

Nube Commerce

10° Edición

 **tiendanube**
evolución

Insights para
potenciar
tu negocio

2025

Índice

Sobre el NubeCommerce 04

Crecimiento general del
e-commerce en Argentina 10

2 segmentos clave:
Moda y Hogar y Deco 40

Índice

**Negocios en expansión:
marcas que facturan
\$300.000.000 por mes** **60**

**Futuro del e-commerce:
tendencias para 2025** **96**

Conclusión **120**



Sobre el NubeCommerce



El NubeCommerce es el informe anual de Tiendanube con *insights* para potenciar los negocios digitales y su propósito es democratizar el acceso a los datos sobre lo que sucede con el comercio electrónico en América Latina.

Este material aporta información valiosa al ecosistema de la región y ayuda a conocer los perfiles de las personas y sus negocios: tanto pequeños y medianos emprendimientos, como grandes empresas que venden online a través de Tiendanube Evolución.



En un escenario macroeconómico que va presentando distintos desafíos año a año, el e-commerce sigue demostrando su relevancia, al ser un modelo en constante desarrollo.

Cada edición trae datos actualizados sobre la relación de las personas con sus marcas, su perfil demográfico, los canales y las estrategias más usadas y efectivas, tendencias de la industria, hábitos de consumo, el panorama de los negocios en el país ¡y más!

Te compartimos las palabras de Alejandro Vázquez, Presidente y Co-fundador de Tiendanube, sobre la evolución general de e-commerce en 2024.



Reflexión

→ La facturación registrada por las marcas que venden en Tiendanube en 2024 tuvo un crecimiento de casi 249% en comparación con el año anterior, lo cual refleja la fortaleza y resiliencia del e-commerce argentino. 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 conectado. 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. CyberMonday 2024, por ejemplo, marcó un hito en el calendario del comercio electrónico, al generar récords de facturación, un aumento de 38% en la cantidad de productos vendidos y demostrar 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 Argentina y en el mundo.



Alejandro Vázquez,
Presidente y Co-fundador
de Tiendanube



Metodología utilizada para el estudio



La información que contiene el NubeCommerce proviene de las **métricas de nuestra plataforma** y de las **marcas que venden a través de nuestra tecnología**, además de fuentes de consulta externas, especializadas en comercio electrónico y el mercado.

También, realizamos una **encuesta cualitativa a marcas** que ofrecen sus productos o servicios a través de Tiendanube y Tiendanube Evolución. Procesar toda esta información, nos permite analizar datos relacionados con su estilo de vida y las principales estrategias utilizadas.



Por último, en muchos casos segmentamos los datos por tamaño de negocio y vas a ver gráficos donde distinguimos entre “Emprendimientos” y “Grandes marcas”. Estas son las que facturaron más de \$20.000.000 al mes y, en su mayoría, venden a través de nuestra solución más robusta, Tiendanube Evolución.

¹ La encuesta se implementó en noviembre y diciembre de 2024 y la muestra es de 1.417 marcas.

² El número de usuarios que se proyectó en el mercado de comercio electrónico en Argentina aumentará de forma continua entre 2024 y 2029, sumando un total de 11.6 millones de usuarios (+47,7%).



Crecimiento general del e-commerce en Argentina



El e-commerce en Argentina registra **hace años una expansión continua**. En ediciones anteriores del NubeCommerce, compartimos estudios como el de [EMARKETER](#) que proyectaba a Argentina como el 5° país a nivel mundial con mayor crecimiento de las ventas online en retail.

En 2024, **parte de la expansión del mercado fue impulsada por la fortaleza del peso argentino frente al dólar**. Además, se combina positivamente un aumento en la confianza sobre los métodos de pago digitales y las mejoras logísticas.

Con todo esto, el potencial del mercado argentino para continuar desarrollándose en el ámbito digital es amplio y el panorama es más que alentador.



El portal de estadísticas alemán Statista realizó un estudio sobre el número de usuarios que se estima en e-commerce en Argentina de 2019 a 2029.

El [informe](#) indica que este serán **diez años consecutivos de crecimiento**.

Esta tendencia de crecimiento sostenido en la adopción del comercio electrónico en el país alcanzará un **pico histórico de 35.95 millones de usuarios de comercio electrónico en 2029**.

The number of users in the e-commerce market in Argentina was forecast to continuously increase between 2024 and 2029 by in total 11.6 million users (+47.7 percent). — Number of users of e-commerce in Argentina from 2019 to 2029, Statista Research Department, 07/01/2025



La Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) también publicó estudios durante el año pasado, como su informe [Mid Term 2024](#) que es el análisis de medio término de 2024, preparado por Kantar Insight.

Aquí se destaca un aumento en la participación del e-commerce: mientras en el Mid Term 2023 el peso del canal online sobre el total de ventas fue de 15%, se elevó hacia 18% en el Mid 2024.

Por otra parte, 5 de cada 10 marcas consideran que el canal online creció por encima del físico.

33%

CRECIÓ POR ENCIMA DEL CANAL FÍSICO

21%

CRECIÓ IGUAL QUE EL CANAL FÍSICO

18%

CRECIÓ POR DEBAJO DEL CANAL FÍSICO

28%

NO SABE



Otro de los resultados más impactantes de este estudio se relaciona con el indicador de compras en los últimos meses. Esta cifra venía en descenso desde 2020, pero en el primer semestre de 2024, se registró un aumento significativo. **Luego de una media de 73% entre 2019 y 2023, ascendió a 84% en 2024.**





¿Qué cambios notaron en los hábitos de compra de los consumidores en los últimos años?

Durante 2024 vimos un consumidor más atento a las ofertas, con compras planificadas y en búsqueda permanente de oportunidades.

En ese contexto, la posibilidad que brinda el e-commerce para **comparar precios, productos, ofertas y el rol de las promociones, descuentos y reintegros de los medios de pago** fue un gran aliado del consumidor en su búsqueda.

Cámara Argentina de Comercio Electrónico



Luego de este repaso por el contexto del e-commerce en Argentina y algunas fuentes externas clave, vamos a conocer **los datos que recopilamos a través de la encuesta cualitativa de Tiendanube.**



Encuesta de Tiendanube



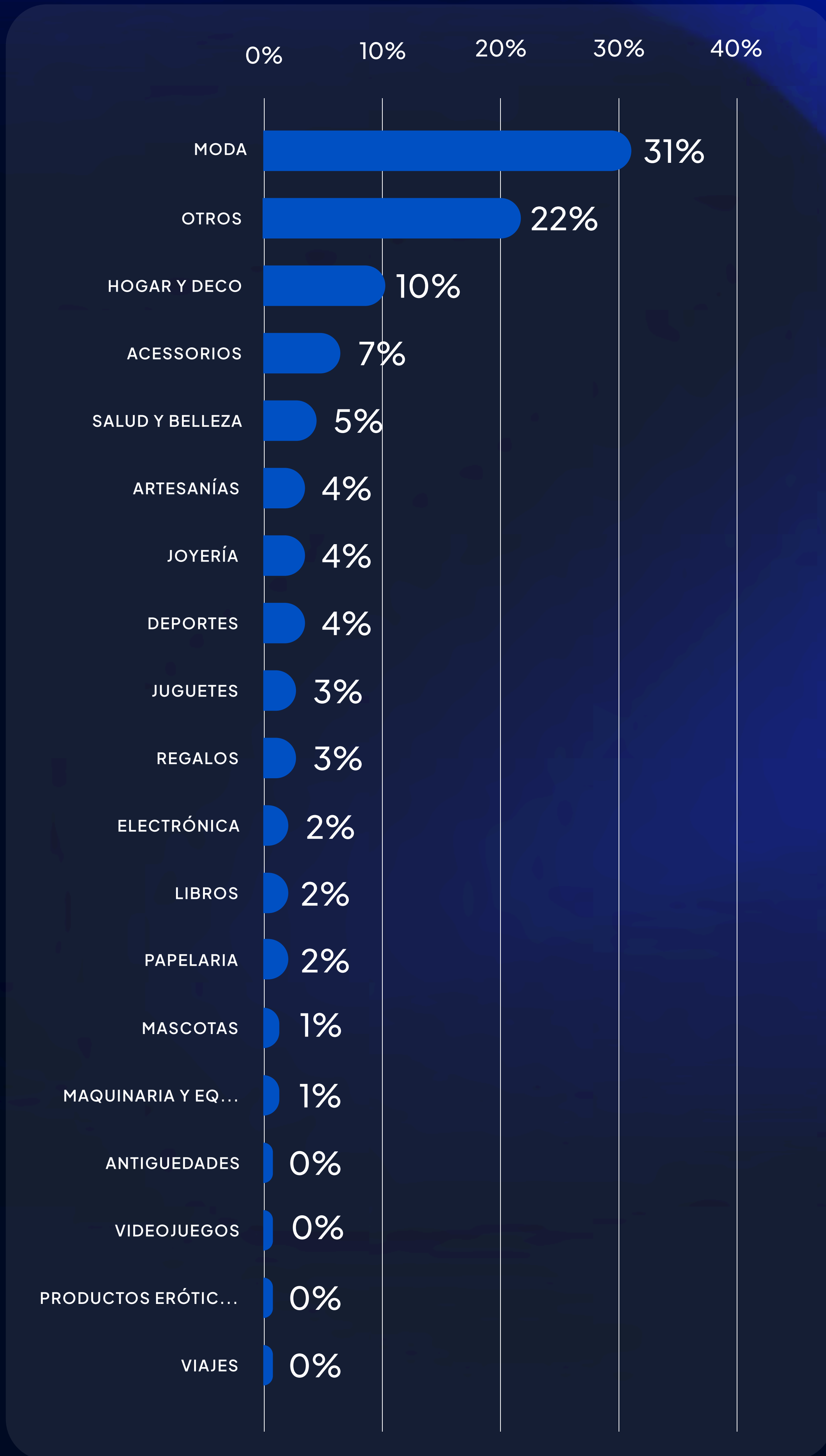
Como mencionamos al inicio, el objetivo de este censo es recopilar información valiosa para mostrar una fotografía representativa del e-commerce en Argentina y generar *insights* para escenarios futuros.

Perfil general de las tiendas: principales segmentos, características y desafíos

Comencemos por ganar contexto sobre el perfil general de las marcas que respondieron nuestro censo.

Los principales segmentos con presencia en la encuesta fueron:

- Moda: 436 que representan el 30,77%
- Otros: 305 que representan el 21,52%
- Hogar y Deco: que 145 representan el 10,23%
- Accesorios: que 99 representan el 6,99%
- Salud y Belleza: que 72 representan el 5,08%





De todas estas personas, el **92%** es dueño de una tienda que usa la tecnología de Tiendanube para vender online. Los demás, son parte del equipo de una marca que usa la plataforma.

Al hacer foco en los equipos que participan en la operación día a día de la tienda virtual, en el caso de los emprendimientos son de 1 a 5 personas quienes llevan el negocio adelante; en las grandes marcas la mayoría se encuentra entre 2 a 15.

PERSONAL	EMPRESARIOS	GRANDES MARCAS
1, SOLO YO.	51%	3%
DE 2 A 5.	46%	71%
DE 6 A 15.	1%	24%
DE 31 A 50.	1%	3%
ENTRE 51 Y 100.	1%	0%





Para conocer más sobre sus negocios, les preguntamos sobre sus desafíos actuales en e-commerce y obtuvimos:

DESAFÍOS	TOTAL	PORCENTAJE*
TIEMPO: falta de tiempo para hacer todo lo que necesito.	393	34%
INVERSIÓN: falta de fondos para reinvertir o bajo retorno de la inversión (ROI).	343	29%
EDUCACIÓN: falta de conocimiento técnico o teórico para aplicar estrategias que potencien el negocio.	329	28%
TECNOLOGÍA: conocer y dominar las herramientas necesarias para crecer.	325	28%
COMPETENCIA: dificultad para diferenciar mi marca y otras empresas del mercado.	259	22%
ANÁLISIS: medición e interpretación de datos del negocio.	214	18%
EQUIPO: dificultad para encontrar y gestionar profesionales calificados.	101	9%
PROVEEDORES: relación con socios y proveedores.	63	5%
SOPORTE TÉCNICO: dificultad para acceder a la plataforma y administrar la tienda online.	60	5%
EMOCIONAL: falta de apoyo familiar, amigos o emprendedores para intercambiar experiencias.	34	3%

* La suma supera el 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

Al ver que uno de los desafíos más mencionados es la falta de conocimiento técnico o teórico para aplicar estrategias que potencien el negocio, ¡te acercamos un consejo!



#TIP

Desde Tiendanube nos esforzamos constantemente por acercarte materiales y recursos que te ayuden tanto en el día a día de tu negocio como en el **diseño, la planificación e implementación de nuevas estrategias que lo potencien.**

Por eso, te invitamos a buscar información por nuestro [blog](#), [canal de YouTube](#) y/o [Centro de ayuda](#). Vas a encontrar cientos de contenidos de valor para ayudarte a superar desafíos relacionados con el tiempo, la inversión, la tecnología ¡y más!

Carmela Achaval
Cliente Tiendanube
Evolución



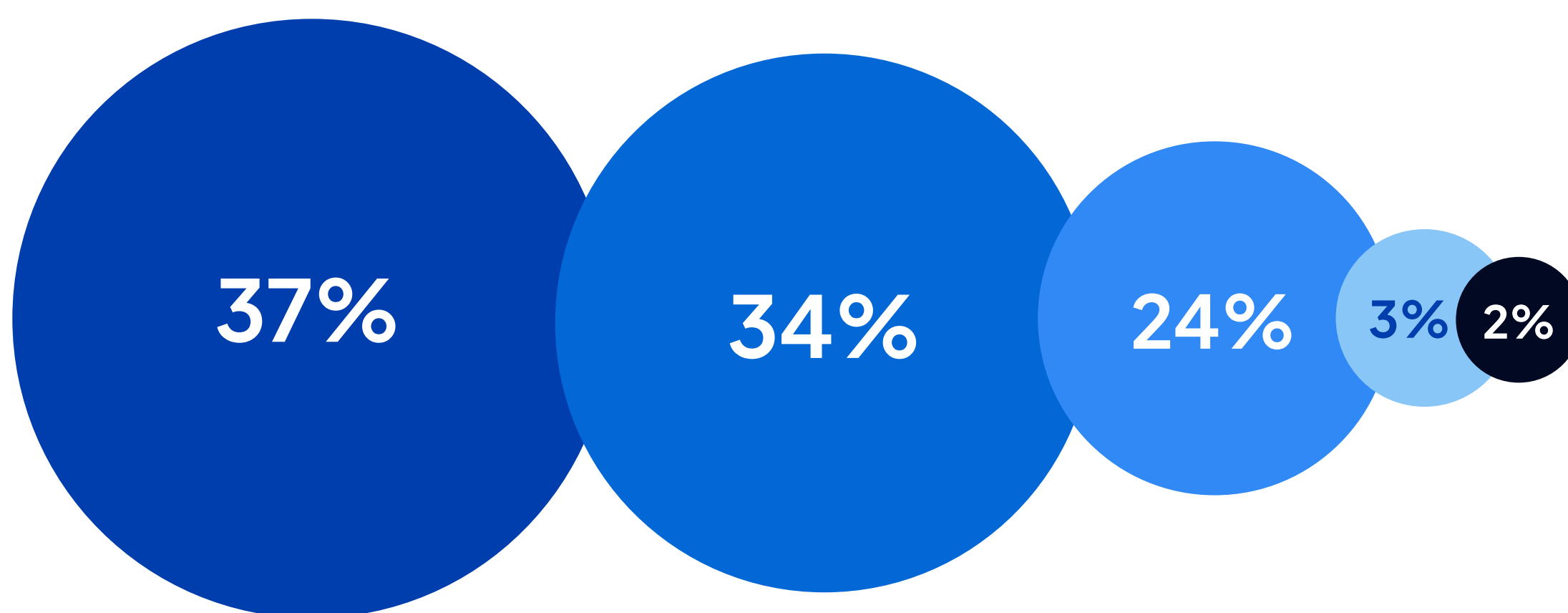


Tipo de operación



Ahora pongamos la lupa sobre los **productos** que se ofrecen en estas tiendas online.

La mayoría de las marcas que respondieron el censo **compran artículos a proveedores para luego revenderlos**. A este tipo de operación le siguen las marcas que fabrican sus propios productos y los modelos híbridos.



