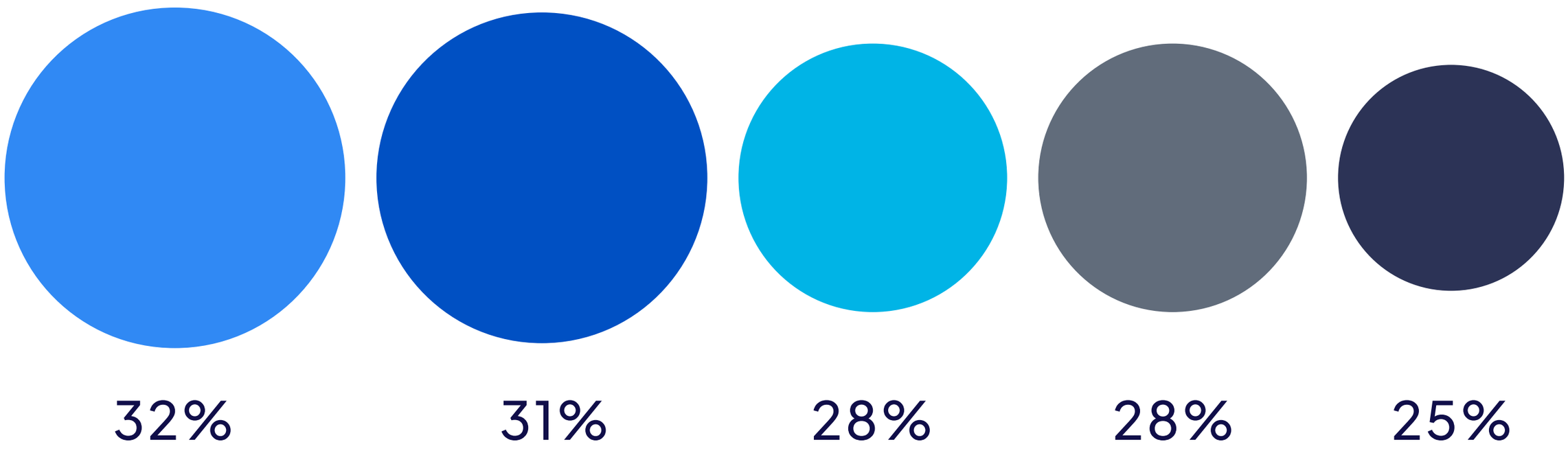
Nutrican es una de las tiendas nube que creó estrategias específicas en fechas especiales y esto es lo que logró:

> En Buen Fin, Cyber Monday, logré incrementar mis ventas en un 20%
>
> **René Martín de Nutrican**



Principales retos que enfrentan los emprendedores

Emprender no es sencillo, se requiere de determinación, trabajo constante, sacrificios, paciencia, entre otros desafíos. Los dueños de las tiendas nube se han enfrentado a varias situaciones, entre las que nos mencionan:

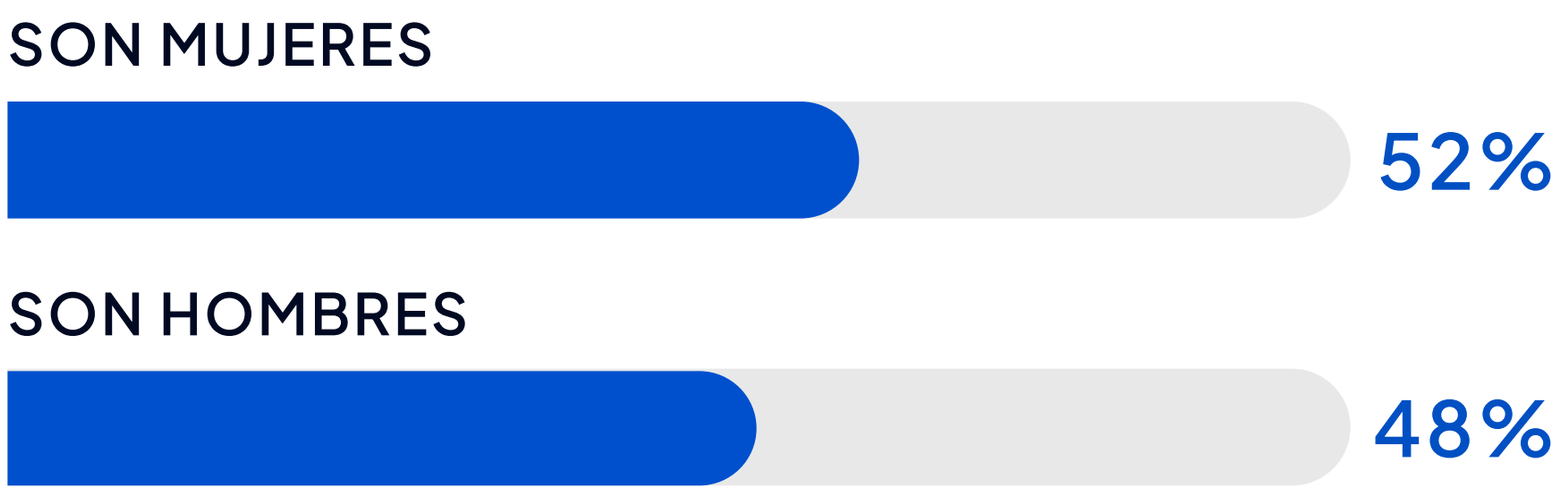


*La suma total no da un 100% debido a que se podía elegir más de una opción.

Perfil demográfico de los emprendedores de Tiendanube

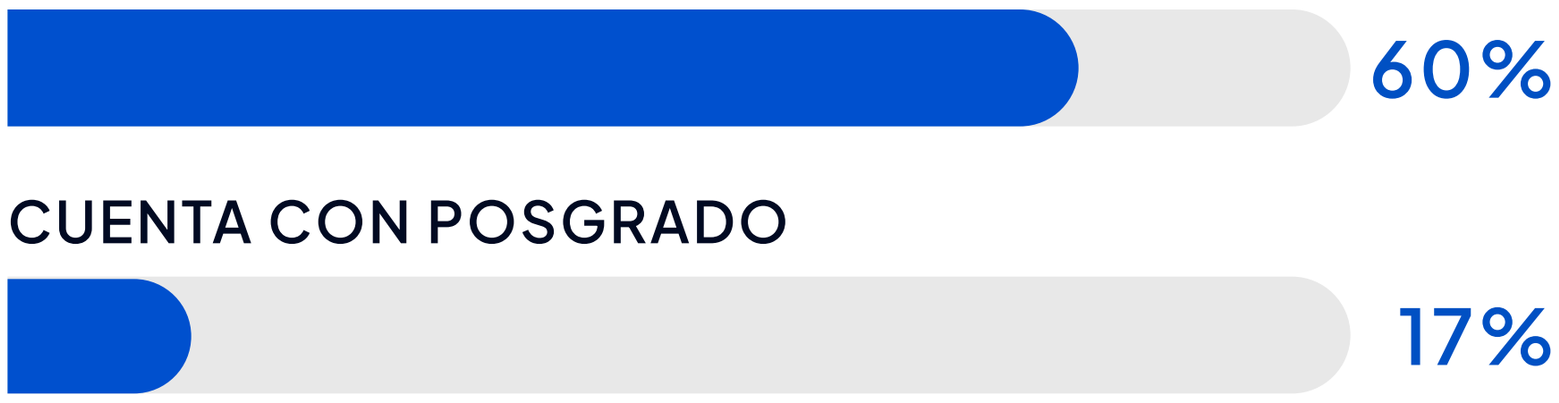
En Tiendanube existe una gran diversidad de emprendedores, aquí te compartimos los perfiles demográficos más representativos de 2024:

Género



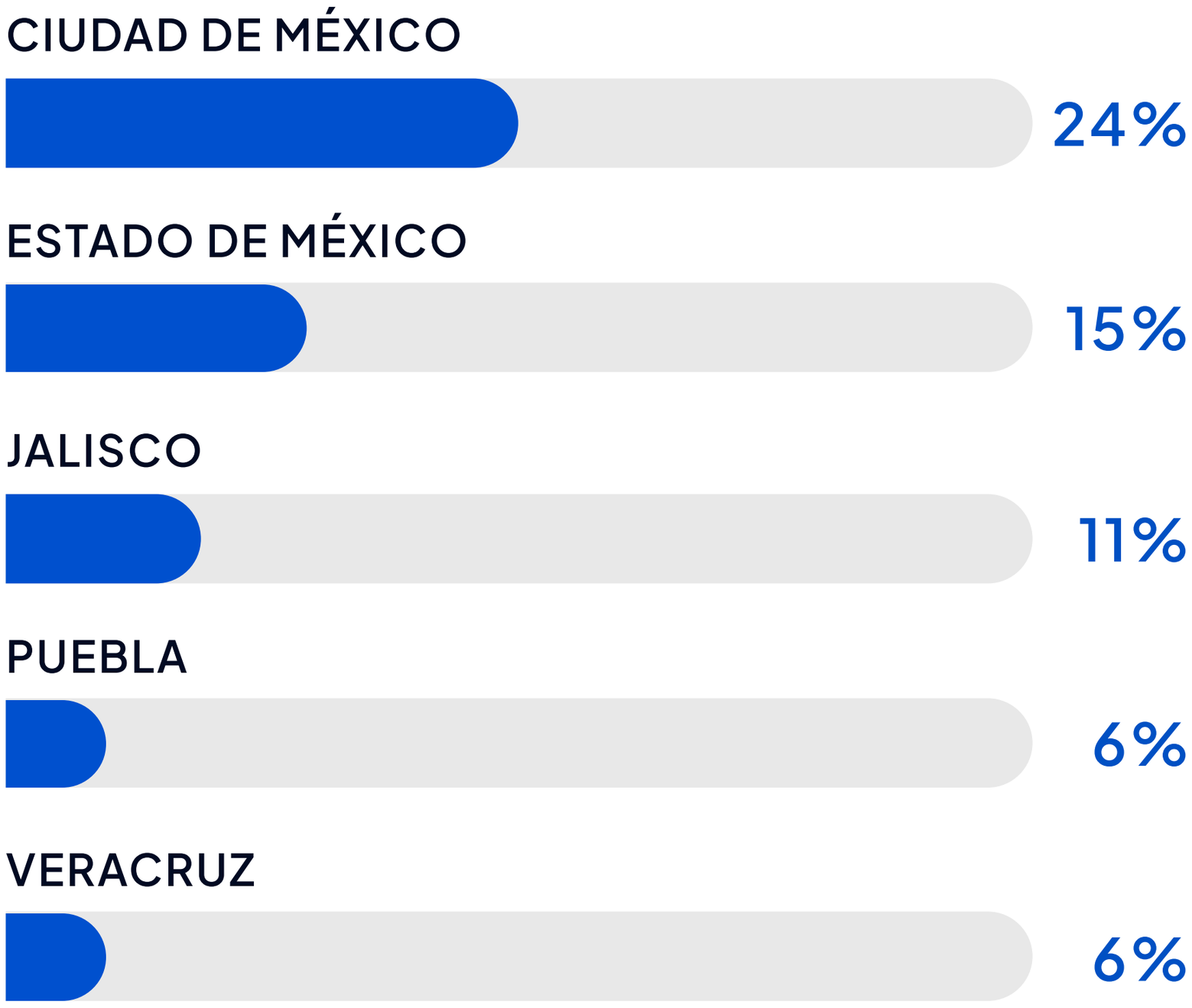
Edad

Nivel educativo



NubeCommerce

Estado en los que se encuentran



Para cerrar este capítulo, te compartimos unas palabras de **Alejandro Vázquez, Co-fundador y Presidente de Tiendanube,** quien nos da una recapitulación del crecimiento del e-commerce en México y el papel de Tiendanube en este contexto.