Tipo de operación con los productos

Total

- Compro todo a proveedores. 420
- Yo los creo y fabrico. 393
- Yo creo y fabrico algunos, otros los compro a proveedores. 279
- Hago dropshipping (venta sin stock). 31
- Me dedico a la venta de productos digitales o servicios. 20



Canales de venta adicionales a la tienda



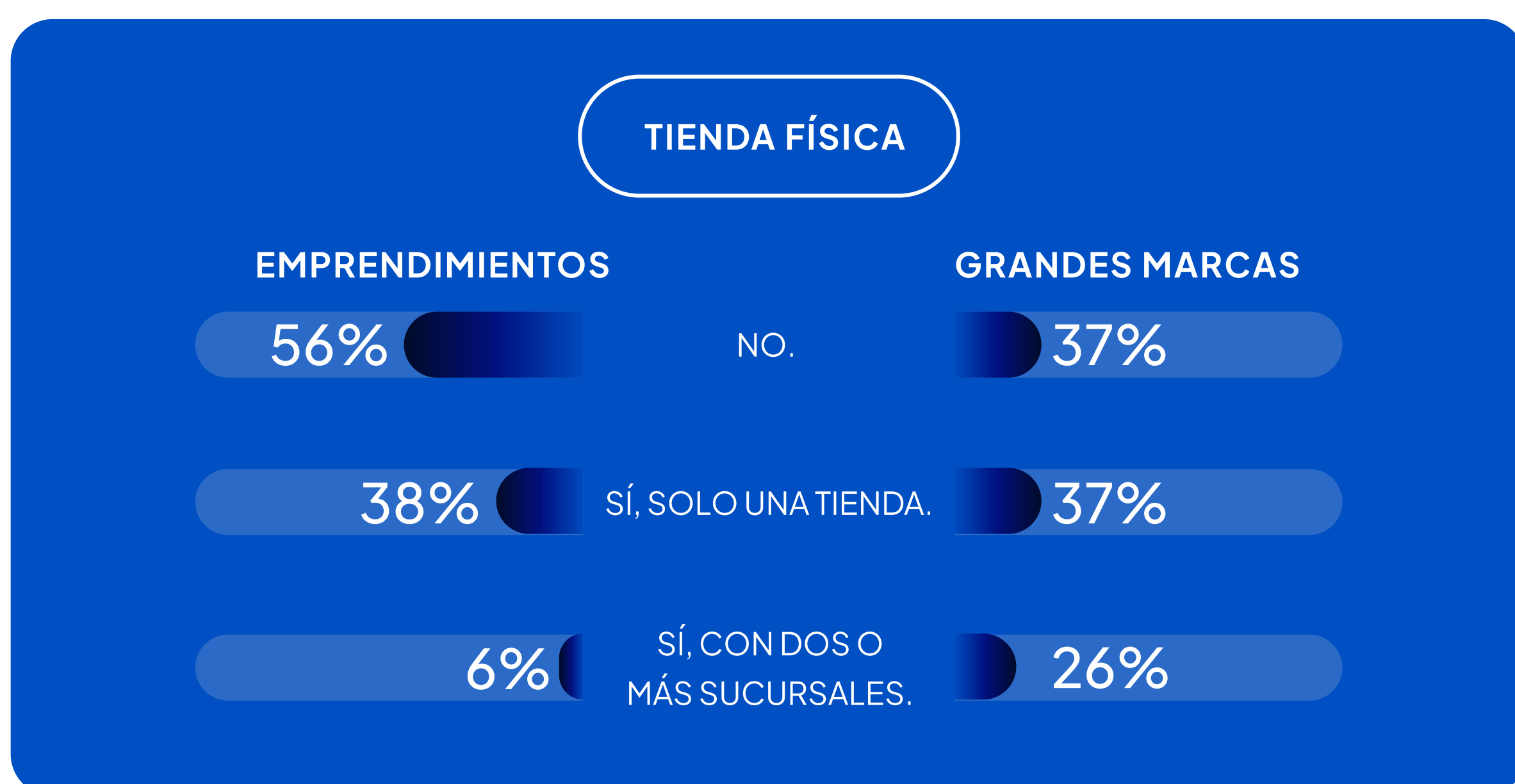
Muchas de las marcas que ofrecen sus productos o servicios a través de la tecnología de Tiendanube, lo hacen también por **otros canales que complementan la operación y les permiten alcanzar públicos más amplios.**

Contar con esta información es clave para conocer mejor estos negocios y tener **un panorama representativo y completo de su operación, que no se compone solo por su tienda online.**

Con el 56% representado por 483 personas, más de la mitad de los emprendimientos encuestados indicó no contar con una tienda física. Si bien esta cifra es dominante, no fueron pocos los que declararon tener una: 327 personas que equivalen al 38% del universo.



Por su parte, en el segmento de las marcas más grandes, las cifras entre contar solo con tienda online y tener una o dos tiendas físicas, se encuentran más equiparados.



Yendo a los canales de venta digitales, los más populares y utilizados son WhatsApp e Instagram. Luego, predomina la estrategia de vender exclusivamente por su tienda online.

CANALES DE VENTA DIGITALES	EMPRESARIOS	GRANDES MARCAS
WHATSAPP	596	26
INSTAGRAM SHOPPING	334	10
NINGUNO, SOLO VENDÍ A TRAVÉS DE MI PROPIA TIENDA ONLINE	174	9
MARKETPLACES	165	9
TIENDA DE FACEBOOK	158	6
TIKTOK	131	7
CHATBOT	6	4
TELEGRAM	5	0

“

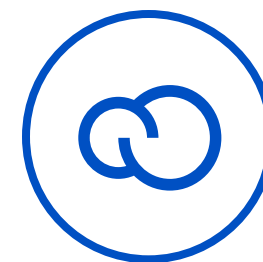
Una tienda online te da control total sobre la experiencia del cliente, la gestión de datos y la rentabilidad, a diferencia de las redes sociales y los marketplaces, que dependen de algoritmos externos.

Mientras las redes son excelentes para generar descubrimiento y los marketplaces ofrecen un alcance masivo, **las tiendas online consolidan la identidad de marca y fomentan la lealtad a través de personalización y estrategias directas.**



Franco Radavero
Country Manager de
Tiendanube Argentina





Perfil demográfico



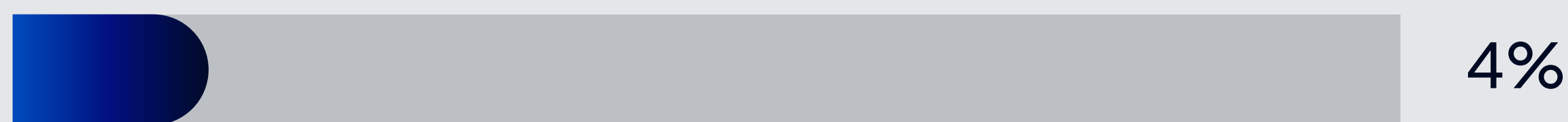
Para terminar esta sección, acercamos un pantallazo del perfil demográfico de las personas que respondieron la encuesta de Tiendanube: rango de edad, identidad de género, nivel de educación y provincia de operación.



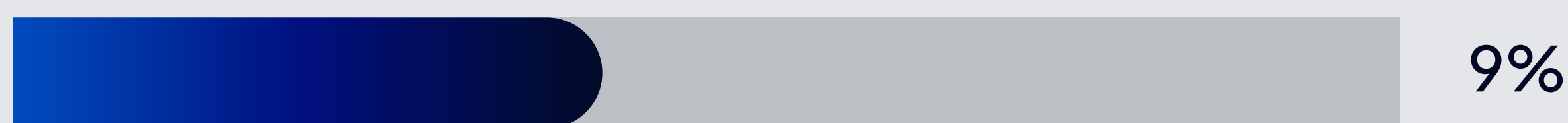


Rango de edad

18 A 24 AÑOS



25 A 29 AÑOS



30 A 34 AÑOS



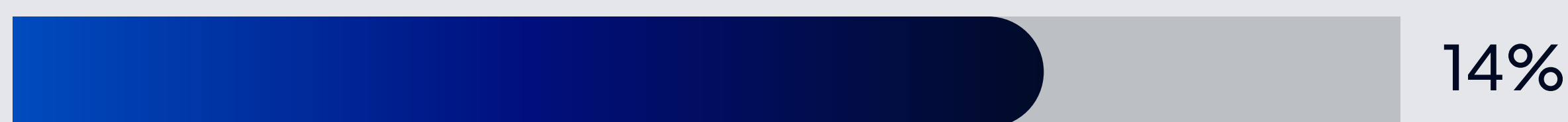
35 A 39 AÑOS



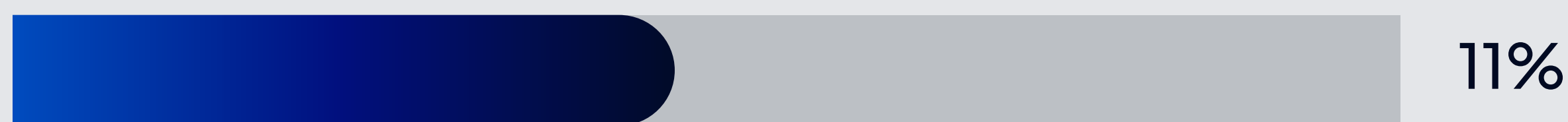
40 A 44 AÑOS



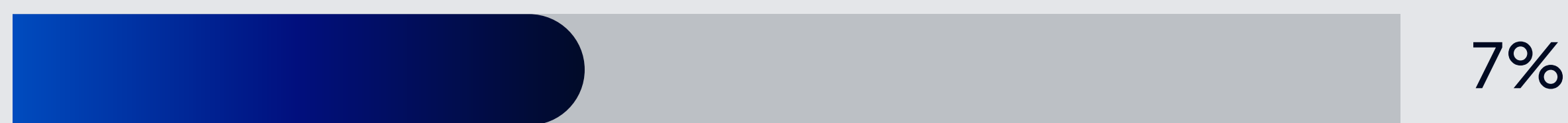
45 A 49 AÑOS



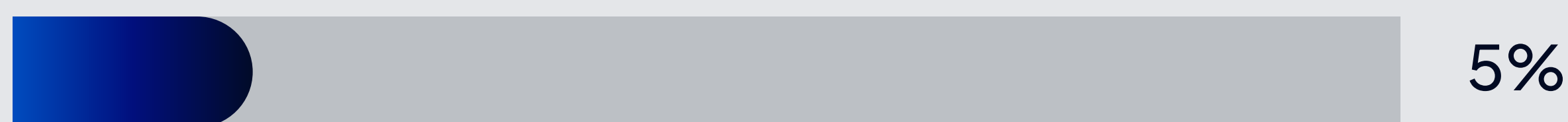
50 A 54 AÑOS



55 A 59 AÑOS



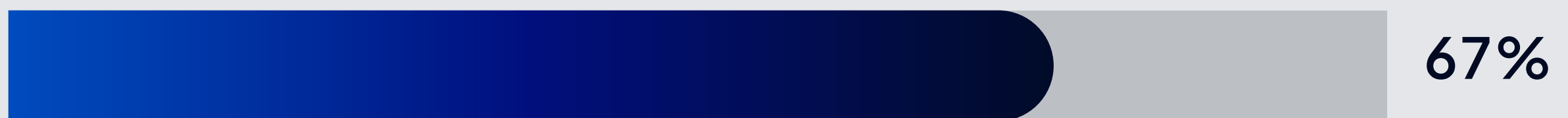
60 AÑOS O MÁS



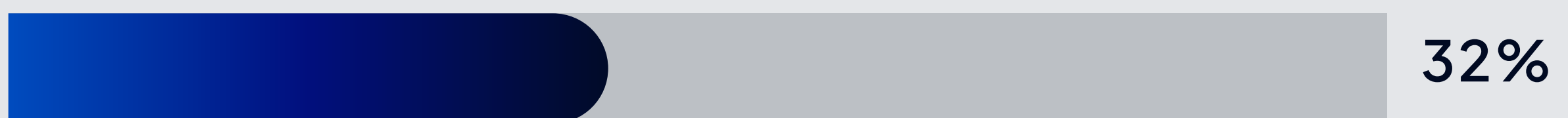


Identidad de género

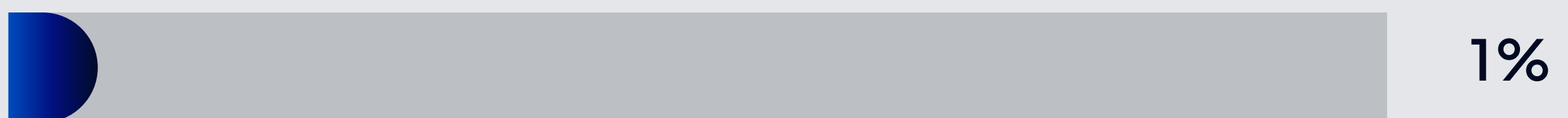
MUJER



HOMBRE



PREFIERO NO RESPONDER

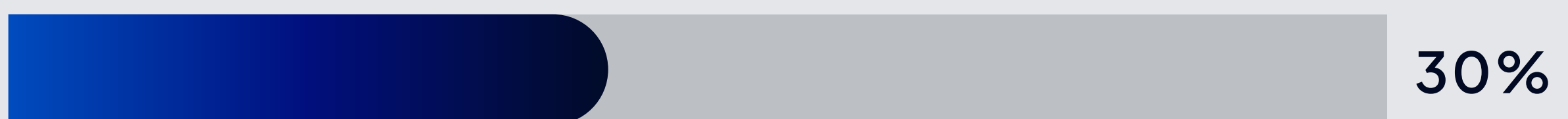


Nivel de educación

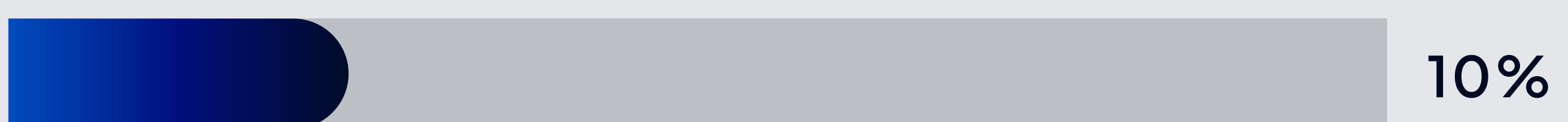
TERCIARIO/UNIVERSITARIO COMPLETO



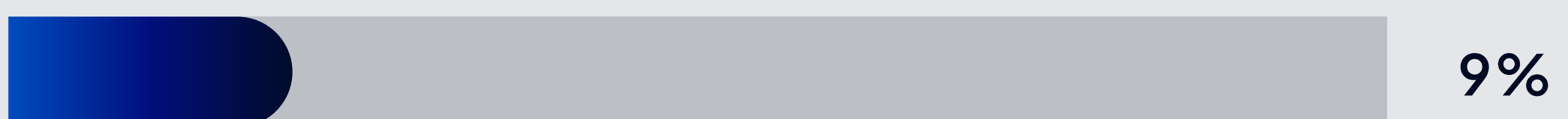
TERCIARIO/UNIVERSITARIO INCOMPLETO



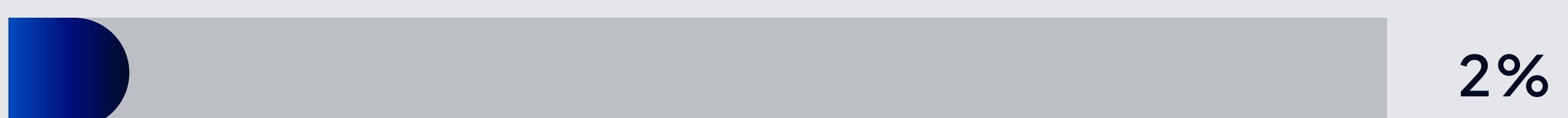
SECUNDARIA COMPLETA



POSGRADO



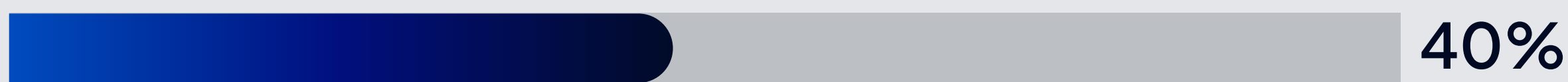
SECUNDARIA INCOMPLETA



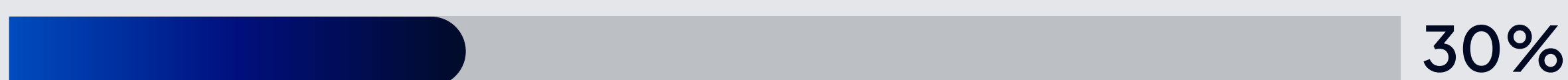


Principal provincia de operación

BUENOS AIRES



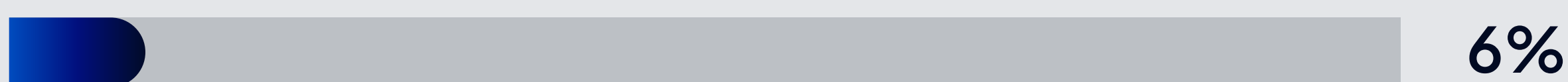
CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES



CÓRDOBA



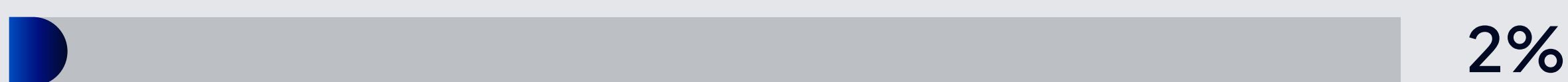
SANTA FE



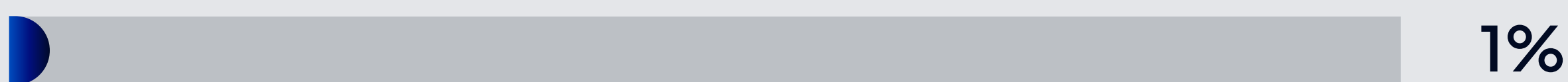
ENTRE RÍOS



MENDOZA



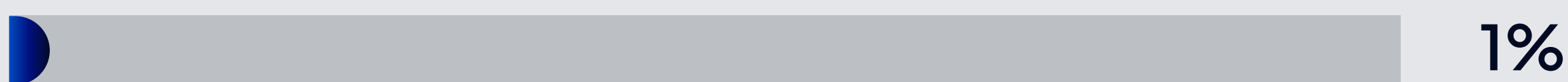
RÍO NEGRO



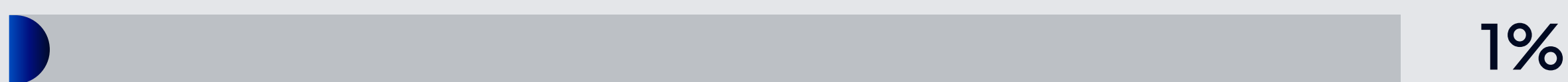
CHACO



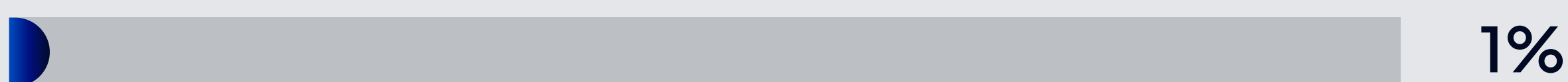
CHUBUT



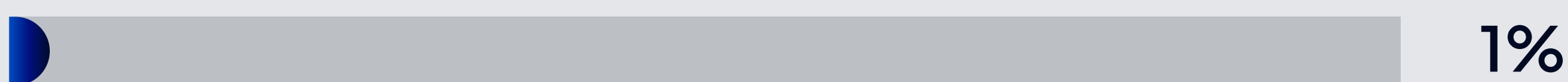
CORRIENTES



MISIONES



SALTA





Métricas internas de Tiendanube



En 2024, el número total de ventas fue 17.183.921, lo que equivale a un incremento de 30,17% con respecto a 2023. Esto fue posible gracias a las **5.539.627 personas (clientes únicos)** que compraron en marcas que venden a través de Tiendanube.

Por su parte, el valor total de las ventas procesadas el último año por nuestra tecnología fue de **\$1.169.272.841.125**, que representa un aumento de casi 249% contra el de 2023.

2023

13.200.177

Ventas

2024

17.183.921

Ventas

+30,17%

Año contra año

2023

\$335.184.793.545

Facturación

2024

\$1.169.272.841.125

Facturación

+248,84%

Año contra año



Pongamos la lupa sobre estas cifras totales para **conocer cada uno de los segmentos que las componen**. Esta es la cantidad de ventas efectuadas por segmento entre 2023 y 2024:

VENTAS POR SEGMENTO	2023	2024
INDUMENTARIA Y ACCESORIOS	5.913.679	6.652.817
SALUD Y BELLEZA	973.057	1.150.005
HOGAR Y DECO	682.253	952.467
COMIDA Y BEBIDA	449.837	511.626
LIBRERÍA, GRÁFICA Y ARTE	234.635	308.046
REGALOS	297.436	302.549
JOYAS Y RELOJES	276.310	274.753
LIBROS Y REVISTAS	200.664	225.833
ELECTRÓNICA, IT Y COMPUTACIÓN	153.459	213.694
DEPORTES Y RECREACIÓN	152.024	210.547
JUGUETES, JUEGOS Y HOBBIES	209.700	201.230
MASCOTAS	84.572	123.503

Más allá del porcentaje que representa cada uno sobre el total, queremos destacar **tres segmentos que se encuentran en alza**, ya que la cantidad de ventas aumentó significativamente en 2024 versus 2023:

MASCOTAS

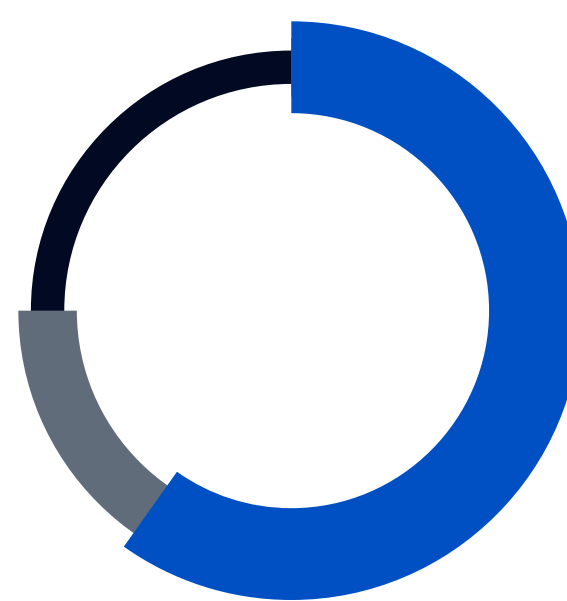
46% ↑

ELECTRÓNICA,
IT Y COMPUTACIÓN

39% ↑

DEPORTES
Y RECREACIÓN

38% ↑



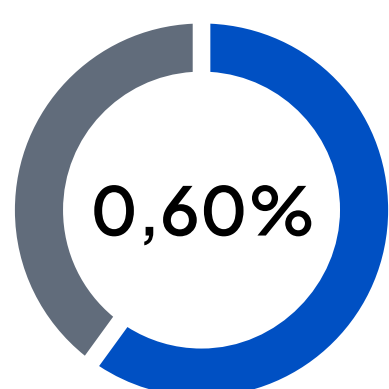


Tasa de conversión

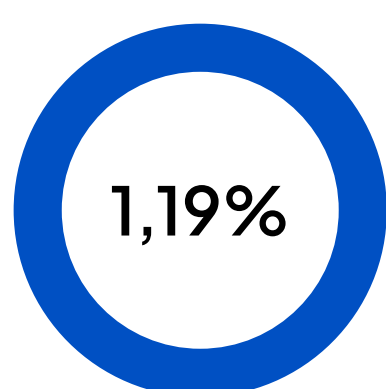


La tasa de conversión es el porcentaje que refleja la cantidad de conversiones (clics, compras o registros) dividido el tamaño total de la audiencia.

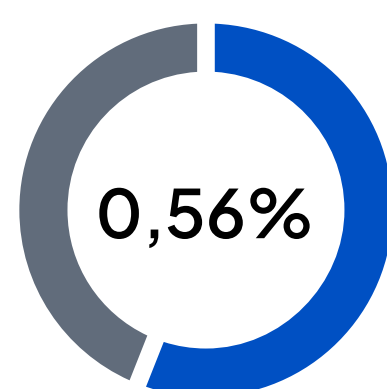
Comencemos por conocer la relación entre la cantidad total de visitas y las ventas efectivas. Lo que sigue es el detalle de la tasa de conversión promedio en 2024 por segmento:



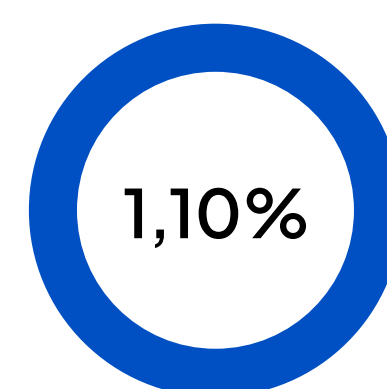
INDUMENTARIA Y ACCESORIOS



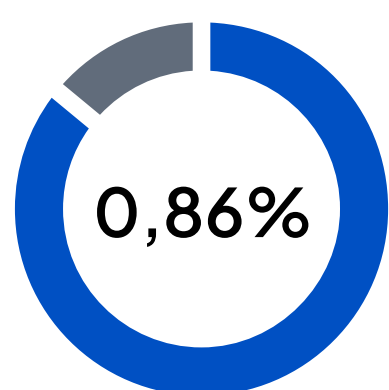
SALUD Y BELLEZA



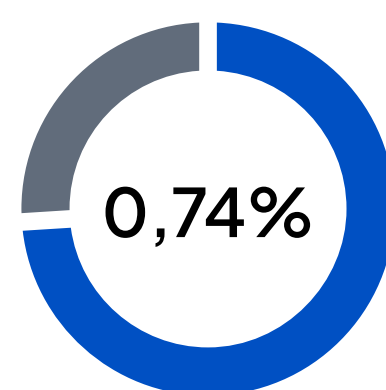
HOGAR Y DECO



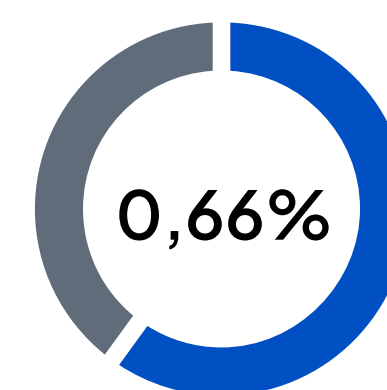
COMIDA Y BEBIDA



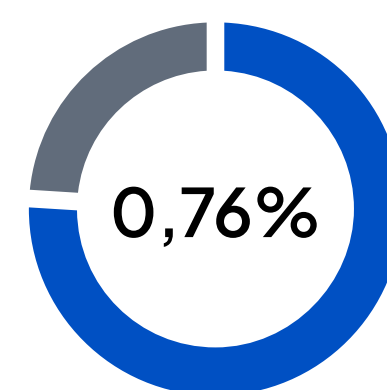
LIBRERÍA, GRÁFICA Y ARTE



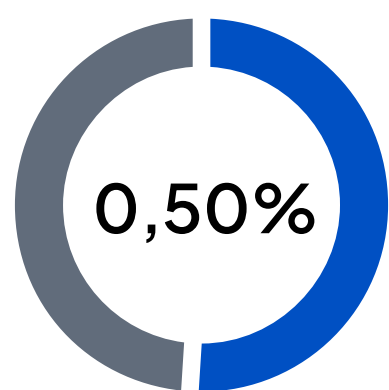
REGALOS



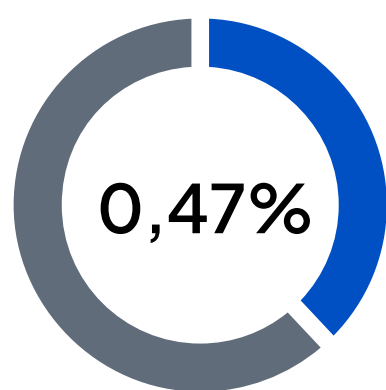
JOYAS Y RELOJES



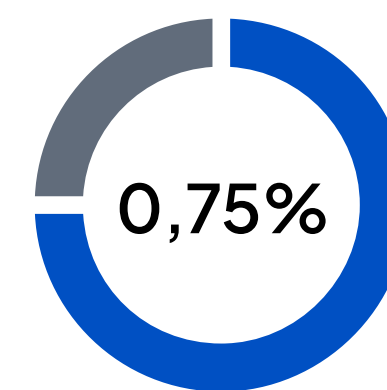
LIBROS Y REVISTAS



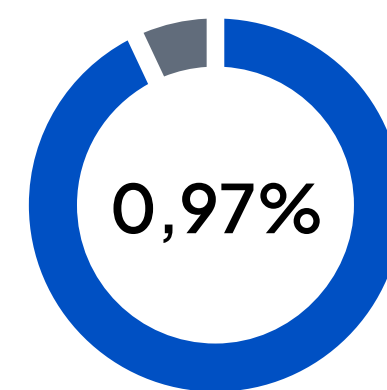
ELECTRÓNICA, IT Y COMPUTACIÓN



DEPORTES Y RECREACIÓN



JUGUETES, JUEGOS Y HOBBIES



MASCOTAS



Hablemos de **visitas y ventas por dispositivos**: en 2024, la tasa de conversión de visita a compra efectiva en mobile fue de 0,61% y en desktop de 0,83%. Si bien cada vez más personas usan el teléfono para averiguar precios y productos, son más las ventas que se concretan por computadora.

Para una idea más general, sigue el **porcentaje de ventas efectuadas por dispositivo**, sobre el total de segmentos. Se mantiene la mayoría de compras vía teléfono e, incluso, se incrementó en el último año:

Compras por dispositivo

2023

DESKTOP
77.5%

MOBILE
22.5%

2024

DESKTOP
80.7%

MOBILE
19.3%



Medios de pago



En este apartado, vamos a conocer cómo eligen pagar los clientes de las marcas que venden con Tiendanube y qué tendencias identificamos.

El medio de pago que más creció de 2023 a 2024 es Pago Nube, que triplicó su porcentaje de uso, entre las opciones disponibles.

Esta es la solución de pagos que desarrollamos en Tiendanube para ofrecer una gestión más simple y reducir costos.

¿Por qué nuestros clientes eligen Pago Nube?

Los costos por transacción quedan 100% bonificados

Soporte especializado con la calidad de atención de Tiendanube

Posibilidad de recibir pagos con transferencias bancarias automatizada

Está totalmente integrado con el panel administrador de Tiendanube

Seguridad antifraude, monitoreo de transacciones y cobertura ante contracargos



En la totalidad del mercado y comparando año a año, las transferencias electrónicas crecieron 97% ; los pagos con QR, 53% y la tarjeta de crédito, 10%. Y, volviendo a las transacciones procesadas con Pago Nube, comenzamos el último año con 4% en el **uso de transferencias que aumentó a 14%** al finalizar.

Para conocer más sobre la tendencia de elección del consumidor, te compartimos **la comparativa año a año con la distribución de preferencias de los clientes.**

Se destacan **los pagos en cuotas que continúan siendo claves**, tanto con y sin interés, lo que demuestra la importancia de ofrecer financiamiento. Luego, la tarjeta de débito pierde algo de relevancia, posiblemente apalancado en el **aumento de transferencias y promociones asociadas a este método de pago.**



En este sentido, cabe destacar que **Pago Nube cuenta con un sistema de conciliación automática de transferencias**, para que sea mucho más sencillo identificar las transacciones de los clientes y marcar órdenes como pagas.

Método de pago

2023

2024

TARJETA DE CRÉDITO

57%

56%

TRANSFERENCIA BANCARIA

11%

18%

DINERO EN BILLETERA VIRTUAL

7%

8%

TARJETA DE DÉBITO

11%

6%

OTROS

14%

12%



Hay aún más mejoras y funcionalidades que hacen de Pago Nube la solución más conveniente para las marcas que venden a través de nuestra tecnología:

- **Nube es la cartera digital** para almacenar la información de envío y los datos de tarjeta y **ofrecer una experiencia de compra en un clic.**
- **El checkout transparente** consiste en elegir el medio de pago sin salir de la tienda, lo que aumenta la confianza, promueve la decisión de compra y aumenta la tasa de conversión.