“

La facturación registrada por las marcas que venden en Tiendanube en 2024 tuvo un crecimiento del 71% en comparación con el año anterior, lo cual refleja la fortaleza y resiliencia del e-commerce mexicano. Entre los factores que sustentaron este desempeño, la innovación ocupa un papel central.

Las marcas comprendieron que **invertir en tecnología era esencial para satisfacer las demandas de un consumidor cada vez más exigente y digitalizado.** Herramientas como la inteligencia artificial, la automatización y la integración omnicanal no solo optimizaron las operaciones, sino que crearon experiencias de compra personalizadas y fluidas.

“

Otro punto clave fue la capacidad de capitalizar las oportunidades estacionales. El Buen Fin 2024, por ejemplo, marcó un hito en el calendario del comercio electrónico, al generar récords de facturación del 88% y un aumento del 69% en órdenes de compra, demostrando el impacto de campañas bien estructuradas y dirigidas.

Además, se fortaleció la relación con los clientes. Los negocios que invirtieron en atención digital, programas de fidelización y acciones personalizadas no solo captaron nuevos compradores, sino que consolidaron su base y crearon conexiones más duraderas.

“

Detrás de todos estos factores, el papel de Tiendanube como socio estratégico fue determinante. Al ofrecer soluciones tecnológicas sólidas, soporte especializado e insights basados en datos, **nuestra plataforma ayudó a emprendedores de distintos perfiles a superar desafíos y convertir su potencial en resultados concretos.**

El año 2024 demostró que, con innovación, planificación y el soporte adecuado, el e-commerce puede seguir destacándose como una de las principales fuerzas de la economía del retail en México y en el mundo.

Alejandro Vázquez
Co-fundador y
Presidente de Tiendanube

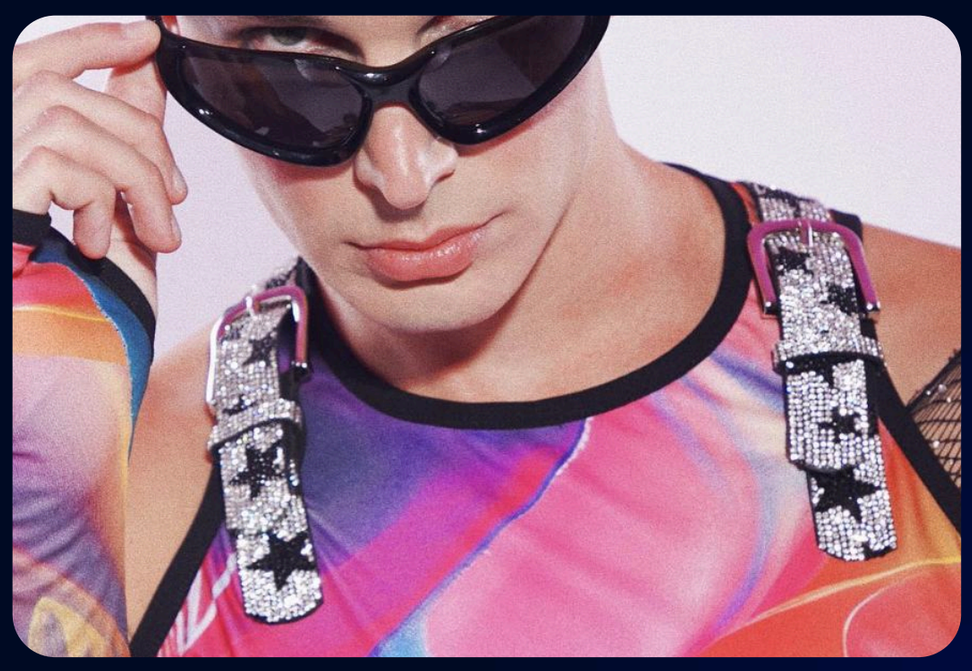
NubeCommerce

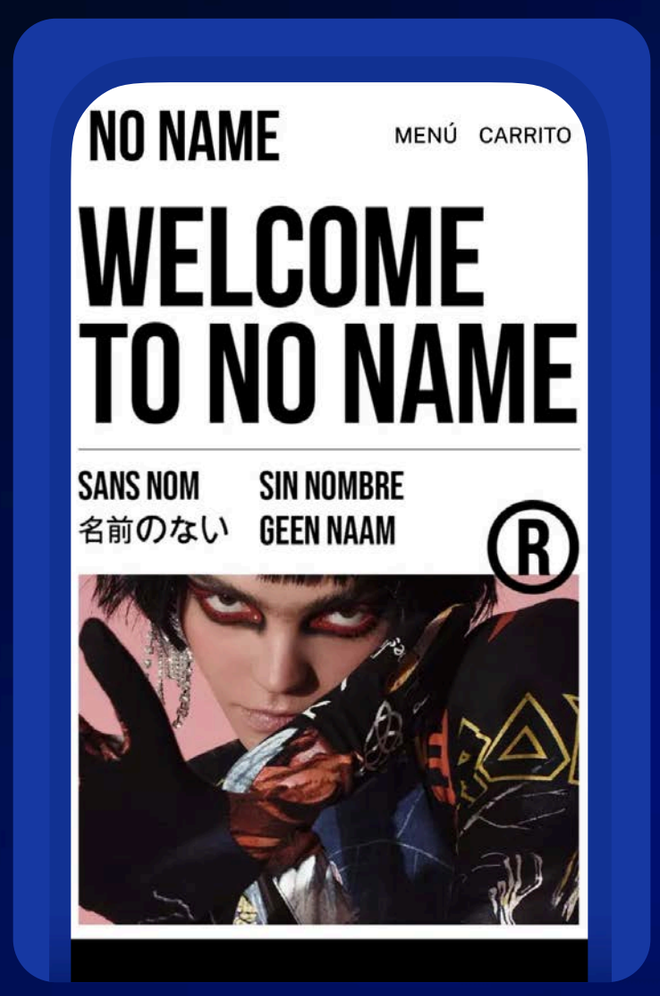
Industria de la moda en el e-commerce

→ En el mercado del e-commerce, la industria de la moda ha dejado su huella. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Ventas en Línea (**AMVO**) y el estudio realizado por **Elogia Fashion Lab**, el 60% de las compras en línea son enfocadas a marcas de moda. Los usuarios que adquieren moda por internet, en promedio llegan a realizar 6.5 compras al año, con un ticket de $1,693 MXN.

En Tiendanube, el 8% de tiendas en línea en México pertenecen al sector de moda y durante 2024 generaron un ticket promedio de $1,138 MXN, siendo el sector de ropa el más fuerte, alcanzando un ticket promedio de $1,286 MXN.

NubeCommerce





El e-commerce permite a los diseñadores llevar sus creaciones a otras partes del mundo de forma rápida y sencilla. Jonathan Morales, fundador de **NO NAME**, es uno de los creadores de moda que se han beneficiado de las ventas por internet con una tienda en línea.

“

La gente puede adquirir mi producto en cualquier parte del mundo gracias a una plataforma como Tiendanube. Creo que eso es lo que nos fallaba a nosotros, tener un acceso rápido y mundial, donde la gente pudiera adquirir nuestro producto después de que un runway o que gran artista lo usara.

Jonathan Morales
de NO NAME

NubeCommerce

Estrategias manejadas en los e-commerces de moda

→ Para alcanzar las metas planteadas es necesario tener un plan. En este apartado te compartimos las estrategias que manejaron algunas tiendas nube de moda durante 2024, así como las tendencias que marcaron el sector este año.

Inteligencia artificial y realidad aumentada

Diversos sectores hicieron uso de diferentes tecnologías con inteligencia artificial (IA), combinada con realidad aumentada, para aplicarlo en sus estrategias de marketing y ventas, entre ellas la industria de la moda.

El principal objetivo del uso de estas tecnologías es lograr la personalización, permitiendo retener clientes y fidelizar. Entre las acciones se encuentran:

- **Chatbot:** ideal para ofrecer atención al cliente de manera inmediata y sin intervención humana, recolectando información de preferencias.
- **Probadores virtuales:** herramientas que permiten a los usuarios visualizar cómo les quedaría una prenda, eliminando las dudas que pueden frenar una compra.
- **Asistente virtual:** diseñados para ayudar a los usuarios a elegir prendas, recomendar opciones o sugerir tallas y calzados. Al igual que los chatbots, estos asistentes recopilan datos de preferencias que pueden ser clave para desarrollar nuevos productos y mejorar la experiencia de los usuarios.

Pagos a plazos

Una de las estrategias que utilizaron las tiendas nube del sector moda durante 2024 fue permitir a sus clientes el pago a plazos, es decir, los usuarios podían adquirir los productos deseados y pagarlos en pequeños pagos durante un tiempo determinado.