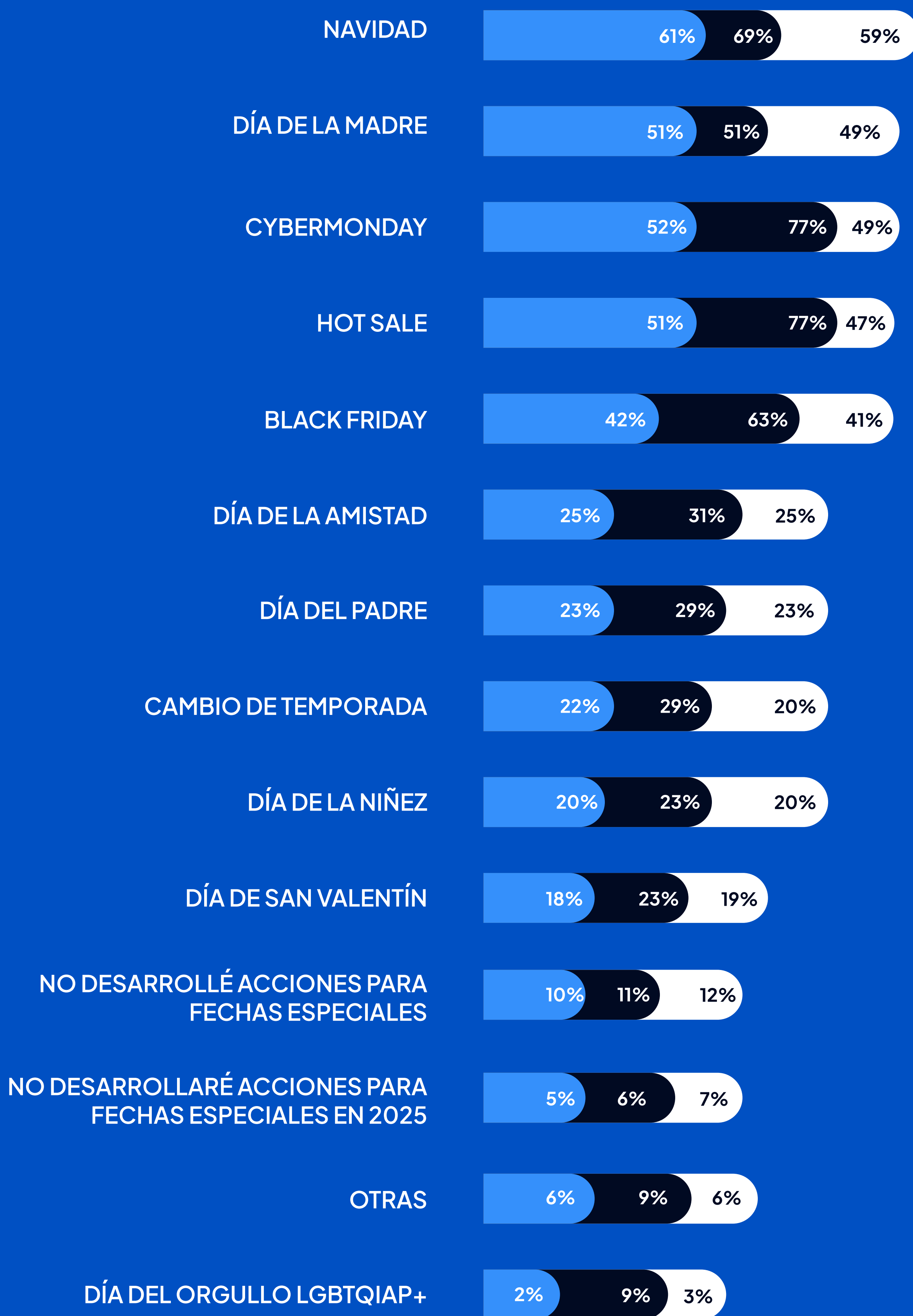
Acciones en fechas especiales



Para conocer la preparación y estrategia de las marcas en estos momentos clave del e-commerce, les preguntamos por las acciones que pusieron en marcha para cada uno.



Laura Romano,
de ÍNTEGRA Cliente
Tiendanube Evolución



● Emprendimientos

● Grandes marcas

● Total

“

En la reciente edición de CyberMonday (noviembre de 2024) se logró un incremento de 213% en la facturación nominal respecto a la edición de 2023 y se adquirieron más de 10.500.000 de productos, lo que supone un 35% más que en el año anterior.

**Cámara Argentina de
Comercio Electrónico**





FACTURACIÓN TOTAL

HOT SALE 2023

\$6.272.988.747

HOT SALE 2024

\$28.146.089.947

348,69%

ÓRDENES DE COMPRA

HOT SALE 2023

297.972

HOT SALE 2024

385.131

29,25%

PRODUCTOS VENDIDOS

HOT SALE 2023

807.915

HOT SALE 2024

1.118.382

38,43%

PRODUCTOS X MINUTO PROMEDIO

HOT SALE 2023

190

HOT SALE 2024

259

36,32%

FACTURACIÓN TOTAL

CYBERMONDAY 2023

\$10.552.680.000

CYBERMONDAY 2024

\$35.073.070.745

232,36%

ÓRDENES DE COMPRA

CYBERMONDAY 2023

297.685

CYBERMONDAY 2024

423.414

42,24%

PRODUCTOS VENDIDOS

CYBERMONDAY 2023

810.000

CYBERMONDAY 2024

1.580.000

95,06%

PRODUCTOS X MINUTO PROMEDIO

CYBERMONDAY 2023

189

CYBERMONDAY 2024

333

76,19%



Las fechas especiales del e-commerce son cada año más relevantes en las estrategias de las marcas. Todas las cifras aumentan año a año y se destaca la cantidad de productos vendidos.



2 segmentos clave: Moda y Hogar y Deco

El segmento de Moda y el de Hogar y Deco **son claves en la industria del e-commerce en Argentina:**

- Presentan alta demanda.
- La tendencia hacia compras online es creciente por comodidad y variedad.
- Cuentan con un gran impacto de las redes sociales en la inspiración y decisión de compra.

“

Lo que notamos con Tiendanube Evolución es que acortó el tiempo de decisión del cliente que viene a la tienda presencial porque ya hizo un *scouting* de los zapatos que quiere ver. Entonces, no solo nos ayudó a generar más ventas, sino que facilitó la venta en los locales.

Gonzalo Alvarez

Gerente de Marketing y
nieto del fundador de
OGGI Zapatos





Como vimos en la sección anterior, estos son dos de los segmentos de mayor relevancia en la cantidad de ventas total, por lo que vamos a hacer foco en ellos.

Moda: la industria que no para de crecer online



Año a año, el segmento de Indumentaria y accesorios gana el 1° puesto en el ranking de número de transacciones.

El crecimiento en ventas de 2023 a 2024 fue de 11% y su tasa de conversión de visitas a ventas efectivas fue de 0,6%.

¿Creés que hay un plus en el hecho de vender online para tu segmento específico?

“

Definitivamente. Nuestro rubro, centrado en moda femenina y alta costura, se beneficia enormemente de la venta online porque nos permite llegar a clientas de todo el país y ofrecerles una experiencia de compra tan cuidada como en nuestra flagship store. Además, el comercio digital nos ayuda a transmitir la exclusividad de nuestros diseños a través de un entorno visualmente atractivo y mostrar los productos de diferentes formas no tradicionales.



Natalia Antolín

Fundadora y Diseñadora, junto a Matias Aizen, Director comercial de Natalia Antolín, marca con más de 37 años que vende a través de Tiendanube Evolución



Este rubro en Argentina genera ingresos de más de **\$16.000 millones de dólares** y emplea a **más de 400.000 personas**. Esto lo consolida como un pilar de la economía nacional.

Tendencias en moda: sostenibilidad y conexión

Sostenibilidad:

Prácticas eco-friendly y reducción de residuos.

Comunidad:

Creación de lazos auténticos con la audiencia.

Inclusión:

Diversidad de cuerpos, géneros y culturas.

#TIP

Para conocer más del segmento, te invitamos a leer [Moda en foco](#), el informe de Tiendanube Evolución con análisis valiosos de las cifras más recientes y cómo el e-commerce revoluciona año a año la industria.



Para ganar contexto global, revisamos la investigación que desarrolló Statista sobre Fashion en Argentina. Uno de los hallazgos más impactantes es que la penetración de usuarios será del 60,1% en 2025 y se espera que alcance el 76,3% para 2029.

En cuanto a ingresos, se estima que la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) sea de 11,26 % entre 2025 y 2029. Esto desemboca en un volumen de mercado proyectado de 4,98 mil millones de dólares para 2029.

Sobre *Live Commerce* (un tema que tratamos con profundidad en el último capítulo), se distingue una **adopción con tendencia ascendente y cuya penetración de usuarios no para de crecer** en la estimación hasta 2029.

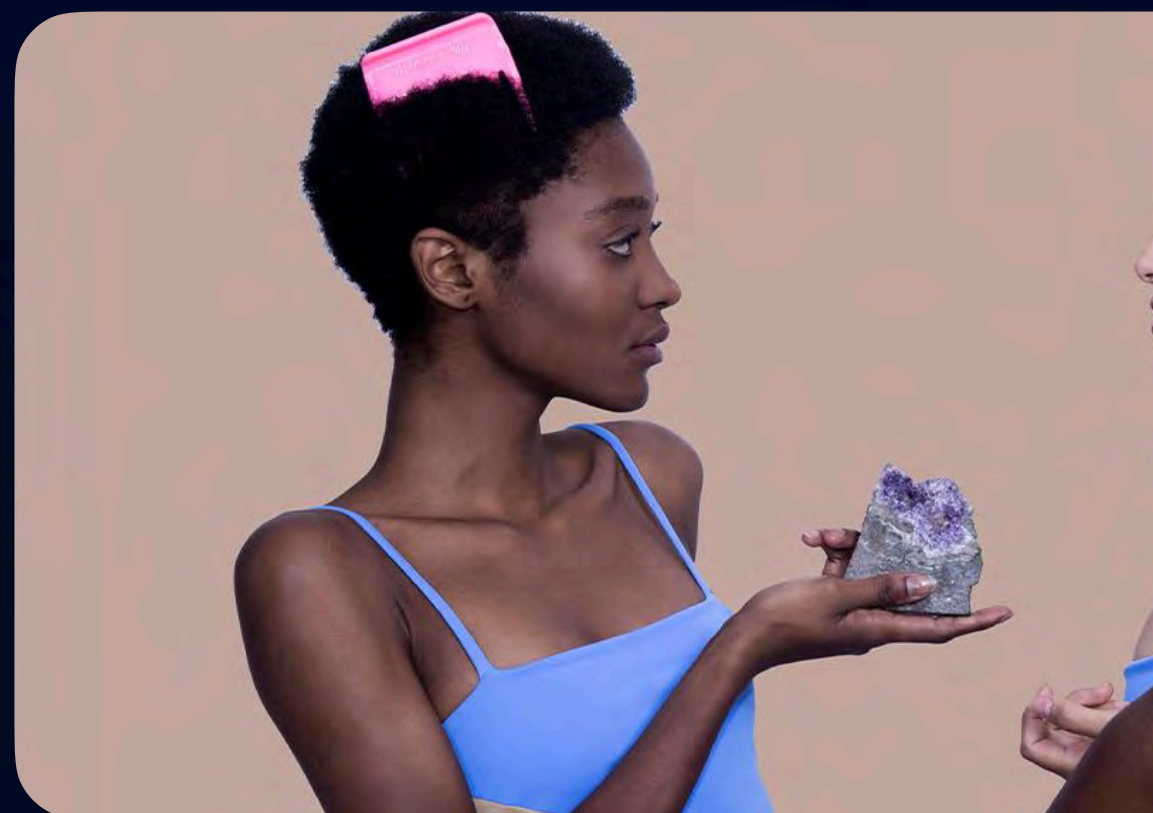
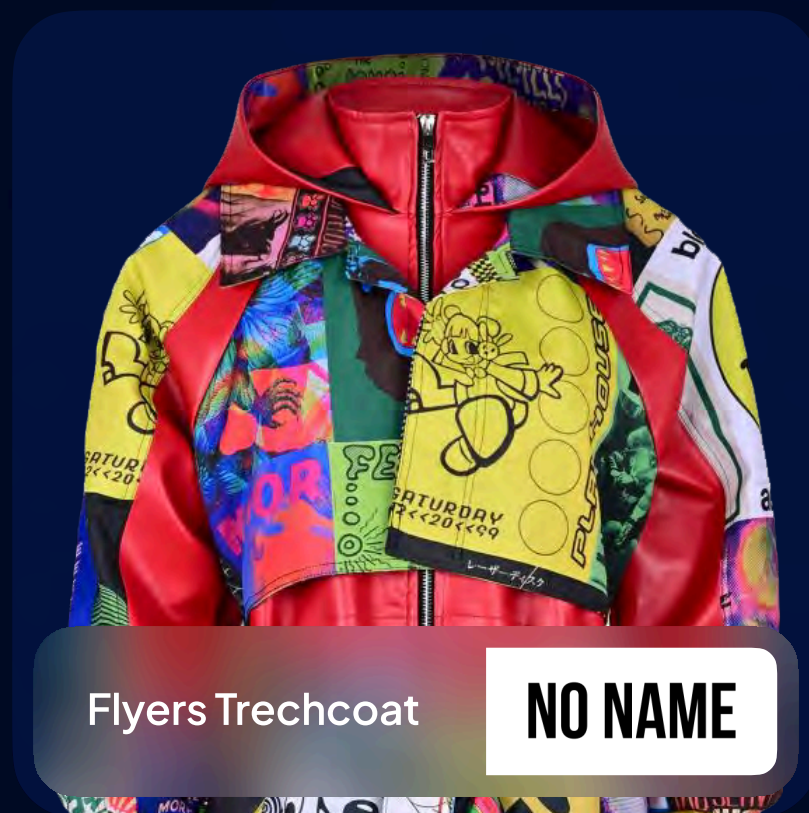
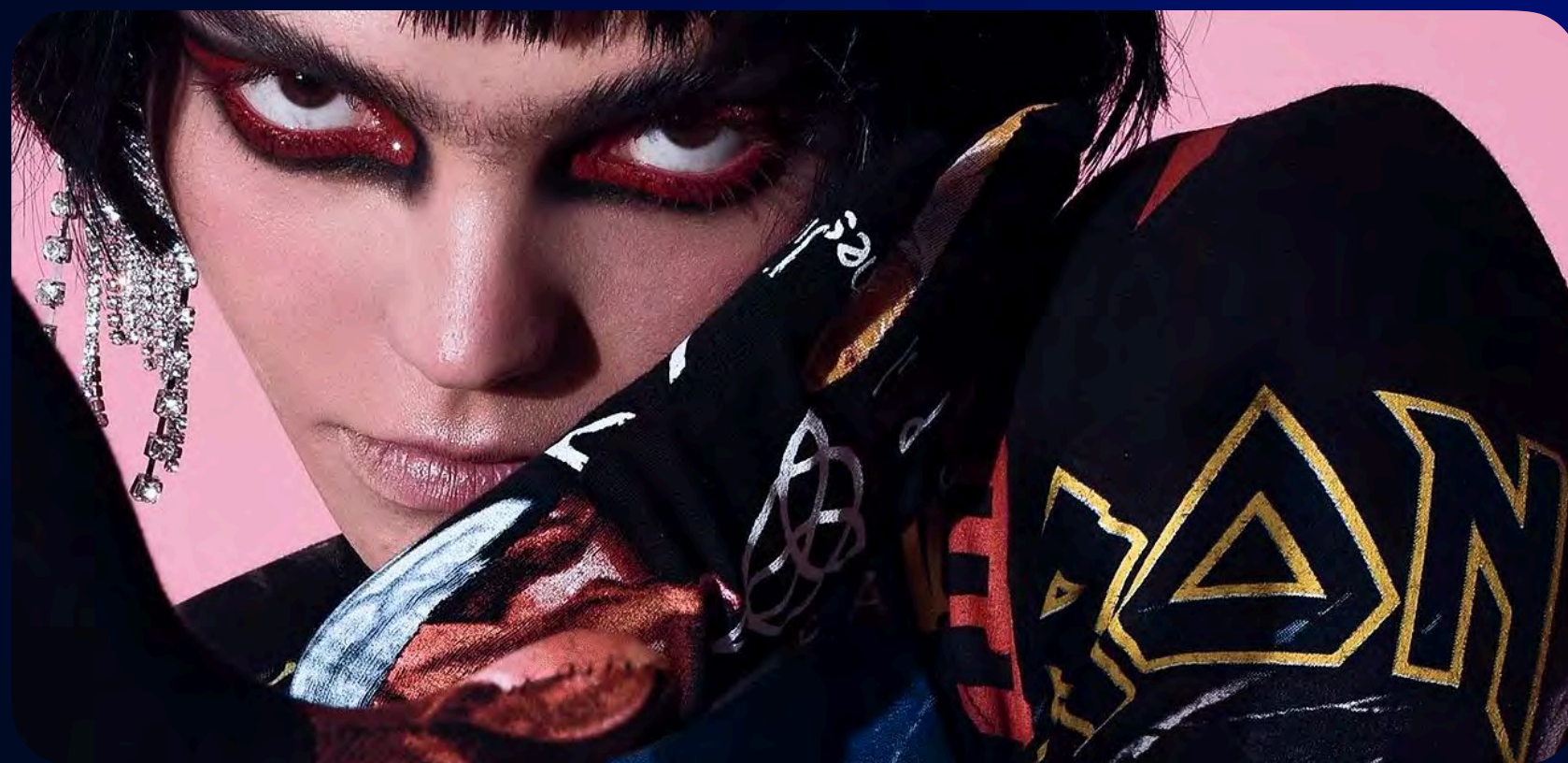
Con estas cifras, queda claro que es un mercado en plena expansión ¡y listo para seguir siendo explotado!