En algunos casos, las marcas optaron por el Buy Now Pay Later o simplemente pagaban una fracción del costo total al inicio, y posteriormente, cada mes o quincena, el resto. Todo sin generar intereses y sin la necesidad de utilizar tarjetas de crédito.

#TIP

- **Aplazo**: la aplicación permite que el cliente realice el pago del 20% de su compra y el resto lo divida en 5 plazos fijos.

- **Kueski Pay**: a través de esta aplicación los usuarios pueden adquirir los productos en ese momento y diferir sus pagos en quincenas.

Uso de redes sociales

Las redes sociales son un gran aliado en las estrategias de marketing y ventas, pues permiten crear comunidad, interactuar con los usuarios, llevar tráfico a las tiendas en línea, ayudar a concretar ventas y fidelizar clientes.

Respecto a las tiendas en línea del sector moda, en 2024 las redes sociales más usadas, tanto para crear contenido de comunidad como para acciones de venta, fueron Instagram, Facebook y TikTok.

La ventaja que tuvieron estas marcas y facilitaron su estrategia de ventas, es que pudieron vincular su sitio web con estas redes y sincronizar su catálogo de productos, gestionando todo desde su tienda en línea.

Ofertas relámpago

Las ofertas relámpago, también conocidas como flash sale, se utilizan para ofrecer productos con descuento durante un periodo de tiempo reducido, esto puede ser por solo unas horas o días.

Esta estrategia es ideal para aumentar el número de ventas en un corto tiempo. En la industria de la moda pueden usar las ofertas relámpago para liquidación por cambio de temporada, fechas especiales o para atraer nuevos clientes.

#TIP

- **Oferta urgente**: esta aplicación te permite mostrar notificaciones emergentes con promociones y un temporizador. Incluso se puede personalizar al establecer un tiempo por cada cliente.
- **Counti**: a través de esta aplicación puedes colocar un contador regresivo para ofertas con stock y tiempo limitado.

Envío gratis

El envío gratis es una opción que sin duda anima a los clientes a realizar la compra, pues se evitarán realizar el gasto de la paquetería.

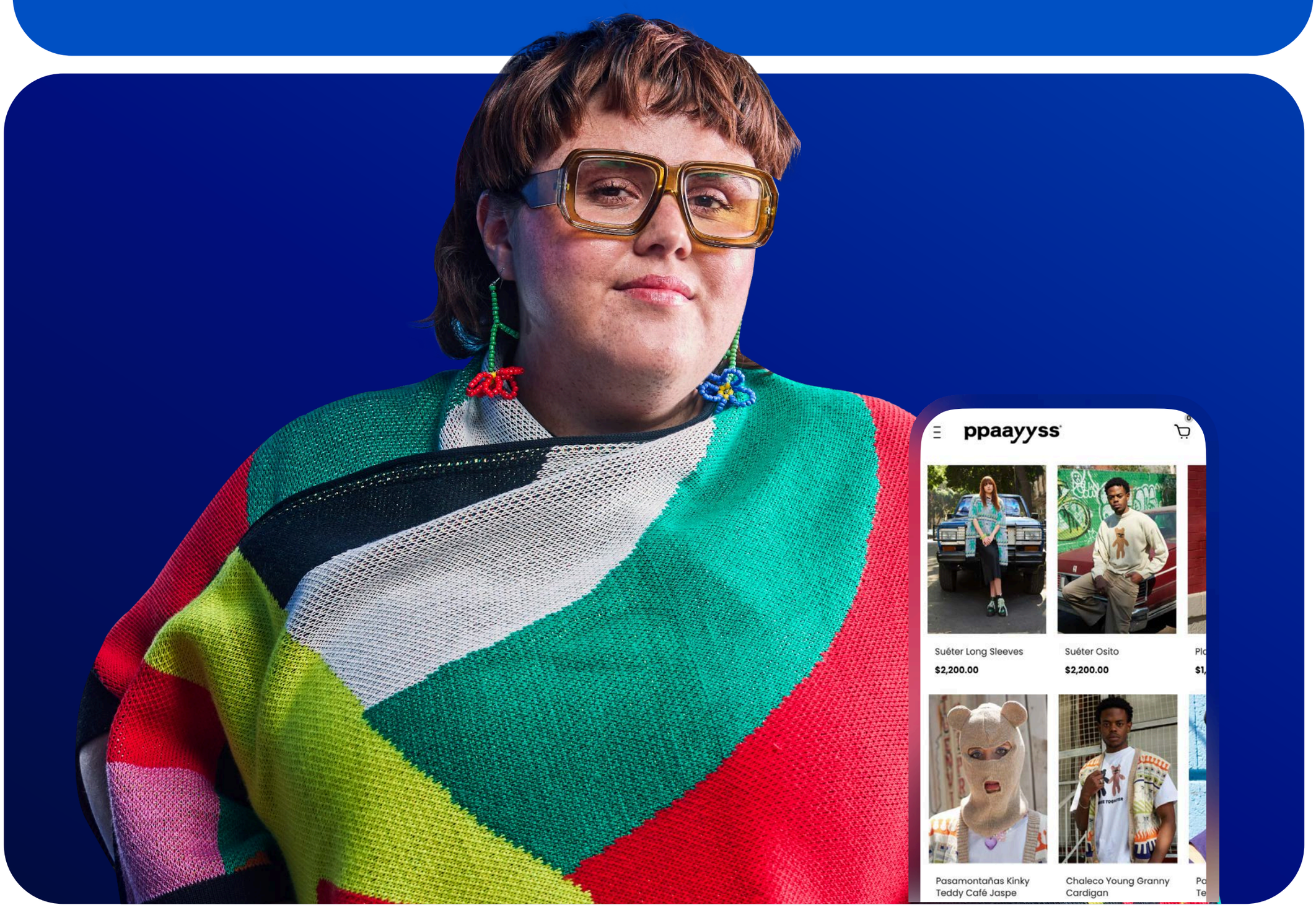
Al ser una estrategia donde el vendedor absorbe los gastos, es importante planificarla bien, ya sea aumentando un porcentaje a los productos, señalando un mínimo de compra o realizarlo en fechas especiales. Por otro lado, también es fundamental tener aliados que permitan realizarla, es decir, contar con paqueterías con los mejores costos y servicios.

NubeCommerce

#TIP

- **Promociones combinadas by TITANPush**: con esta aplicación puedes crear promociones combinadas, dando un descuento porcentual al producto y agregando el envío gratis.

- **Paqueterías y agrupadoras nacionales e internacionales**: más de 20 opciones de envío, entre las que se encuentran agrupadoras como Envia.com, Skydropx y EnvíosPerros, así como paqueterías: DHL Express, Rapidboy o Treggo Mx.



NubeCommerce

Moda circular y sostenible

Ante la creciente preocupación por el cuidado del medio ambiente, las personas buscan aportar su granito de arena. Entre ellas, algunas marcas de moda como **REMI** y **Merecoy**, han apostado por la venta de ropa usada en buen estado o por crear prendas a base de materiales sostenibles, promoviendo el uso consciente y racional de los recursos naturales.

Cabe señalar que esta no solo es un tipo de estrategia, pues va más allá al estar vinculada con el propósito de la marca y los valores que la rigen.

Moda inclusiva y diversa

Al igual que el punto anterior, la moda inclusiva y diversa, más que una estrategia, es considerada una tendencia, la cual vino a terminar con los estereotipos que por muchos años estuvieron presentes en este sector, generando la falta de representación de muchas personas e incluso problemas de salud física y mental.

Actualmente, es más común ver marcas que muestran diversidad de modelos o ropa sin género, ofreciendo opciones de innovación y apertura a nuevos mercados.

Algunas de las tiendas nube de moda que han aplicado estas estrategias son:

MAZEHUAL

NO NAME

ppaayyss

SOHO

SGxEleazar
SARA GALINDO X ELEAZAR ROSADO

Conoce lo que expertos en e-commerce y moda opinan sobre este sector, así como la importancia de estar en internet.

“

El e-commerce ha democratizado la moda, permitiendo que diseñadores emergentes tengan acceso a un público global sin depender exclusivamente de las tiendas físicas. También ha cambiado la forma en que los consumidores interactúan con las marcas, haciendo que la personalización y la experiencia del usuario sean factores decisivos.

Sara Galindo
de SGxEleazar

“

El sector de Moda es una de las categorías más maduras del mercado, siendo la segunda categoría con mayor contribución a las ventas online retail. Moda no sólo ha experimentado una rápida aceleración de adopción digital, sino una recurrencia de compra alta, alcanzando a 6 de cada 10 compradores digitales en México, donde el 50% de ellos realiza compras de manera omnicanal al menos 1 vez al mes.

Daniela Orozco
Directora de inteligencia económica y estudios de mercado de la AMVO

Mercados en expansión: marcas que facturan más de 15 mil pesos al mes

Como mencionamos anteriormente, el e-commerce se mantiene en constante crecimiento y su valor en el mercado va en aumento. Datos de **Statista,** señalan que en 2025 se espera generar $45.55 millones USD y para 2029 llegar hasta $65.38 millones USD. Esto impulsado por pequeñas, medianas empresas y sobre todo por las grandes marcas.

En este apartado nos centraremos en las acciones que realizan las marcas que tienen una tienda en línea con la tecnología de Tiendanube y facturan más de $15,000 MXN mensuales.

NubeCommerce

→ Juan Martín Vignart, Country Manager de Tiendanube México, nos explica lo que significa la digitalización de las marcas y el compromiso que tiene Tiendanube como un socio estratégico.