Estrategias clave para atraer clientes y aumentar ventas en Moda



Las estrategias de marketing más votadas por las marcas fueron las ventas en redes sociales, e-mail marketing y participación en eventos y ferias.





¿Qué estrategias de marketing utilizaste para atraer clientes y aumentar ventas?

VENTAS DIRECTAS EN REDES SOCIALES

168

E-MAIL MARKETING

120

NO DESARROLLÉ NINGUNA DE ESTAS ACCIONES

108

PARTICIPACIÓN DE TU MARCA EN EVENTOS Y FERIAS

95

GRUPOS VIP EN WHATSAPP

49

PROGRAMA DE LEALTAD

21

PROGRAMA DE AFILIADOS

9

BLOG

8

OTROS (ESPECIFICÁ)

8

Con **Marketing Nube** implementá campañas automatizadas, cupones, recuperación de carritos y estrategias de fidelización desde tu panel.

* Como era una pregunta de selección múltiple, cada encuestado podía elegir más de una opción.



En cuanto a otras acciones para el mismo fin, las más votadas fueron envío gratis, retiro en tienda física y ofertas relámpago.

¿Qué otras estrategias utilizaste para atraer clientes y aumentar ventas?

ENVÍO GRATIS

225

VENTA ONLINE CON RETIRO EN TIENDA (MULTICANAL)

163

OFERTAS RELÁMPAGO

159

DESCUENTO PROGRESIVO

101

REGALOS A PARTIR DE UN PEDIDO MÍNIMO

89

KITS Y COMBOS DE PRODUCTOS

74

NO DESARROLLÉ NINGUNA DE ESTAS ACCIONES

45

OTROS

44

CASHBACK

13

Con **Envío Nube** ofrecé envíos gratis a menor costo para tu tienda y gestioná toda tu operación logística desde el panel.

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las marcas de moda argentinas al incursionar en el comercio electrónico?

“

Para Argentina, creo que nos falta evolucionar en el sistema de correo, entrega, que sea más dinámico, seguro, eficiente, veloz. La gente quiere todo ya, y quizá en CABA sucede, pero en muchos lugares del interior es más difícil.

También un gran desafío, es que a diferencia de las marcas del interior, acá hay muchos problemas con las curvas de talle, entonces a la hora de comprar online la gente no sabe qué talle comprar exactamente. Eso es una deuda que tenemos desde la industria hace muchos años.

Hector Rivas

Relaciones Internacionales
en la Cámara Argentina
de la Moda

Áreas en que se utilizó IA en Moda

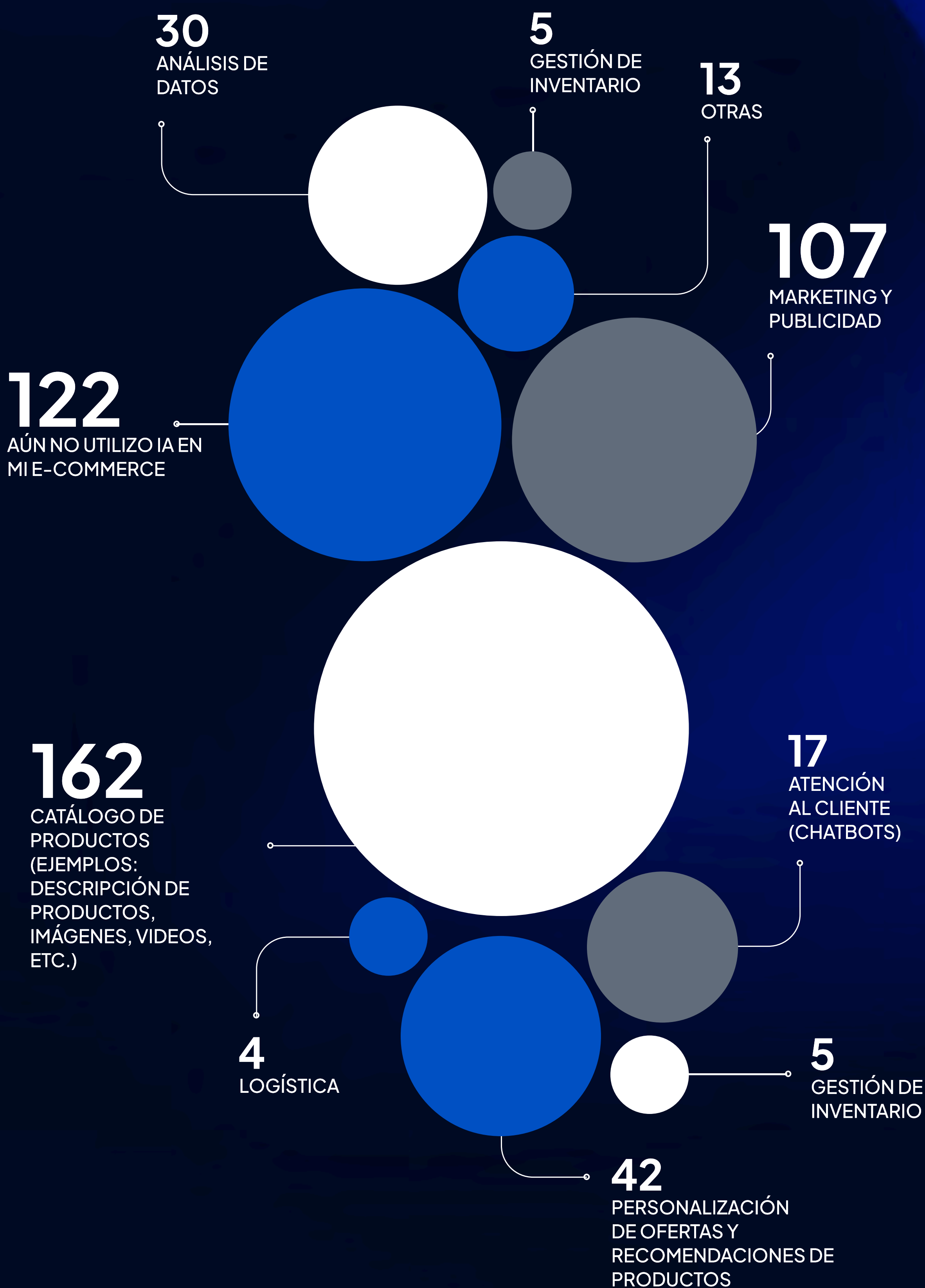


Las áreas de mayor uso de IA fueron catálogo de productos y marketing y publicidad. Todavía queda mucho por descubrir en este campo, ya que la segunda opción más votada fue que aún no utilizan IA en su operación.





¿En qué áreas de tu e-commerce ya utilizas IA?



* Como era una pregunta de selección múltiple, cada encuestado podía elegir más de una opción.

¿Cuáles serán las tendencias clave en la moda para 2025?
¿Qué colores y paletas dominarán las colecciones de este año?

“

El escapismo sigue siendo una macrotendencia clave, pero en 2025 toma un giro más oscuro. A diferencia de años anteriores, marcados por corrientes lúdicas como *clowncore* o *cottagecore*, ahora subculturas como el *goth* podrían resurgir. La paleta refleja este cambio: el rojo vira a bordó, un tono sangre, acompañado de petróleo, violeta y toques de verde claro cálido, como el Green Glow de Coloro, marcando una estética más profunda y enigmática.



@sereinne_

Rocío Milagros Vazquez

Diseñadora de

Indumentaria - FADU (UBA)



Hogar y Deco: relevancia del segmento en las ventas online



Esta vertical viene experimentando una expansión ininterrumpida en las ventas online de nuestro país. Dicho auge refleja una **tendencia creciente de los consumidores hacia la compra de artículos para la casa y de decoración**, impulsada por las ventajas del e-commerce.

El crecimiento en ventas de 2023 a 2024 fue de un increíble 40% y su tasa de conversión de visitas a ventas efectivas fue de 0,56%.

Statista desarrolló la misma investigación que mencionamos en el apartado anterior para este segmento: [Furniture en Argentina](#).



A partir de los ingresos, se espera que la **tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) sea del 10,64 % entre 2025 y 2029** y este incremento porcentual resultará en un volumen de mercado proyectado de 4,39 mil millones de dólares para 2029.

En relación con la cantidad de usuarios, se espera que alcance la cifra de 12,2 millones para 2029. En términos porcentajes, la penetración de estos usuarios será de 21,7% en 2025 y de 26,2% para 2029.



¿Qué categorías de productos de decoración están experimentando un crecimiento notable en e-commerce?

“

Notamos que está creciendo la demanda de muebles multifuncionales que ofrecen versatilidad y optimización del espacio. Por otro lado, hay un claro incremento de la conciencia ecológica que genera una búsqueda de productos elaborados con procesos respetuosos con el medio ambiente.



Arq. Sabrina Lopez Delarosa
Fundador de @casa.alamada
y Miembro de la Comisión
Directiva de CAFIRA



Estrategias clave para atraer clientes y aumentar ventas en Hogar y Deco

Las **estrategias de marketing** más votadas por las marcas fueron las de ventas en redes sociales, e-mail marketing y participación en eventos y ferias.

¿Qué estrategias de marketing utilizaste para atraer clientes y aumentar ventas?

51

VENTAS DIRECTAS EN REDES SOCIALES

39

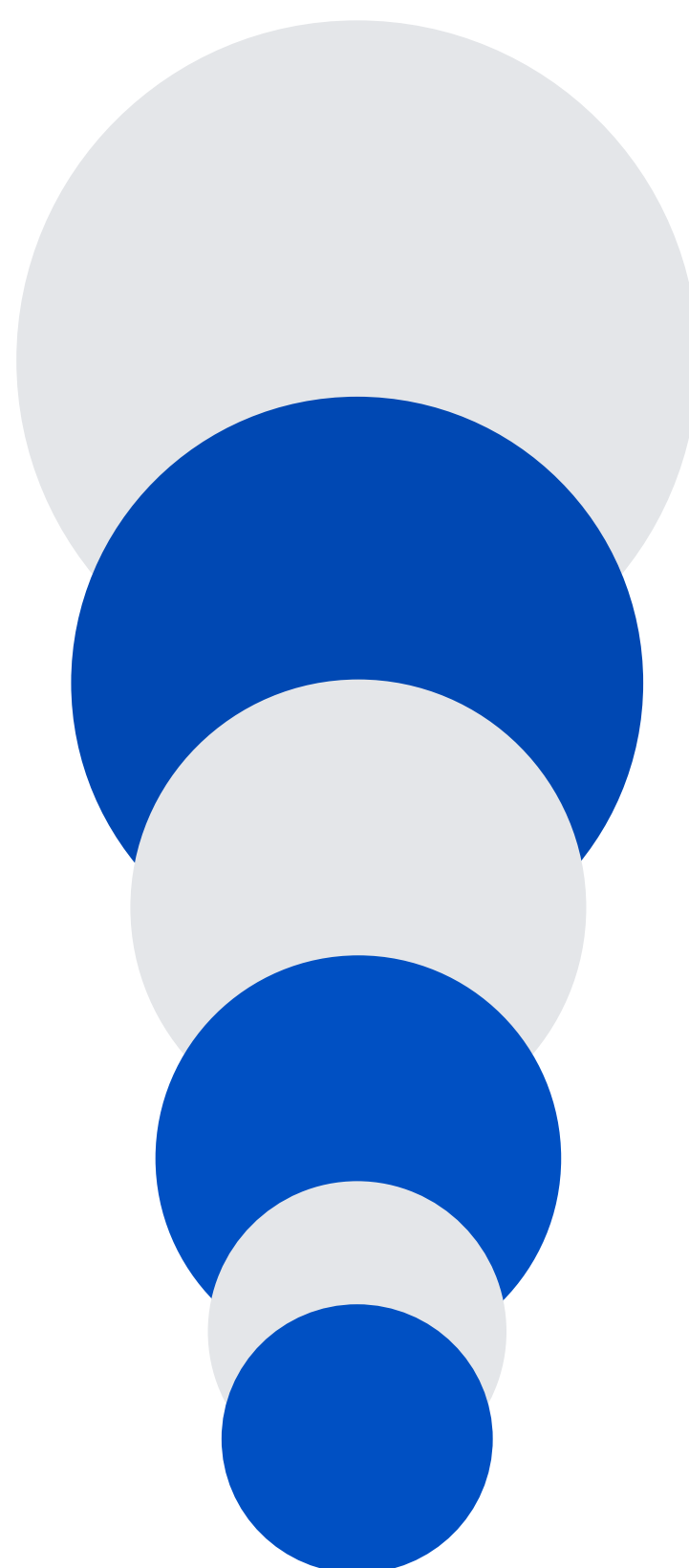
E-MAIL MARKETING

36

NO DESARROLLÉ NINGUNA DE ESTAS ACCIONES

25

PARTICIPACIÓN DE TU MARCA EN EVENTOS Y FERIAS



12

OTROS

9

GRUPOS VIP EN WHATSAPP

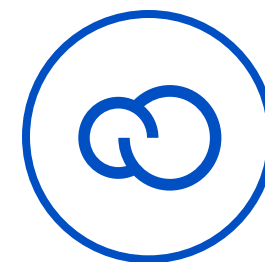
4

PROGRAMA DE AFILIADOS

3

PROGRAMA DE LEALTAD

* Como era una pregunta de selección múltiple, cada encuestado podía elegir más de una opción.



En cuanto a **otras estrategias** para el mismo fin, las más votadas fueron envío gratis, ofertas relámpago y retiro en tienda física.

¿Qué otras estrategias utilizaste para atraer clientes y aumentar ventas? Seleccioná las opciones que apliquen.

ENVÍO GRATIS



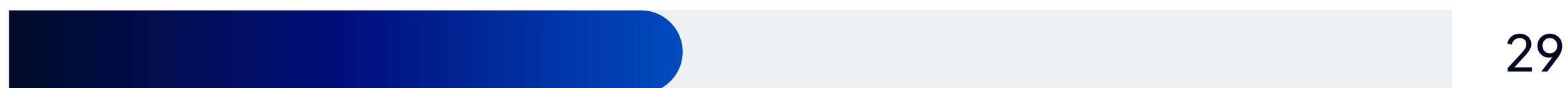
OFERTAS RELÁMPAGO



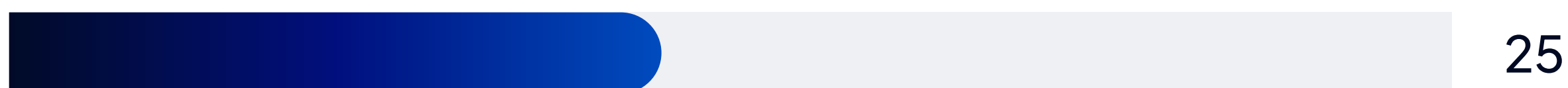
VENTA ONLINE CON RETIRO EN TIENDA (MULTICANAL)



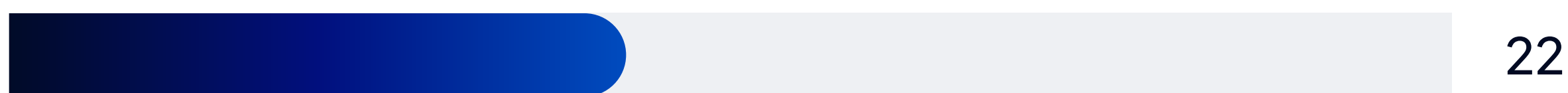
KITS Y COMBOS DE PRODUCTOS



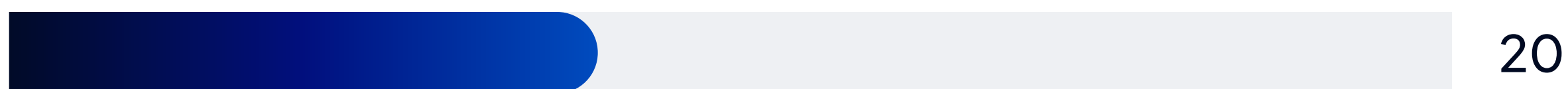
DESCUENTO PROGRESIVO



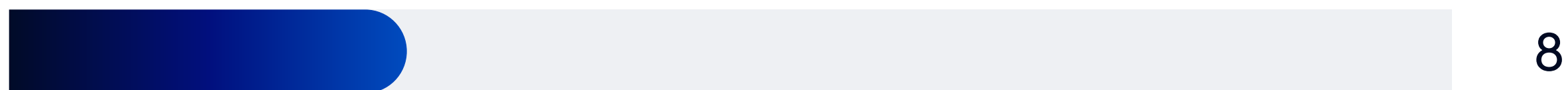
NO DESARROLLÉ NINGUNA DE ESTAS ACCIONES



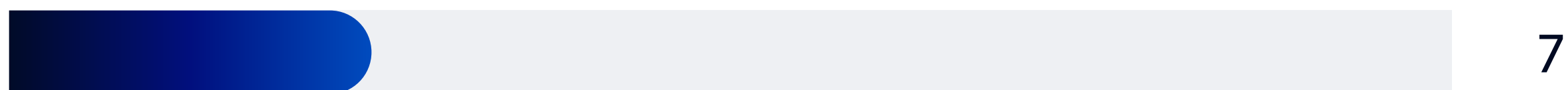
REGALOS A PARTIR DE UN PEDIDO MÍNIMO



OTROS



CASHBACK



* Como era una pregunta de selección múltiple, cada encuestado podía elegir más de una opción.