“

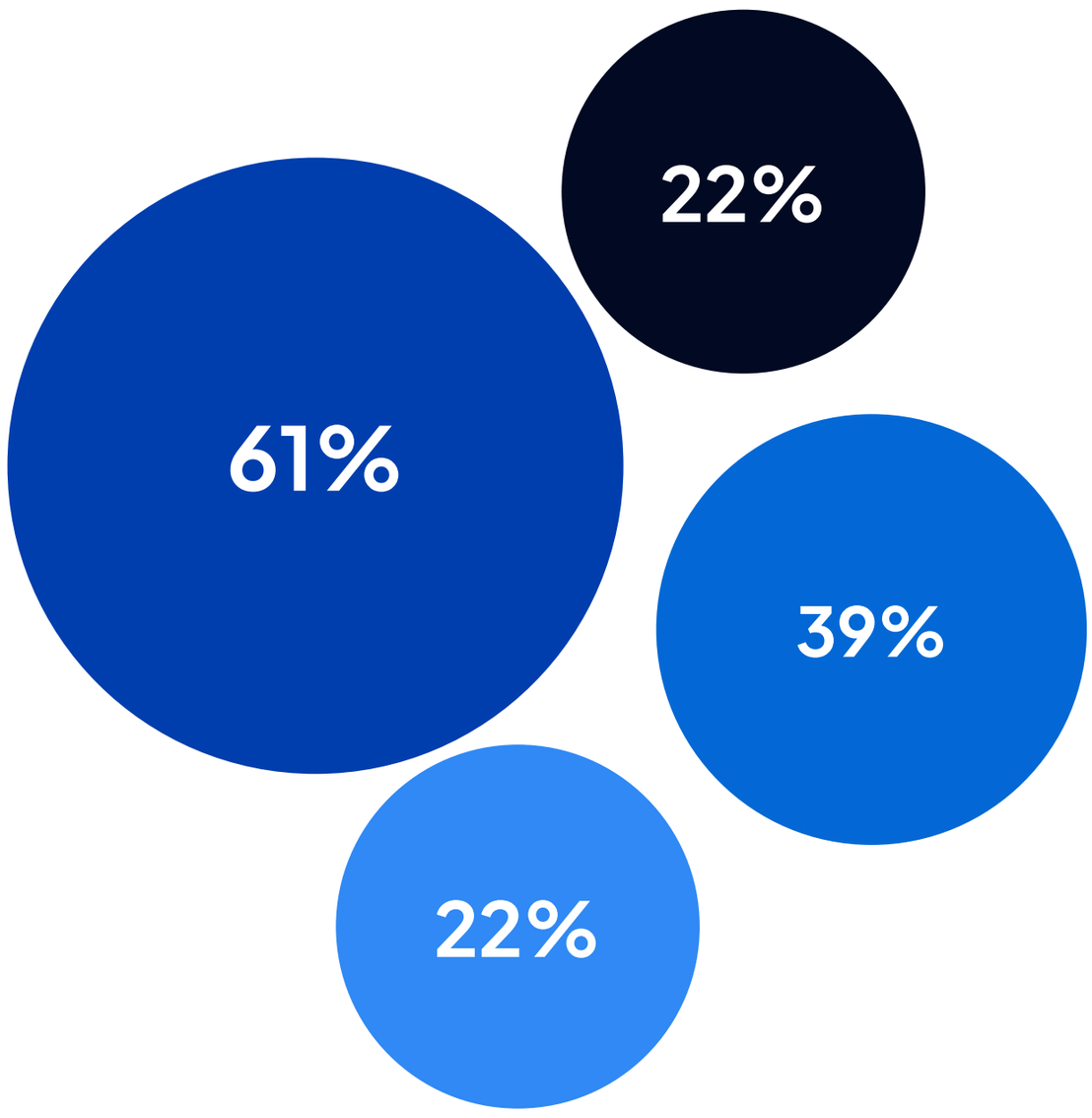
El e-commerce en México continúa evolucionado y hoy, las medianas y grandes empresas deben escalar sus operaciones a la par de las tendencias. En Tiendanube, entendemos que la digitalización no solo se trata de vender más en línea, sino de construir un ecosistema robusto que optimice procesos, integre diversas tecnologías y potencie el crecimiento sostenible.

Nuestro compromiso es ser el socio estratégico que facilite esta transición, brindando soluciones flexibles, educación continua y un ecosistema de aliados que impulsen la expansión de las empresas mexicanas.

Juan Martín Vignart
Country Manager de
Tiendanube México

Recursos utilizados

Existen una gran variedad de recursos que puede utilizar una marca para dar a conocer su negocio, aumentar sus ventas y mejorar el trato con clientes. Entre las tiendas nube, los más usados fueron:

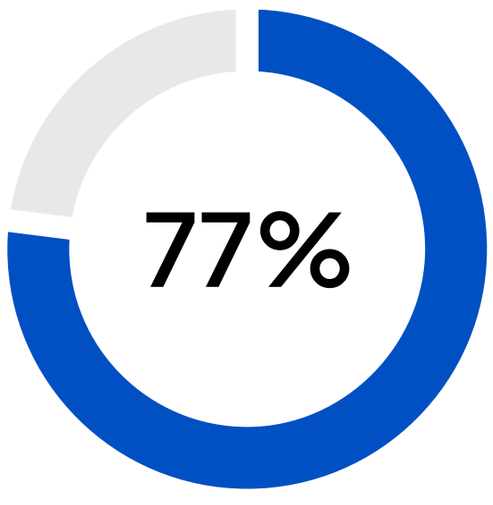


*La suma total no da un 100% debido a que se podía elegir más de una opción.

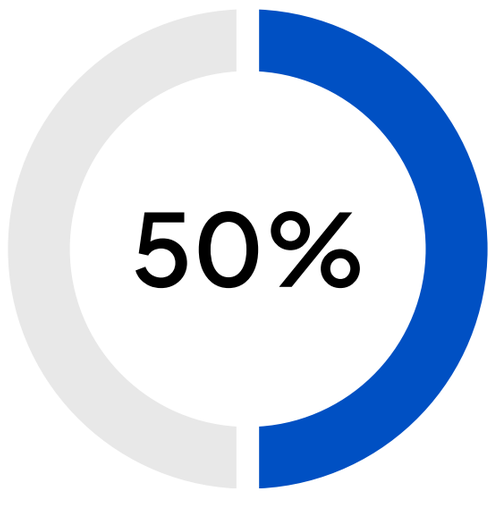
Estrategias

Algo que tienen muy claro estas empresas es la importancia de la planeación de estrategias para hacer crecer su marca y aumentar sus ventas. Aquí te compartimos las estrategias más usadas por las tiendas nube.

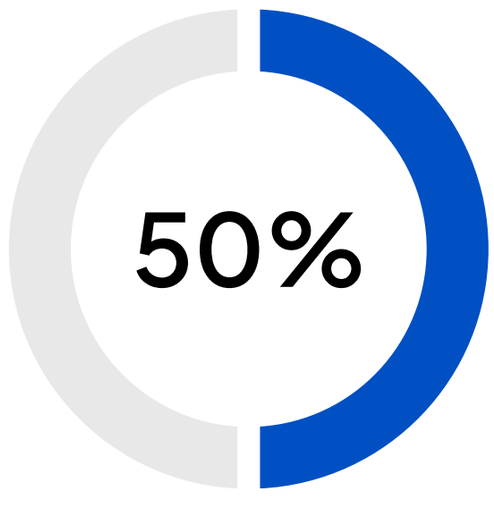
NubeCommerce



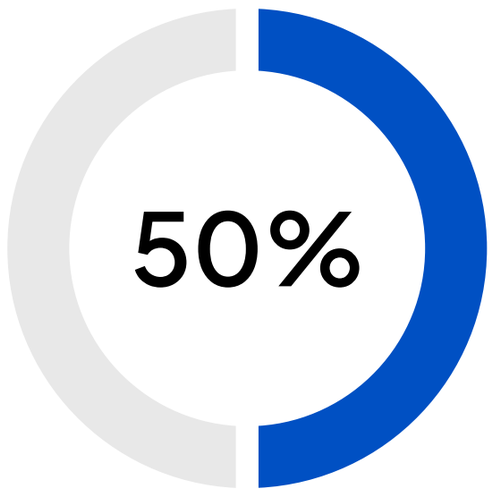
ENVÍOS GRATIS



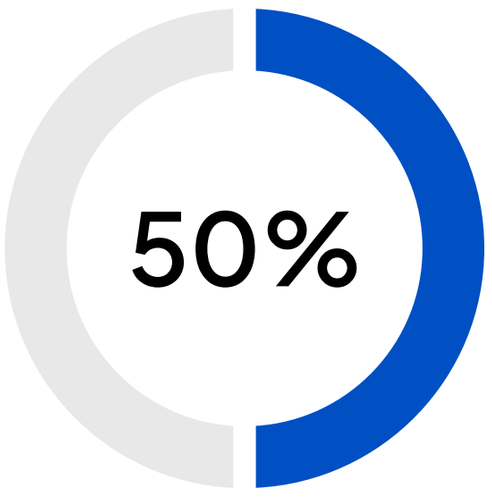
VENTAS DIRECTAS POR REDES SOCIALES



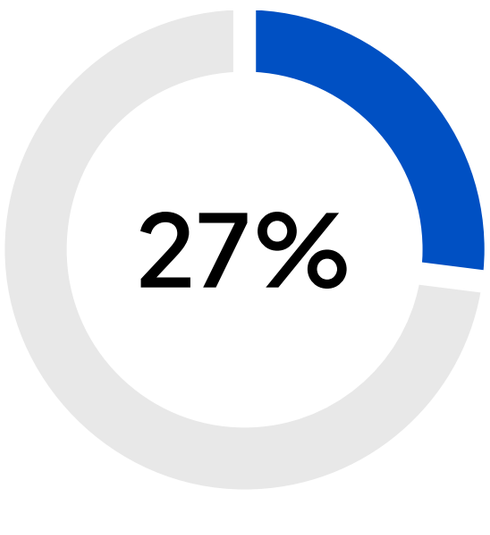
KITS Y COMBOS DE PRODUCTO



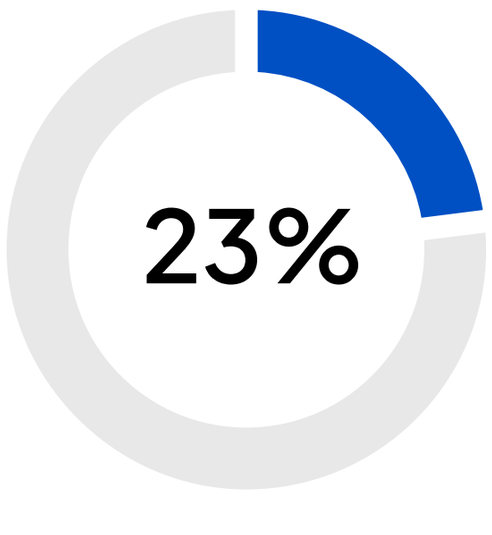
OFERTAS RELÁMPAGO



VENTA EN LÍNEA CON RETIRO EN TIENDA



E-MAIL MARKETING



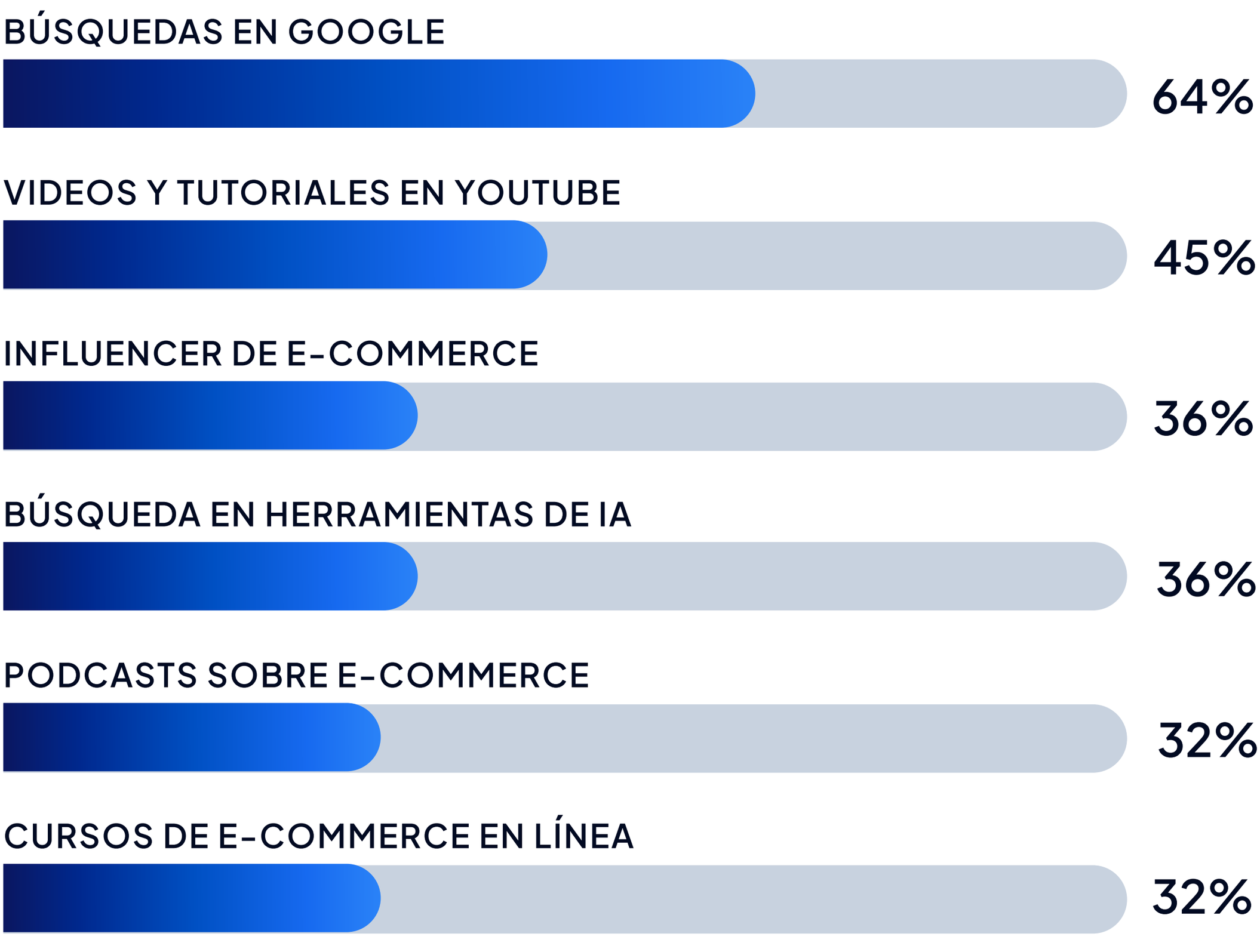
PARTICIPACIÓN EN EVENTOS Y FERIAS

*La suma total no da un 100% debido a que se podía elegir más de una opción.

Educación sobre e-commerce

Para lograr llevar un negocio de forma adecuada es necesario que los emprendedores aprendan sobre estrategias de marketing y ventas, e-commerce, redes sociales, finanzas, entre otros temas relacionados con su empresa y sector.

Las tiendas nube que están en expansión, van conociendo y aprendiendo a través de diferentes herramientas, entre las que destacan:

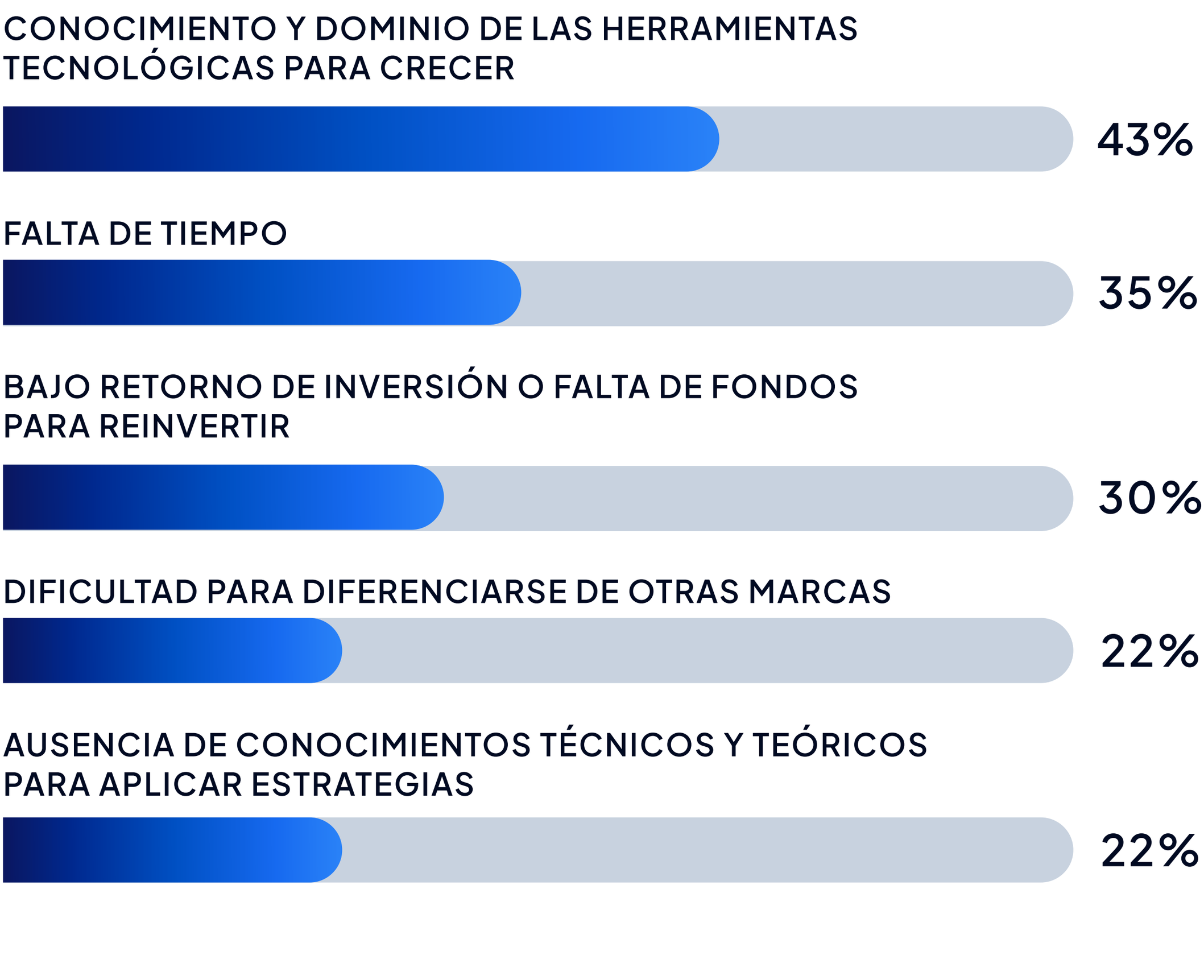


*La suma total no da un 100% debido a que se podía elegir más de una opción.

Principales desafíos

Los mercados en expansión también se enfrentan todos los días con diferentes retos y desafíos. Estos pueden generar dudas a los empresarios o afectar las ventas y rentabilidad del negocio.

Los principales desafíos a los que se enfrentan las tiendas nube son:



*La suma total no da un 100% debido a que se podía elegir más de una opción.

“

El principal desafío de las marcas en expansión no es vender, sino más bien ser un negocio rentable, que valga la pena escalar. Que la operación logística y de generación de clientes a través de inversión de marketing no coma el margen del negocio.