¿Qué impacto tienen las tendencias virales en redes sociales, como los "*room tours*" y "*before & after*" en la venta de productos de decoración?

“

Estos formatos permiten a los consumidores visualizar transformaciones reales y obtener ideas prácticas para sus propios espacios. Al ver cómo se puede cambiar un ambiente a través del diseño, se genera inspiración para replicarlo y ayuda a la comunicación y venta online del producto, todas estas acciones generan un acercamiento del cliente con la marca.

Arq. Sabrina Lopez Delarosa
Fundador de @casa.alamada
y Miembro de la Comisión
Directiva de CAFIRA



Áreas en que se utilizó IA en Hogar y Deco



Las áreas de mayor uso de IA fueron catálogo de productos y marketing y publicidad. Todavía queda mucho por descubrir en este campo, ya que la segunda opción más votada fue que aún no utilizan IA en su operación.

¿En qué áreas de tu e-commerce ya utilizás IA?

50%

CATÁLOGO DE PRODUCTOS (EJEMPLOS: DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS, IMÁGENES, VIDEOS, ETC.)

47%

AÚN NO UTILIZO IA EN MI E-COMMERCE

30%

MARKETING Y PUBLICIDAD

9%

ANÁLISIS DE DATOS

3%

GESTIÓN DE INVENTARIO

9%

PERSONALIZACIÓN DE OFERTAS Y RECOMENDACIONES DE PRODUCTOS

3%

PRECIOS

2%

ATENCIÓN AL CLIENTE (CHATBOTS)

* Como era una pregunta de selección múltiple, cada encuestado podía elegir más de una opción



Negocios en expansión: marcas que facturan \$300.000.000 por mes



Es momento de entrar de lleno con los negocios más grandes que venden a través de nuestra tecnología: **marcas que procesan cientos o miles de órdenes por mes o facturan hasta \$300.000.000 ¡y aún más!**

Estos negocios en expansión precisan una solución robusta que sea capaz de soportar su compleja operación, un alto volumen de ventas y estrategias masivas para seguir potenciando sus comercios de manera rentable.



Tiendanube Evolución es la solución de e-commerce diseñada para expandir el canal online de estas marcas. Y es más que una tienda online, es una propuesta estratégica para automatizar procesos e impulsar acciones. Quienes la eligen acceden a:

- **Asesoría exclusiva y personalizada**
- **Aplicaciones a precio preferencial**
- **Soporte técnico prioritario**
- **Desarrollos a medida a través de expertos certificados**

Para conocer más sobre el próximo paso de tu negocio, ¡hacé clic a continuación!



→ [Más sobre Tiendanube Evolución](#)

“

En 2025, las marcas en Argentina enfrentarán un entorno desafiante con inflación, tipo de cambio incierto y costos en alza. La integración de tecnología, datos y creatividad será clave para capturar valor en el mercado digital. Las estrategias omnicanal y el uso de IA permitirán a las empresas crecer con menos riesgos y capital, optimizar la experiencia del cliente y maximizar el retorno de inversión.



Franco Radavero
Country Manager de
Tiendanube Argentina





Perfil general de estos negocios

Desafíos



Si algo caracteriza a estas marcas, es su resiliencia para **sobreponerse a desafíos, buscar soluciones y pensar nuevas estrategias** para avanzar hacia el próximo nivel.

Estos son negocios que ya están establecidos como referencias en sus segmentos pero, a la vez, la competencia es alta y el público cada vez más exigente. Por eso, precisan **formación y creatividad para diseñar constantemente estrategias y acciones innovadoras** que las mantengan a la vanguardia.

Estos son los **principales retos que identifican** para dar un salto cualitativo y pisar más fuerte este año.



Desafíos como líder de e-commerce

TIEMPO: FALTA DE TIEMPO PARA HACER TODO LO QUE NECESITO.



TECNOLOGÍA: CONOCER Y DOMINAR LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA CRECER.



ANÁLISIS: MEDICIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS DEL NEGOCIO.



EQUIPO: DIFICULTAD PARA ENCONTRAR Y GESTIONAR PROFESIONALES CALIFICADOS.





COMPETENCIA: DIFICULTAD PARA DIFERENCIAR MI MARCA ENTRE OTRAS EMPRESAS DEL MERCADO.



18%

PROVEEDORES: RELACIÓN CON SOCIOS Y PROVEEDORES.



15%

INVERSIÓN: FALTA DE FONDOS PARA REINVERTIR O BAJO RETORNO DE LA INVERSIÓN (ROI).



8%

EDUCACIÓN: FALTA DE CONOCIMIENTO TÉCNICO O TEÓRICO PARA APLICAR ESTRATEGIAS.



5%

EMOCIONAL: FALTA DE APOYO FAMILIAR, AMIGOS O MARCAS PARA INTERCAMBIAR EXPERIENCIAS.



3%

*La suma supera el 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción



Para muchos de estos desafíos, ¡venimos con soluciones!

Soluciones La planilla de planificación estratégica va a ayudarte a optimizar tiempos, profundizar los análisis, definir tus metas y objetivos, ganar ventaja competitiva y planificar proyectos.

El e-book “¿Qué equipo necesitás para gestionar tu tienda online?” es clave para organizar equipos, encontrar y gestionar talento profesional calificado.

La landing de los servicios de Tiendanube Evolución te acerca contexto sobre la tecnología de nuestra solución para conocer las funcionalidad que tenés a disposición y cómo aprovecharlas al máximo.

¿Cuáles son los 3 principales desafíos para marcas medianas y grandes que buscan acelerar su crecimiento?

“

Digitalización de la comercialización y minería de datos. Consiste en garantizar que la marca siempre tenga acceso a los datos de sus clientes: desde el e-mail hasta qué, dónde y cuándo compraron.

Gestión estratégica de KPIs. Una vez que la marca cuenta con los datos organizados, el siguiente paso es analizar los indicadores clave de desempeño (KPIs) del negocio.

Estrategia de tráfico full-funnel. El tamaño y alcance de un ecommerce están directamente relacionados con sus fuentes de tráfico.



Alan Soria

Co-fundador & Director de We Are, agencia certificada de Tiendanube Evolución





Problemas

Pasemos a conocer los problemas, aquellos **inconvenientes y puntos débiles** que muchas de las grandes marcas buscan mitigar o resolver.





Problemas en el e-commerce

COSTO ELEVADO DE LOS ENVÍOS



ALTO COSTO EN MARKETING



GENERACIÓN DE TRÁFICO A LA TIENDA



COMPLEJIDAD EN LA INTEGRACIÓN CON APLICACIONES Y OTROS SISTEMAS

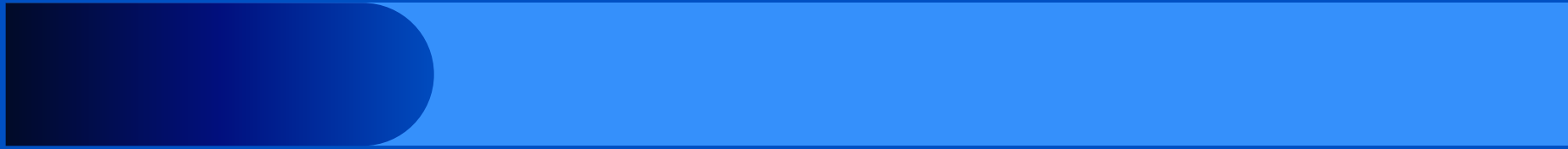


GESTIÓN DE INVENTARIO





CARRITOS ABANDONADOS



18%

DIFICULTAD PARA ESTABLECER PRECIOS



15%

MUCHOS CAMBIOS Y DEVOLUCIONES



13%

OTRO



21%

TASA DE CONVERSIÓN BAJA



10%

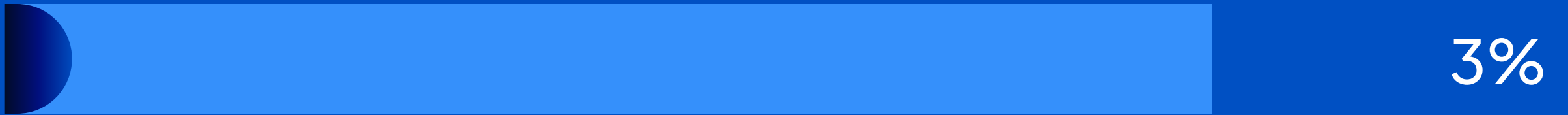
FRAUDES Y CONTRACARGOS



8%



COMPLEJIDAD EN LA INTEGRACIÓN CON REDES SOCIALES



RELACIÓN CON CLIENTES



INESTABILIDAD EN EL SITIO



* La suma supera el 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.



Las funcionalidades que desarrollamos y optimizamos, se basan en **solucionar problemas y simplificar la gestión operacional** con el fin de que las marcas ganen tiempo y foco para concentrarse en sus estrategias y apuestas.

Así componemos e iteramos constantemente nuestro ecosistema, para **ofrecer las soluciones más efectivas y estratégicas**. Las principales en Tiendanube Evolución son:



One-tap checkout:

para ofrecer una mejor experiencia de compra, reducir el tiempo de pago y aumentar tu tasa de conversión.



Pago Nube:

es el método de pago #1 en conversión en Tiendanube Evolución que mantiene la seguridad del negocio con nuestro sistema antifraude integrado.



Envío Nube:

podés ahorrar hasta un 50% en tus envíos para entregar con nuestra solución logística.

**Marketing Nube:**

para diseñar flujos automáticos y aumentar la conversión con nuestra solución integrada de automatización y personalización de marketing.

**Expertos en e-commerce:**

acceso a un experto en e-commerce designado exclusivamente para acompañar en la estrategia digital.

**Agencias certificadas:**

contacto con partners dedicados a Tiendanube Evolución para desarrollar soluciones a medida, según las necesidades de cada negocio.

En relación con el tema de capacitación, preguntamos a las marcas **cómo aprendían y se mantenían actualizados en temas de e-commerce.**



Educación en e-commerce

ESCUCHO PODCASTS SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO Y NEGOCIOS



BUSCO CURSOS ONLINE DE COMERCIO ELECTRÓNICO



SIGO BLOGS Y SITIOS DE NOTICIAS ESPECIALIZADOS



HAGO BÚSQUEDAS EN GOOGLE





VEO VIDEOS Y TUTORIALES EN YOUTUBE



NETWORKING CON OTROS PROFESIONALES DEL E-COMMERCE



SIGO A INFLUENCERS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



HAGO BÚSQUEDAS MEDIANTE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (CHATGPT, META AI, ETC.)



ASISTO A EVENTOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y EMPRENDIMIENTO





TENGO MENTORÍAS CON UN EXPERTO



14%

BUSCO CURSOS PRESENCIALES DE COMERCIO ELECTRÓNICO



9%

* La suma supera el 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.



Principales estrategias y herramientas



Para aprender de los más grandes, consultamos a estas marcas sobre sus estrategias clave para atraer clientes y aumentar ventas.

Estrategias de marketing

E-MAIL MARKETING



75%

VENTAS DIRECTAS EN REDES SOCIALES (EJEMPLO: TIENDA DE INSTAGRAM, TIKTOK SHOP)



39%



PARTICIPACIÓN DE TU MARCA EN EVENTOS Y FERIAS



PROGRAMA DE LEALTAD



OTROS



GRUPOS VIP EN WHATSAPP



NO DESARROLLÉ NINGUNA DE ESTAS ACCIONES



PROGRAMA DE AFILIADOS



GRUPOS VIP EN TELEGRAM



* La suma supera el 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.



Otras estrategias

ENVÍO GRATIS



DESCUENTO PROGRESIVO



OFERTAS RELÁMPAGO



REGALOS A PARTIR DE UN PEDIDO MÍNIMO



KITS Y COMBOS DE PRODUCTOS



CASHBACK



VENTA ONLINE CON RETIRO EN TIENDA (MULTICANAL)



OTRO



* La suma supera el 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

¿Cuál es el top 3 de soluciones que Tiendanube Evolución aporta a tu negocio hoy?

“

Podríamos nombrar mucho más que 3 pero, para resumirlo:

Tiendanube Evolución nos ha permitido centralizar la operación de nuestra tienda online de forma intuitiva y eficiente. Además de poder integrar los diferentes stocks y software de gestión interna. También trabajamos en equipo para lograr una integración omnicanal con la tienda presencial.

La integración con múltiples métodos de pago y opciones de envío nos asegura una experiencia fluida para nuestras clientas. Además las aplicaciones hacen un excelente trabajo 360 para la gestión integral de un e-commerce.

“

Las herramientas como aplicaciones personalizadas nos ayudan a reflejar la esencia de nuestra marca en cada detalle de la tienda online, desde el diseño hasta las promociones. Las campañas fotográficas las hacemos íntegramente pensadas para visualizarlas en nuestra tienda.



Natalia Antolín y Matias Aizen
de Natalia Antolín,
que vende a través de
Tiendanube Evolución

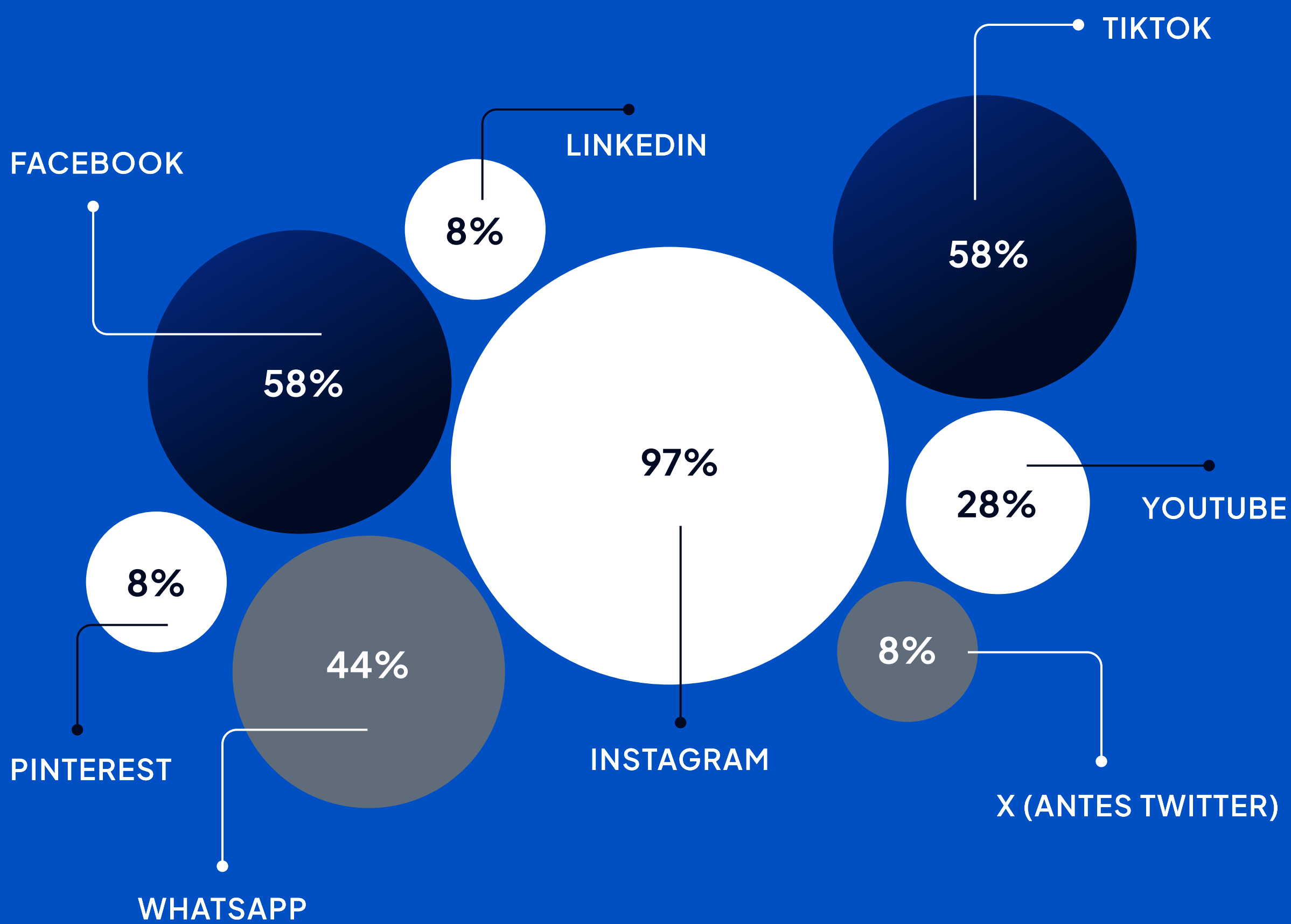


Presencia y resultados en redes sociales



¿En qué redes sociales están presentes estas marcas para crear y publicar contenido orgánicamente?

Redes sociales

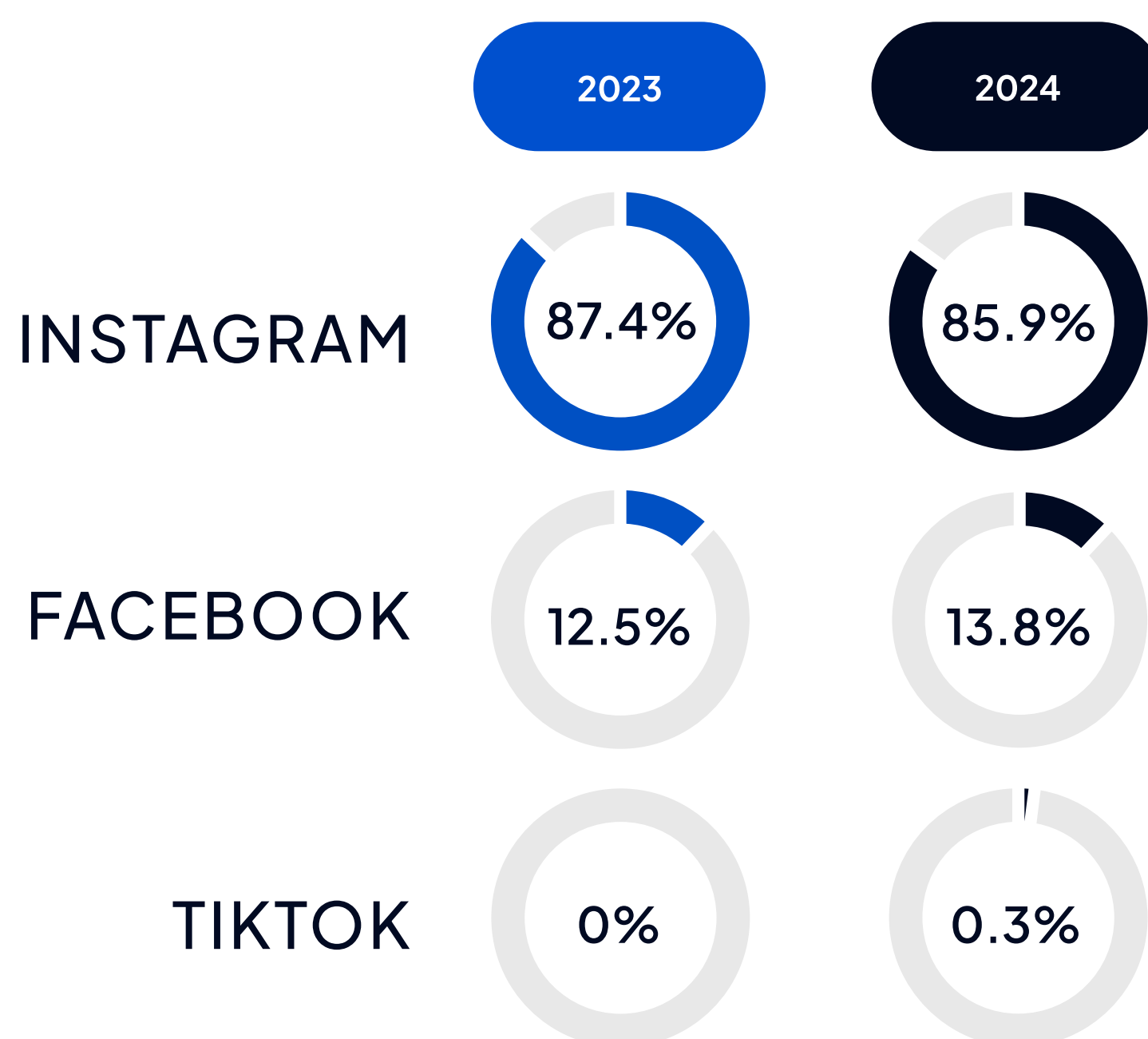




Pasemos a ver ventas por redes sociales en datos internos, o sea, sobre la totalidad de las marcas que venden con nuestra tecnología.

El 41,2% de las ventas que se procesan en Tiendanube se debe a **tráfico que proviene de las redes sociales**. Para conocer el nivel de influencia de cada una, te compartimos el porcentaje de ventas por cada red social:

Porcentaje de ventas por red social



¿Cuáles son los elementos indispensables que debe tener toda marca mediana y grande para sobresalir?

“

1. Un ADN de marca y propuesta de valor clara.
2. Una tienda online optimizada al máximo para conversión y aumentar el ticket promedio de compra.
3. Una estrategia de comunicación y contenido coherente con ese ADN.
4. Una estrategia de anuncios rentable y escalable.
5. Una planificación anual, trimestral y mensual de acciones comerciales.
6. Una consultora que los guíe en la implementación de todo lo demás para ser más efectivos y evitar los pasos en falso.



Rodrigo Ferreri

Co-fundador de Everest Media,
agencia certificada de Tiendanube Evolución



Publicidad: anuncios y campañas pagas



Si hablamos de herramientas para anunciar y hacer campañas pagas, las principales que se nombraron en la encuesta de grandes marcas son:





Herramientas de campañas

INSTAGRAM ADS



FACEBOOK ADS



GOOGLE ADS



GOOGLE SHOPPING



ANUNCIOS PATROCINADOS EN MARKETPLACES



TIKTOK FOR BUSINESS



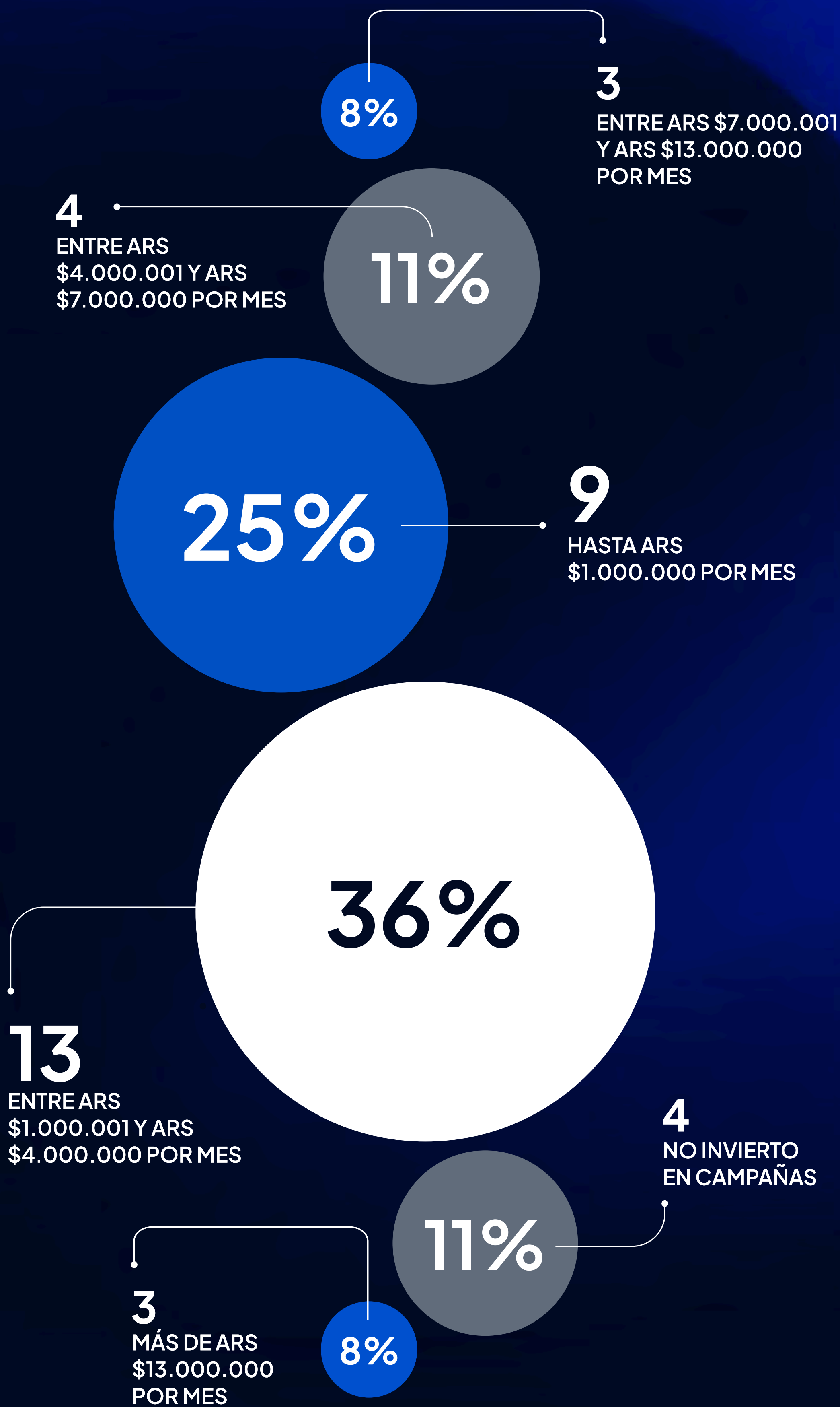
NO INVERTÍ EN ANUNCIOS PAGOS EN 2024



LINKEDIN ADS



* La suma supera el 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.



* Como era una pregunta de selección múltiple, cada encuestado podía elegir más de una opción.

¿Qué servicios recomiendan delegar a una agencia para generar impacto y potenciar una marca?

“

1. Performance Marketing: optimización de campañas pagas (Google Ads, Meta, TikTok) para maximizar el retorno de inversión.
2. Optimización del sitio web y UX: una agencia puede mejorar la tasa de conversión y la experiencia del cliente mediante análisis detallados y ajustes estratégicos.
3. Contenido estratégico: producción de contenido audiovisual, branding y storytelling que conecte emocionalmente.
4. Gestión de marketplaces: optimización de listados, precios y promociones en plataformas como Mercado Libre o Amazon.
5. Automatización y analítica: implementación de herramientas avanzadas para personalización de e-mails, seguimiento del cliente y análisis predictivo.

Agustín Bunge

Fundador de ZAS agencia

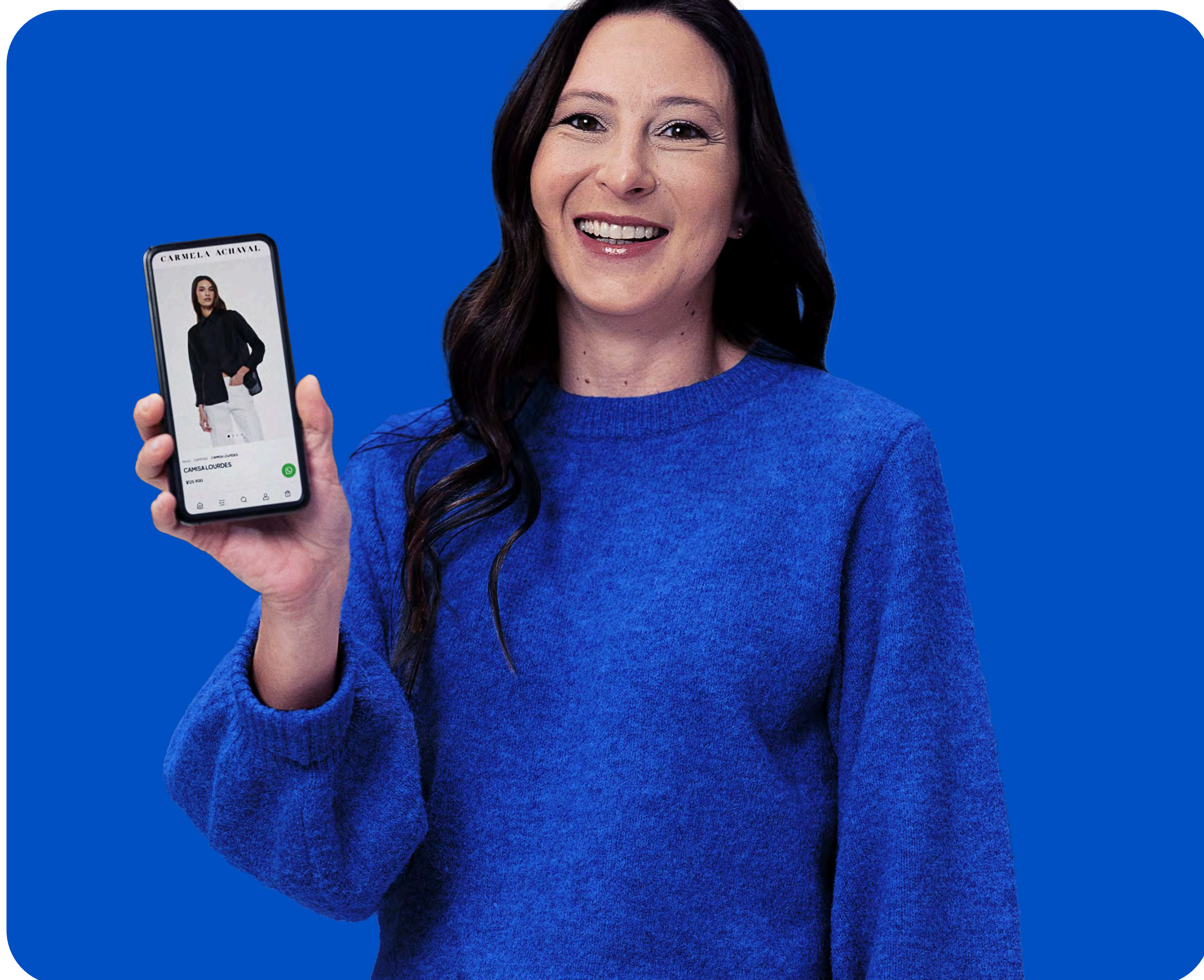
certificada de Tiendanube Evolución



Marketing de influencia



La figura de los influencers marcó un antes y un después en el abanico de posibles estrategias de difusión y promoción de las marcas. Con esto, **aprender sobre el marketing de influencia es clave para diseñar cada vez mejores planificaciones y conseguir más resultados.**





¿Hiciste alguna colaboración con influencers digitales en 2024?

SÍ, LES DI PRODUCTOS A INFLUENCERS A CAMBIO DE PROMOCIÓN (INTERCAMBIO).



NO



SÍ, REALICÉ ACCIONES DE INTERCAMBIO Y TAMBIÉN PAGUÉ POR PUBLICACIONES.



NO, PERO PRETENDO HACERLO EN 2025.

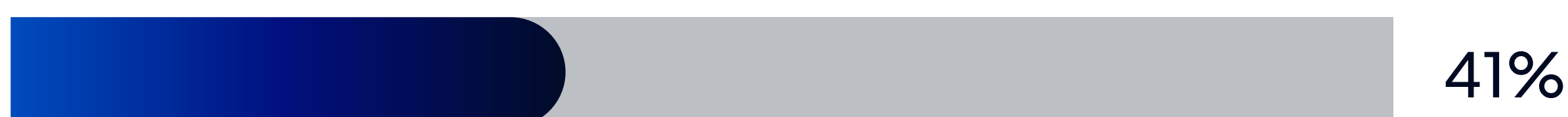


SÍ, PAGUÉ UNA CANTIDAD ACORDADA A CAMBIO DE PROMOCIÓN.



¿Planeás invertir en marketing de influencia en 2025?

SÍ, PLANEAO INVERTIR LO MISMO.



SÍ, PLANEAO AUMENTAR MI INVERSIÓN.



AÚN NO SÉ.