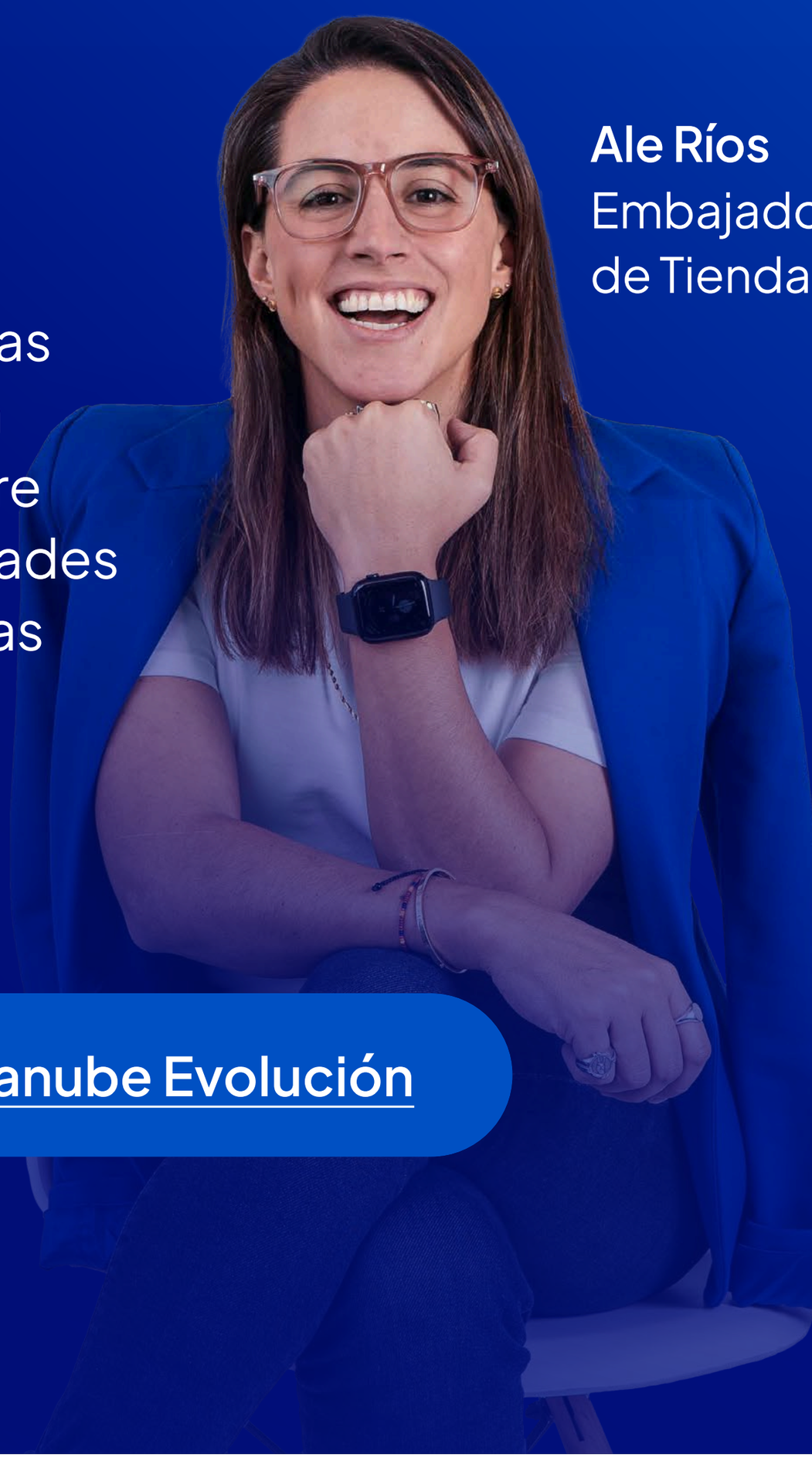
Rodrigo Jourde
Sr. Sales Manager de
Tiendanube México

NubeCommerce

#TIP

Para apoyar a estas marcas en expansión, tanto en sus estrategias como en los desafíos que enfrentan, contamos con Tiendanube Evolución, la solución de e-commerce más completa de la región, que ofrece especialistas en e-commerce que asesoran a los negocios para que sus ventas en línea tengan una operación eficiente basada en estrategias rentables.

Conoce lo que agencias expertas en marcas en expansión opinan sobre los desafíos y necesidades que tienen las medianas y grandes empresas que buscan impulsar sus marcas.



Ale Ríos
Embajadora
de Tiendanube

→ Conocer Tiendanube Evolución

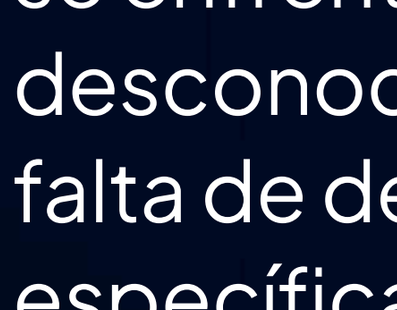
“

Los principales elementos que debe tener una marca son: propuesta de valor, blog diferenciado, una buena agencia, marketing digital al día y una plataforma de e-commerce.

Manuel González
de la agencia
Eclipse DC

“

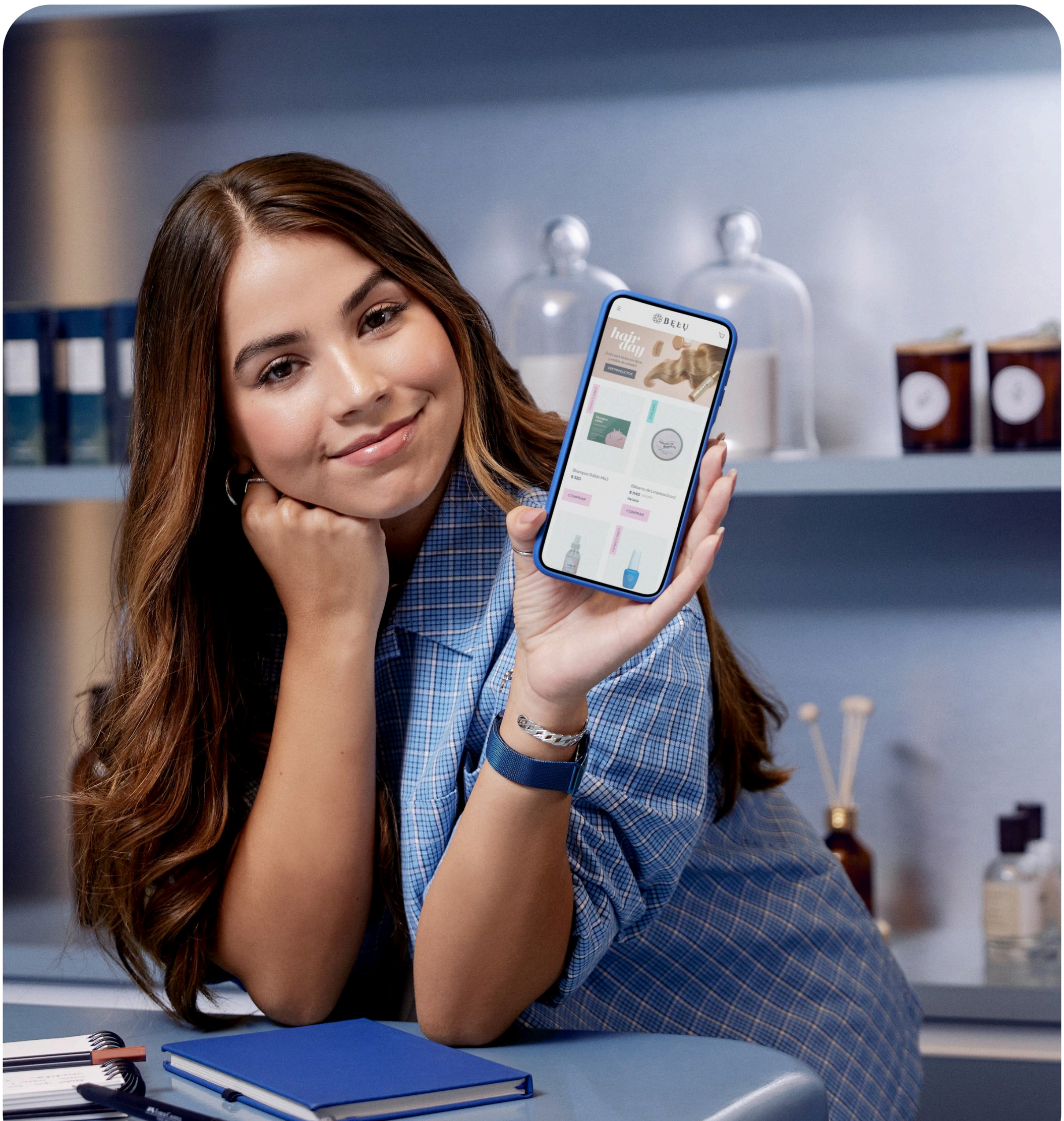
Entre los principales desafíos a los que se enfrentan las marcas están: el desconocimiento de la tecnología, la falta de definición de una estrategia específica para el crecimiento de su tienda en línea y la sobreestimación de expectativas de corto plazo.



Daniel Velázquez
de la agencia
The Funnelmania

NubeCommerce

Tras conocer más de las marcas en expansión, te dejamos la visión de Bernardo Brandão, CMO de Tiendanube, quien nos comparte la importancia de la diversificación de estrategias para este mercado.



“

Diversificar estrategias de marketing de forma eficiente exige un enfoque equilibrado entre tácticas de rendimiento y acciones de posicionamiento.
Y los datos del informe lo confirman: las estrategias de marketing más priorizadas por empresas de altos ingresos son redes sociales, publicidad paga, así como branding y posicionamiento.

Aunque las dos primeras iniciativas son esenciales para generar resultados rápidos en el comercio electrónico, el branding es altamente estratégico para la expansión de negocios digitales, especialmente para marcas que buscan consolidarse en mercados competitivos.

El branding no se limita a la identidad visual: se trata de construir una percepción sólida y diferenciada que genere valor percibido, fidelización y conexión emocional con los clientes. Este esfuerzo permite que las marcas lideren sus segmentos, justifiquen precios premium y ganen ventaja frente a competidores enfocados únicamente en costos.

Las empresas que buscan diversificar sus estrategias deben priorizar la consistencia en la comunicación, alineando campañas de medios pagados con la construcción de autoridad en el sector, explorando colaboraciones auténticas con influencers y creando contenidos que transmitan los valores de la marca.

Este equilibrio entre rendimiento y posicionamiento garantiza impacto a corto y largo plazo, lo que transforma cada punto de contacto en una oportunidad para involucrar y convertir a los clientes.

Bernardo Brandão
CMO de Tiendanube

NubeCommerce

Futuro del e-commerce: tendencias para 2025

Tras entender el panorama que nos dejó 2024, es momento de enfocarnos en 2025 aplicando lo que nos funcionó el año anterior y conociendo las tendencias de consumo que se esperan para este año, así como las tecnologías que se pueden implementar en las estrategias a realizar en una tienda en línea.

Tendencias de consumo de e-commerce 2025

En este apartado tomamos como base información de tres grandes instituciones:

- Euromonitor International, que nos proporciona un enfoque más global.

- AMVO, la cual aterriza la información más al mercado mexicano.

- LLYC, quien brinda un panorama mexicano, pero más generacional, pensando en la generación Z que está entrando con fuerza en el mercado de consumo digital.

Cada una nos aporta información valiosa que analizamos y desglosamos con un enfoque digital, pensando en las dos generaciones que actualmente dominan el mercado de consumo digital, los **millennials** (nacidos entre 1982-1994) y **la generación Z** (nacidos entre 1995-2009)

Vida más saludable

Estas generaciones se preocupan por una vida más saludable, por ello es que buscan productos y servicios que se los proporcionen. Para encontrar los artículos ideales, dentro de sus búsquedas se enfocan en conocer el origen y comprobar la veracidad de lo que promocionan las marcas.

Si tu empresa está enfocada en la venta de productos de belleza, suplementos o alimentos naturales, asegúrate de compartir sus beneficios al igual que su origen. De igual manera, esta tendencia aplica para aquellas marcas deportivas o de tecnología que busca el bienestar de los usuarios.

Compras inteligentes e intencionadas

Ante la crisis económica que existe en gran parte del mundo, el ahorro es parte primordial para estas generaciones, tanto es así que, de acuerdo a un estudio de Euromonitor International solo el 18% de sus encuestados señala que realizó compras impulsivas en 2024, el resto buscó hacer solo compras intencionadas.

El consumo de productos y servicios de este público se basa en una comparativa del costo-beneficio, donde en algunas ocasiones se puede dar mayor peso al valor agregado que da la marca al usuario.

Por mencionar un ejemplo, el cuidado personal es un factor importante, por ello la compra de un sérum premium que ofrezca la limpieza que prometa y que además contenga productos naturales, será más llamativo que un sérum económico.

Comunicación clara

En un mundo donde las personas se ven bombardeadas con publicidad en cualquier canal al que entren, llámese redes sociales, buscadores digitales, plataformas de streaming e incluso series y películas, los internautas evitan la saturación de contenido.

En cambio, optan por investigar en canales que les proporcionen información clara, honesta y directa a la hora de comprar. De acuerdo al estudio de LLYC, el 87% de los internautas opta por las redes sociales: Instagram, TikTok y YouTube son las más usadas por estas generaciones.

NubeCommerce

Experiencia de compra intuitiva

Los internautas no solo buscan una comunicación clara y fluida, también que al momento de realizar la compra el proceso sea sencillo, intuitivo y que no requiera de una gran cantidad de pasos.

Para lograrlo, las empresas requieren de un espacio donde pueda gestionar todo como una tienda en línea, pero a la vez que brinde la posibilidad de adquirir productos por diferentes canales, acorde a las necesidades de cada consumidor, es decir, optar por una omnicanalidad.

Personalización

¿A quién no le gusta sentirse especial y escuchado? Esta tendencia viene de años atrás, pero sigue siendo relevante para los consumidores, pues ofrece cercanía, permite crear relaciones y a la larga, fidelización.

Es importante señalar que no solo se trata de hablarle al cliente por su nombre, sino también conocer sus preferencias y acercarse con una comunicación sincera, no solo con la intención de venta.

Varias de estas tendencias se relacionan, es por ello que contar con herramientas y la tecnología correcta te puede ayudar a lograr satisfacer las demandas.

Ahora ya tienes elementos que te permitirán planear y trabajar una estrategia para impulsar tu marca, aumentar tus ventas y llegar a los objetivos que te planteaste.

NubeCommerce

Tecnologías que esperan impactar en el comercio electrónico en 2025

→

La Directora de inteligencia económica y estudios de mercado de la AMVO, Daniela Orozco, nos comparte que entre los avances que pisarán fuerte este 2025, se encuentran:

- **IA generativa:** la cual potenciará recomendaciones de productos, creación de contenido y diseño de experiencias de usuario hiper-personalizadas.

- **Comercio inmersivo:** permitiendo la expansión del uso de realidad aumentada (AR) para probar productos, especialmente en moda y muebles.

- **Entrega ultra rápida:** donde nuevos modelos logísticos garantizarán entregas en menos de dos horas en grandes ciudades, especialmente para categorías de consumo masivo.

Con esta información de referencias, a lo largo de este apartado te contaremos cómo es que algunas tiendas nube buscan satisfacer esas demandas a través de la tecnología que pueden aplicar en sus estrategias de e-commerce, específicamente dentro de su tienda en línea.

Inteligencia artificial

Como vimos a lo largo del estudio, una de las tecnologías que mayor avance tuvo este año y seguramente continuará teniendo durante 2025 y en los posteriores, es la inteligencia artificial.

Si bien genera muchos sentimientos encontrados, pues es amada por unos, odiada por otros e incluso hasta temida, sin duda es algo que varias marcas y usuarios de internet utilizan en su día a día, incluyendo la comercialización de productos.

Por un lado, de acuerdo al estudio de Euromonitor International indica que la IA es considerada por el 43% de sus encuestados como una fuente de información confiable. Por otro lado, las marcas la pueden utilizar para satisfacer las necesidades de personalización, experiencia y comunicación que buscan los internautas.

A través de la IA, los e-commerces pueden optimizar sus procesos hasta reinventar la experiencia de compra, permitiendo aumentar la tasa de conversión, reducir la cantidad de carritos abandonados y construir relaciones duraderas con sus clientes.

#TIP

Benza: procesa datos de navegación para rediseñar y optimizar en tiempo real la experiencia a través de IA y machine learning. Esto permite la personalización del sitio para cada cliente, al mostrar los contenidos, productos y servicios más relevantes para el usuario.

ReadySize: esta herramienta de IA te ayuda a recomendar tallas de ropa y calzado en segundos con la ayuda de un asistente virtual que recolecta datos como altura, peso y preferencias de uso.

WebPeak: mejora el posicionamiento de tu sitio en Google, creando automáticamente títulos y descripciones optimizados para SEO.

NotificationButton: utiliza IA para atraer clientes, recuperar carritos abandonados y aumentar la tasa de conversión.

#TIP

Delfi: a través de la IA, esta aplicación muestra un asesor de modas que le ofrecerá a tus usuarios sugerencias de acuerdo a su intención de búsqueda. Así las compras se vuelven más rápidas sin perder la personalización.

Realidad aumentada

La realidad aumentada es una tecnología que combina elementos del mundo real y el virtual, permitiendo visualizarlos a través de un dispositivo digital como lentes, laptops, tablets o celulares.

En el mundo del e-commerce, esto es una gran ventaja para rubros como el de moda, belleza o decoración porque permite a los usuarios visualizar alternativas e interactuar con ellos.
La experiencia pasa a ser más realista, simplificando y motivando la decisión de compra.

NubeCommerce

Por poner un ejemplo, al utilizar la cámara de su celular, los clientes pueden enfocar una habitación real y ubicar un mueble digital para ver cómo quedaría. Otro caso es aprovechar la cámara de selfie para acceder a un probador virtual y ver cómo le queda una prenda.

#TIP

Shop the look: es una herramienta de cross-selling específica para moda y decoración, porque promueve la compra de varios artículos en un clic. Aumenta el ticket promedio y la conversión, al reducir la fricción de búsqueda.

AppAR Plus: permite probar el producto con realidad aumentada antes de comprarlo, lo que mejora su experiencia en línea y reduce las devoluciones.

#TIP

Clostech: esta aplicación va enfocada a los negocios de ropa, pues se trata de un probador virtual para eliminar las dudas de los clientes, antes de comprar las prendas.

Plataforma de Prueba Virtual TINT: a través de esta aplicación los clientes puede probarse diferentes productos de maquillaje en tiempo real y saber cuál tono les queda mejor. Todo esto a través de la cámara del dispositivo electrónico.

Live shopping

El live shopping (es decir, las compras en vivo) consiste en la venta directa a través de redes sociales como Instagram o TikTok, permitiendo a los usuarios resolver dudas al momento. De acuerdo al estudio de tendencias de Euromonitor International, 42% de sus encuestados compraron en 2024 a través livestreaming por la claridad y facilidad de comunicación.

NubeCommerce

Esta es una excelente estrategia para humanizar a las marcas y acercarlas a su comunidad, pues permite a la audiencia interactuar con los portavoces en tiempo real y acceder a descuentos flash o exclusivos, a través de enlaces especiales del evento.

#TIP

GoJiraf: se integra al catálogo y checkout de la tienda para implementar Live shopping (a través de videollamadas privadas de hasta 15 personas) o sesiones de venta masivas (eventos virtuales sin límite de participantes).

Video commerce

La tecnología de video commerce o comercio por video consiste en utilizar contenido audiovisual para promocionar productos o servicios, atraer clientes y brindar una mejor experiencia de consumo que lo guíe a la conversión.

NubeCommerce

El video es el formato por excelencia de la mayoría de las redes sociales, pues es capaz de captar la atención rápidamente, acercar marcas a clientes y contar historias que conecten.

Desde contenidos informativos sobre los productos o que ayudan a visualizar todos los ángulos del artículo, hasta videos revelando cómo usar o combinar productos (p.ej., ropa, accesorios)..., ¡no hay límite!

#TIP

Las dos aplicaciones que siguen te permiten insertar videos directamente en las páginas de producto y, además:

Replay se puede integrar con Instagram y TikTok para ampliar el alcance y fomentar el engagement.

Easy Video Commerce se puede integrar con Google Analytics para medir ingresos, tasa de conversión, retención de usuarios y ROI; botón de WhatsApp integrado para facilitar el contacto y pruebas A/B para optimizar el rendimiento.

Voice commerce

El voice commerce (es decir, el comercio por voz) permite **buscar y comprar productos usando comandos de voz a través de asistentes como Alexa o Siri.**

Los beneficios de esta dinámica de compra son múltiples: acelera la velocidad de búsqueda, ofrece información más específica, contribuye a la segmentación por recomendaciones personalizadas, brinda accesibilidad para personas con discapacidades visuales o motrices y habilita el soporte técnico por voz.

Si bien estás tecnologías serán de las más usadas en 2025, existen más que puedes sumar o que incluso se irán creando. Lo importante es que implementes aquellas que sean atractivas para tus usuarios y resuelvan sus necesidades de consumo.

NubeCommerce

Tendencias de pago en México

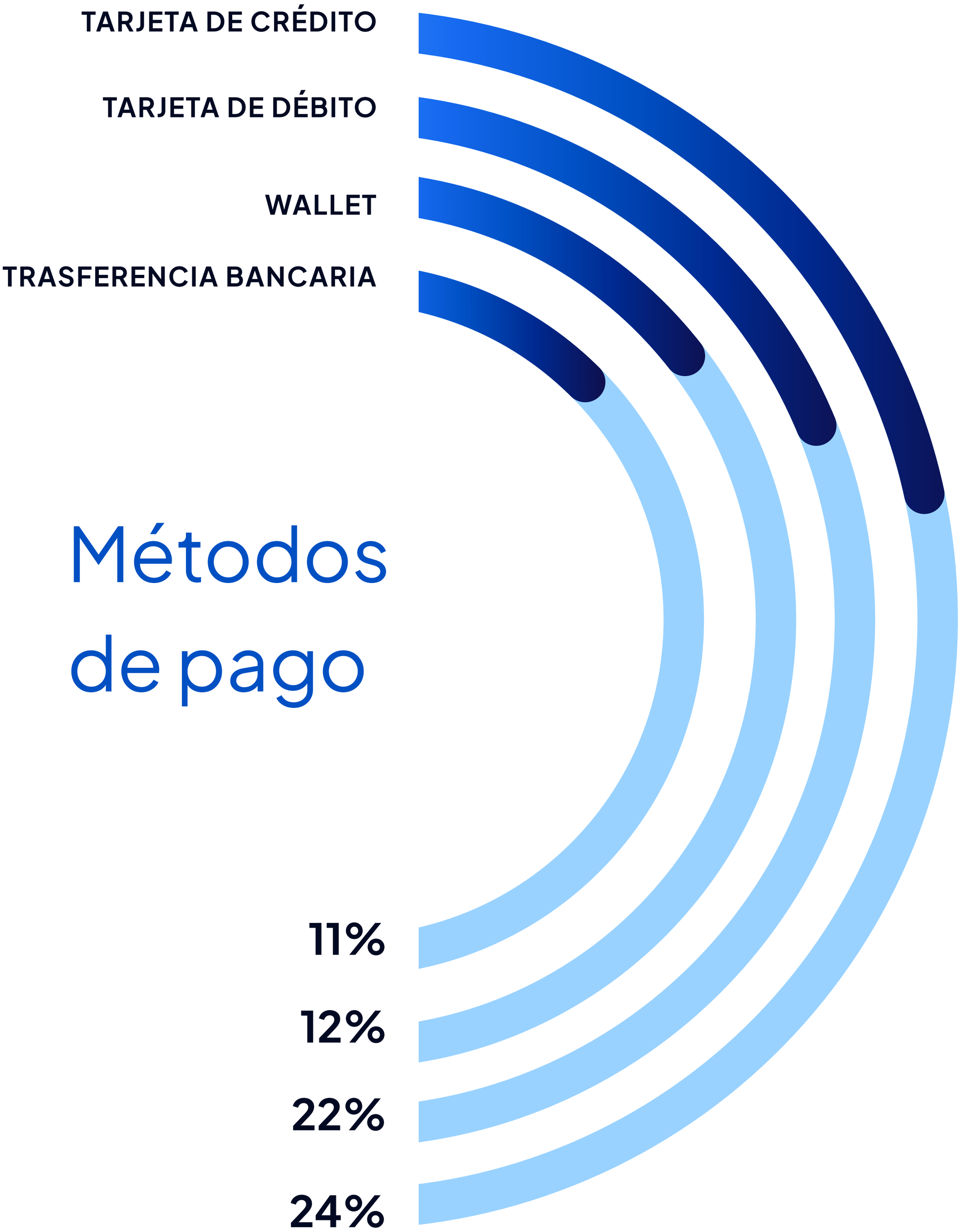
→ **Dada la relevancia que están tomando las diversas formas de pago en México, consideramos fundamental que, como dueño de una marca, conozcas las más utilizadas este año.**

Para ello, tomamos de referencia el estudio de Payments & Commerce Market Intelligence (PCMI), así como el uso de métodos de pago más utilizados por las tiendas creadas con la tecnología de Tiendanbue.

Métodos de pago y aplicaciones más usados por las tiendas nube

Estos fueron los métodos de pago y las aplicaciones de pago más utilizadas por las marcas dentro de las tiendas nube durante 2024.

NubeCommerce



Métodos de pago

NubeCommerce

Aplicaciones de pago

Pago en efectivo

En México el pago en efectivo sigue siendo una constante. De acuerdo a datos de PCMI, este método de pago es el preferido por el 82% de la población, el cual también se utiliza en el comercio electrónico. Por ello, muchas marcas y marketplaces manejan el pago en OXXO como opción de pago.

Sistema de pago en tiempo real (SPEI)

Esta opción de pago genera que las transacciones sean más rápidas, permitiendo que el procesamiento del dinero sea instantáneo. Datos de PCMI señalan que actualmente 6 de cada 10 mexicanos utilizan este método de pago.

Billeteras digitales

Las billeteras digitales o también llamadas wallets son representaciones virtuales de tarjetas que permiten hacer transacciones sin la necesidad del plástico. Este método de pago no solo funciona para realizar pagos, también para gestionar tu dinero.

NubeCommerce

Tarjetas de crédito y débito	Estos dos métodos de pago son los más utilizados por las tiendas nube, pues existen varias aplicaciones que aceptan estas opciones. Para poder utilizarlo se requiere que una institución bancaria te habilite cualquiera de estas tarjetas, teniendo como diferencia que la de débito es el dinero real con el que cuentas y la de crédito es lo que vas pagando, teniendo la opción de hacerlo a meses con o sin interés.
BNPL	Buy Now Pay Later (compra ahora y paga después), es un método de pago que se ha popularizado, permitiendo a los usuarios adquirir productos para pagarlos posteriormente a plazos sin la necesidad de contar con una tarjeta de crédito.

#TIP

ClubPago: esta aplicación acepta diferentes métodos de pago, entre ellos el pago en efectivo, transferencia SPEI y pago con tarjetas.

OXXO PAY: esta solución está enfocada en solventar el pago en efectivo para las tiendas en línea, a través de la generación de referencia de pago.

Klarna: los clientes pueden adquirir un producto y liquidarlo en 4 cómodos pagos.

PayPal: la aplicación ofrece la opción de wallets para las personas que tienen cuenta activa o pago directo en tienda.

Antes de elegir los métodos de pago a utilizar, es importante que conozcas las preferencias de tu público objetivo. Además, es crucial que puedas ofrecer más de una opción de pago.

NubeCommerce

#TIP

Con Tiendanube puedes ofrecer a tus clientes cualquiera de estos métodos de pago y facilitar las transacciones dentro de tu tienda en línea.

Para cerrar este capítulo, te compartimos unas palabras de Santiago Sosa, fundador y CEO de Tiendanube, quien nos habla sobre lo que viene para el e-commerce en 2025 y el papel de Tiendanube para ayudar a las marcas a crecer en el mundo digital.

NubeCommerce

2025: un nuevo capítulo de innovación en e-commerce

→

2025 no es solo un nuevo año: es el inicio de un capítulo transformador para el retail, donde la innovación y el propósito caminan de la mano. En un panorama lleno de cambios y desafíos tanto tecnológicos como macroeconómicos, surgen oportunidades inéditas para quienes sueñan en grande.

El papel de Tiendanube es trazar este camino junto a nuestros más de 150 mil clientes, mientras que generamos un crecimiento sostenible para nuestros socios comerciales y fomentamos directa e indirectamente, millones de empleos en la economía del futuro.

Grandes cambios están transformando el comercio electrónico y el retail. La Inteligencia Artificial se convertirá en una aliada esencial, revolucionando todo el ciclo de venta y posventa con personalización y análisis de datos. Herramientas como el video commerce y el live commerce no serán solo tendencias, sino puentes para crear experiencias inmersivas, junto con recorridos multicanal consistentes, rápidos y seguros para los compradores.

Por último, y no menos importante, es esencial seguir apoyando a nuestras marcas en perfeccionar lo fundamental: una oferta de productos sobresaliente, facilidades de pago y financiamiento para el comprador, logística de primera línea y servicio alucinante continuarán siendo la esencia de una operación exitosa.

Más allá de comprar, las personas buscan historias, valores y confianza: las marcas que entreguen eso llevan la delantera.

En Tiendanube, creemos en el poder de la transformación y estamos preparados para ser el socio que nuestros clientes necesitan para crecer. En 2025, vamos a ampliar nuestro compromiso con la tecnología, lanzando más soluciones que facilitarán la venta, optimizarán las operaciones, mejorarán la experiencia de compra de manera holística y darán aún más competitividad a nuestros comerciantes.

El futuro del e-commerce es un viaje de reinvención y conexión. Estamos listos para seguir al lado de nuestros clientes, inspirando nuevos pasos y celebrando cada logro. Creemos que juntos podemos transformar el comercio en América Latina y construir un futuro donde la innovación y el impacto vayan de la mano.

Santiago Sosa
Fundador y CEO de Tiendanube

Conclusión

Como pudimos ver a lo largo del informe, el e-commerce en México continúa en crecimiento y existen altas expectativas para este 2025 y los próximos años.

Si bien esto es una gran noticia para las marcas que venden por internet, también es una señal del reto que enfrentarán para atender la demanda de los clientes y diferenciarse de la competencia.

“

Las marcas necesitan conocer las mejores prácticas del mercado, dejarse asesorar y aprovechar las nuevas tecnologías para experimentar y encontrar las estrategias que ayudarán al crecimiento de sus negocios.

Rodrigo Jourde
Sr. Sales Manager de
Tiendanube México

NubeCommerce

Para lograrlo, Tiendanube ha creado diferentes planes que ayudan a la digitalización y diferenciación de marcas, desde un plan gratuito para aquellas que apenas están comenzando, hasta la solución Tiendanube Evolución para aquellas que buscan expandirse y llegar aún más lejos.

En todos los planes contarás con lo mejor de nuestra tecnología para crear tu tienda en línea y el apoyo de un equipo de soporte local listo para apoyarte. Pero con Tiendanube Evolución también tendrás la asesoría y el acompañamiento dedicado de especialistas en e-commerce, que te guiarán con las mejores estrategias del mercado para dar el próximo paso de tu negocio.

Conocer Tiendanube Evolución

NubeCommerce

Para concluir este informe, te compartimos la visión que tienen algunas marcas sobre lasmetas y alcance que pueden con Tiendanube:

> “ Hasta ser uno de los principales distribuidores de alimento para mascotas en todo México.
>
> — **René Martín de Nutrican**

> “ No tendría límites.
>
> — **Irving Sánchez de Kampak**

> “ Hasta el otro lado del mundo.
>
> — **Víctor Martínez de PPAAYYSS**

Nos une la pasión por emprender

Nube Commerce

2025

¡Gracias!

tiendanube evolución