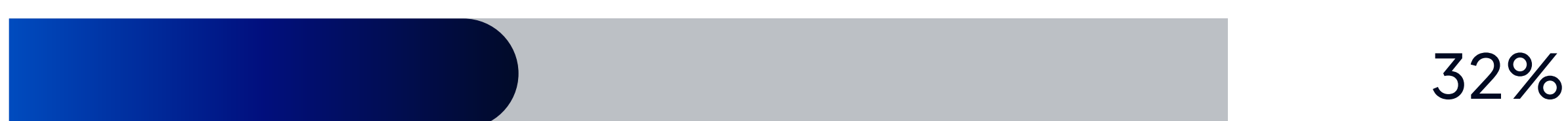
NO, NO PLANEAO.





¿Cuál fue el principal desafío que enfrentaste al trabajar con influencers digitales en 2024?

ENCONTRAR INFLUENCERS ALINEADOS CON MI PÚBLICO OBJETIVO O SEGMENTO.



MEDIR LOS RESULTADOS DE LAS CAMPAÑAS.



BAJO RETORNO DE LA INVERSIÓN.



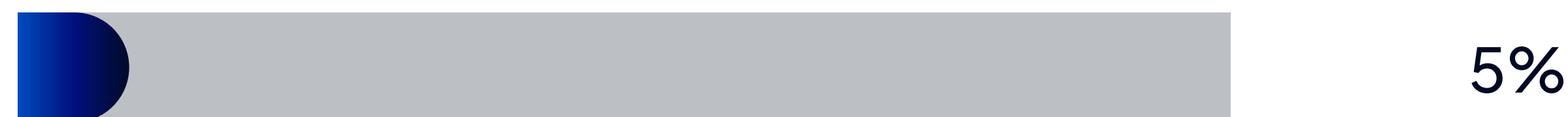
DEFINIR MÉTRICAS PARA MEDIR EL RENDIMIENTO DE LAS CAMPAÑAS.



GESTIONAR LAS ASOCIACIONES Y ACUERDOS.

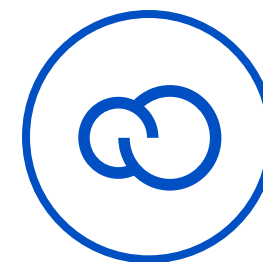


DEFINIR EL PRESUPUESTO PARA ESTA ESTRATEGIA.

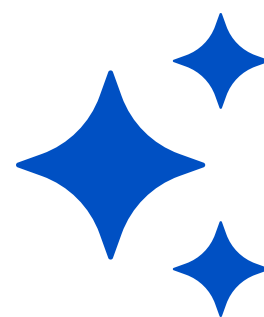


ESTRUCTURAR LAS DIRECTRICES (BRIEFING) PARA LA CREACIÓN DE LAS CAMPAÑAS.





Inteligencia artificial

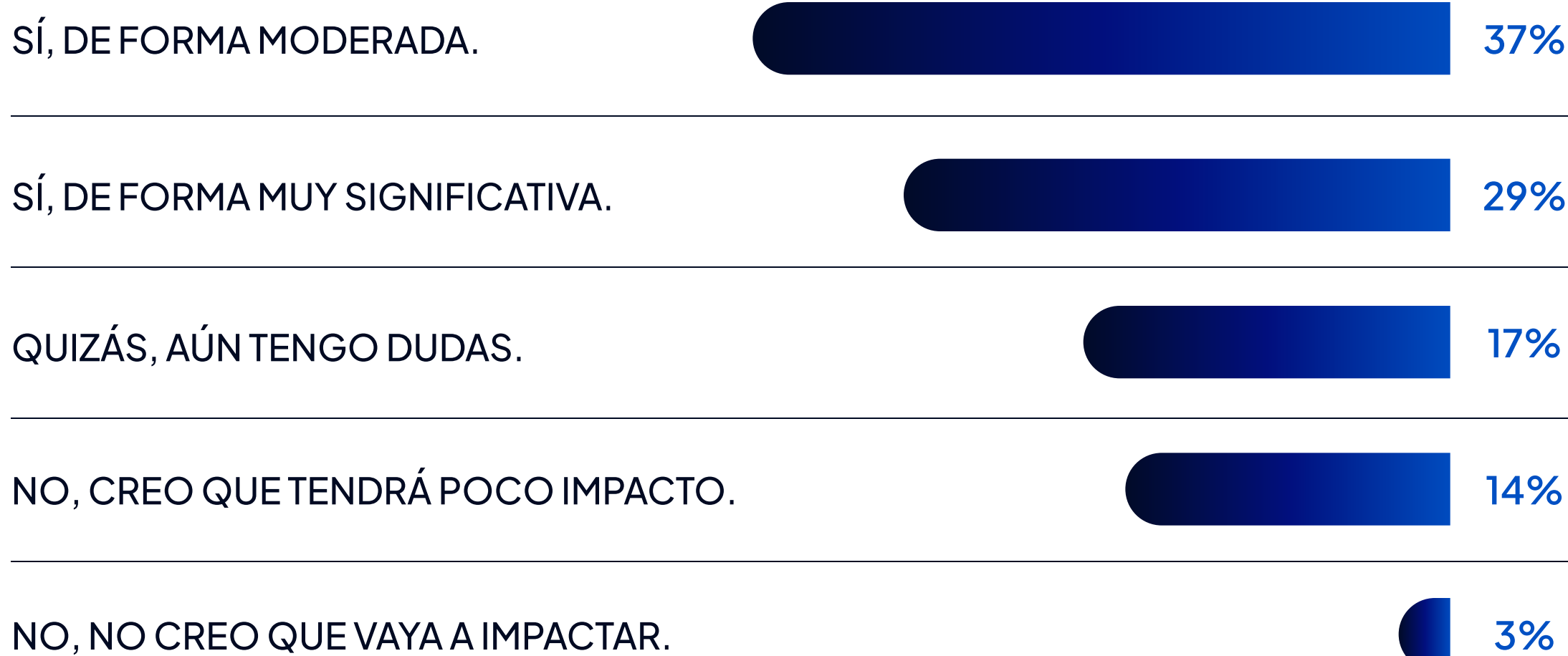


Este es uno de los temas más relevantes en la actualidad. **El uso de la inteligencia artificial en el e-commerce está creciendo rápido** y es importante ganar perspectiva sobre esta tecnología.

Veamos las cifras clave para conocer la percepción general de las marcas sobre el tema, en qué áreas del e-commerce lo utilizan y planes a futuro.

¿Creés que impactará en tu negocio?

Impacto IA





ESTRATEGIAS DE IA

APLICADAS EN 2024*

A APLICAR EN 2025*

MARKETING Y PUBLICIDAD

29%

29%

ATENCIÓN AL CLIENTE (CHATBOTS)

23%

49%

ANÁLISIS DE DATOS

23%

46%

CATÁLOGO DE PRODUCTOS
(EJEMPLOS: DESCRIPCIÓN DE
PRODUCTOS, IMÁGENES, VIDEOS, ETC.)

37%

43%

PERSONALIZACIÓN DE OFERTAS Y
RECOMENDACIONES DE PRODUCTOS

11%

20%

GESTIÓN DE INVENTARIO

0%

17%

AÚN NO UTILIZO IA EN MI E-COMMERCE

34%

9%

PRECIOS

0%

9%

LOGÍSTICA

0%

6%

* La suma supera el 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.



Para cerrar este capítulo sobre negocios en expansión, te acercamos una reflexión de Bernardo Brandão, CMO de Tiendanube, sobre marcas en expansión y las estrategias más usadas.



“

Diversificar estrategias de marketing de forma eficiente exige un enfoque equilibrado entre tácticas de rendimiento y acciones de posicionamiento. **Las estrategias más priorizadas por empresas de altos ingresos son redes sociales, publicidad paga y branding y posicionamiento.**

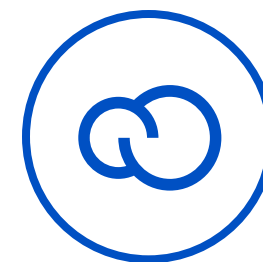
Aunque las dos primeras iniciativas son esenciales para generar resultados rápidos, el branding es estratégico para la expansión de negocios digitales que buscan consolidarse en mercados competitivos.

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.

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

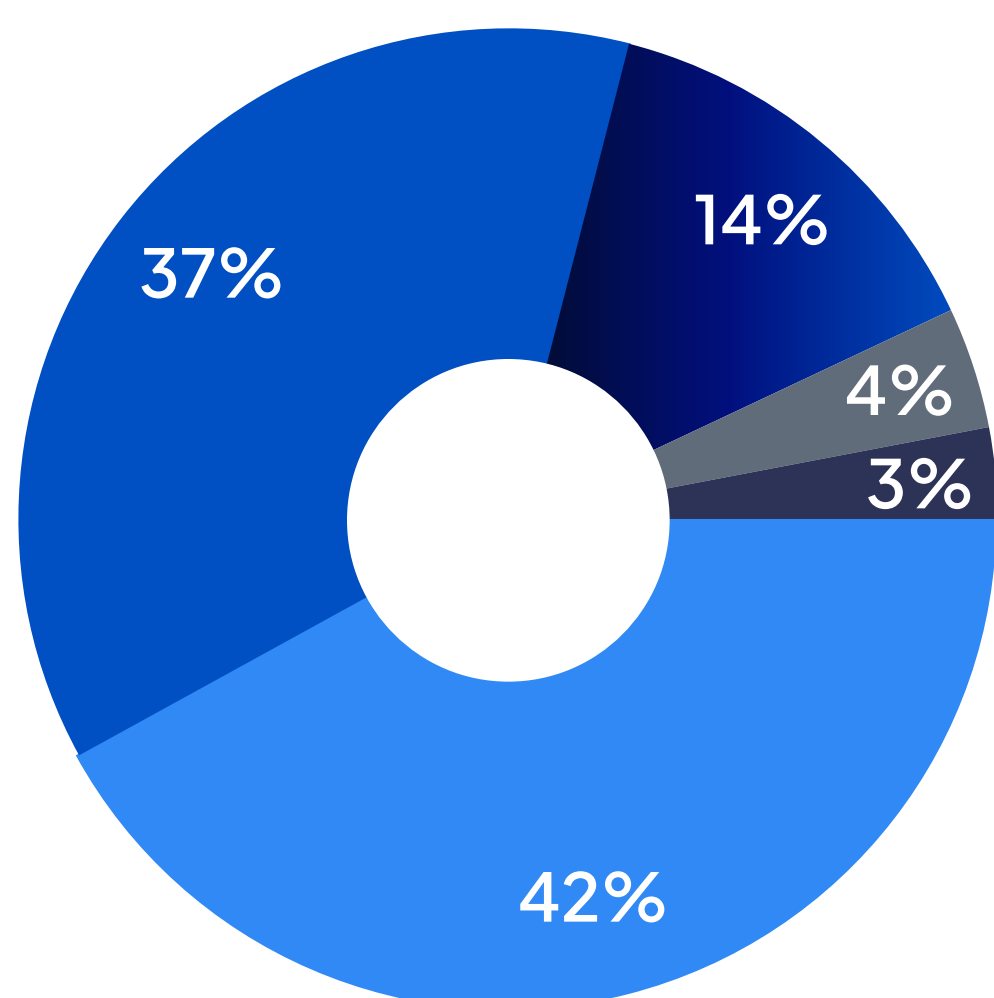


Futuro del e-commerce: tendencias para 2025



Si llegaste hasta acá, ya tenés un conocimiento profundo sobre el e-commerce en Argentina, el crecimiento de la industria (tanto en el mundo emprendedor como el de grandes negocios) y el perfil de las marcas que confían en nuestra tecnología para potenciar sus ventas.

Dedicamos una sección de nuestra encuesta a hacer **foco en las percepciones y los sentimientos de las personas en Argentina**, además de sus planes y proyecciones para 2025.



- Muy optimista:** Espero un crecimiento significativo.
- Optimista:** Creo en un escenario positivo con crecimiento moderado.
- Neutro:** Las expectativas son de estabilidad, sin grandes cambios.
- Pesimista:** Espero dificultades y desafíos para los e-commerces.
- Muy pesimista:** Creo que el escenario será negativo con grandes dificultades.



¿Qué estrategias de marketing y ventas serán tu prioridad en 2025?

REDES SOCIALES



ANUNCIOS EN LÍNEA (PUBLICIDAD PAGA)



BRANDING Y POSICIONAMIENTO



EXPERIENCIA DEL CLIENTE (PERSONALIZACIÓN, OMNICANALIDAD)



AUTOMATIZACIÓN DE MARKETING



PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS (BLOG, E-BOOKS, ETC.)



ALIANZAS CON INFLUENCERS DIGITALES



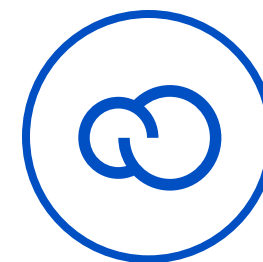
MARKETING OFFLINE (PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, FERIAS, ETC.)



ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON OTRAS MARCAS (COLABORACIÓN)



* La suma supera el 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.



¡La importancia de las redes sociales es rotunda! Pero veamos más allá...

→ Si distinguimos entre emprendimientos y grandes empresas, vemos que las últimas dan más relevancia al punto de “Branding y posicionamiento”. El 37% de los primeros seleccionaron esta opción contra el 66% de las segundas.

Esto nos da la pauta de que, **a medida que las marcas crecen, se torna cada vez más necesario diferenciarse, destacar las ventajas competitivas y crear una identidad única.**



Estrategias de marketing y ventas para 2025

REDES SOCIALES

83%

86%

ANUNCIOS EN LÍNEA
(PUBLICIDAD PAGA)

63%

66%

BRANDING Y POSICIONAMIENTO

37%

66%

EXPERIENCIA DEL CLIENTE
(PERSONALIZACIÓN,
OMNISCANALIDAD)

32%

49%

AUTOMATIZACIÓN
DE MARKETING

25%

43%

ALIANZAS CON
INFLUENCERS DIGITALES

23%

31%

PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS
(BLOG, E-BOOKS, ETC.)

22%

26%

MARKETING OFFLINE
(PARTICIPACIÓN EN
EVENTOS, FERIAS, ETC.)

18%

20%

ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON
OTRAS MARCAS (COLABORACIÓN)

16%

14%

● Emprendimientos

● Grandes marcas

* La suma supera el 100% porque los encuestados podían seleccionar más de una opción.

¿Cuáles son los mayores desafíos para los emprendedores que están comenzando a vender online este año?

“

- La capacidad de crear marca (no simplemente vender productos, sino crear relaciones con clientes fieles para que vuelvan a comprar).
- La sofisticación del mercado y el crecimiento de la competencia con la apertura de importaciones.
- El encarecimiento para hacer publicidad debido a este crecimiento.



@matiasecommerce
Especialista en
E-commerce
y Marketing



En relación con las tendencias a continuación, ¿cuál creés que tendrá el mayor impacto en el e-commerce en 2025?

50%

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

20%

VIDEO COMMERCE (INTEGRACIÓN DE VIDEOS EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA ONLINE)

11%

LIVE COMMERCE

6%

COMPRAS A TRAVÉS DE ASISTENTES VIRTUALES (ALEXA, GOOGLE ASSISTANT)

6%

REALIDAD VIRTUAL O AUMENTADA

4%

COMPRAS POR SUSCRIPCIÓN

3%

CRIPTOMONEDAS

1%

INTERNET DE LAS COSAS (IOT)



¡Atención a los primeros 5!

Estos son los más votados y vamos a tratarlos en detalle en el apartado que sigue y contamos cómo llevarlo a cabo con la tecnología de Tiendanube.



Es momento de mirar al futuro y explorar las tendencias que marcarán la industria este año.

Nuestro objetivo es **compartirte los avances tecnológicos más relevantes para que planifiques tus objetivos y estrategias con una visión innovadora.**

¡Vamos!



Inteligencia artificial

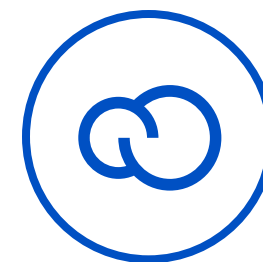


Esta tecnología llegó para quedarse: cada vez más herramientas del día a día nos ofrecen funcionalidades vinculadas con IA y las ventas online no quedan por fuera de esta tendencia.

El objetivo va desde optimizar hasta reinventar la experiencia de compra para aumentar cada vez más la tasa de conversión, construir relaciones más duraderas con los clientes y reducir la cantidad de carritos abandonados.

En muchos casos, la IA se utiliza en sistemas que permiten personalizar experiencias y entregar más valor a los potenciales clientes.

Un ejemplo es la recopilación de datos para mostrar al visitante los contenidos que mayor valor le aporten y/o los más estratégicos para el negocio. También se puede optimizar la elección de talles o variantes y acelerar tareas operativas.



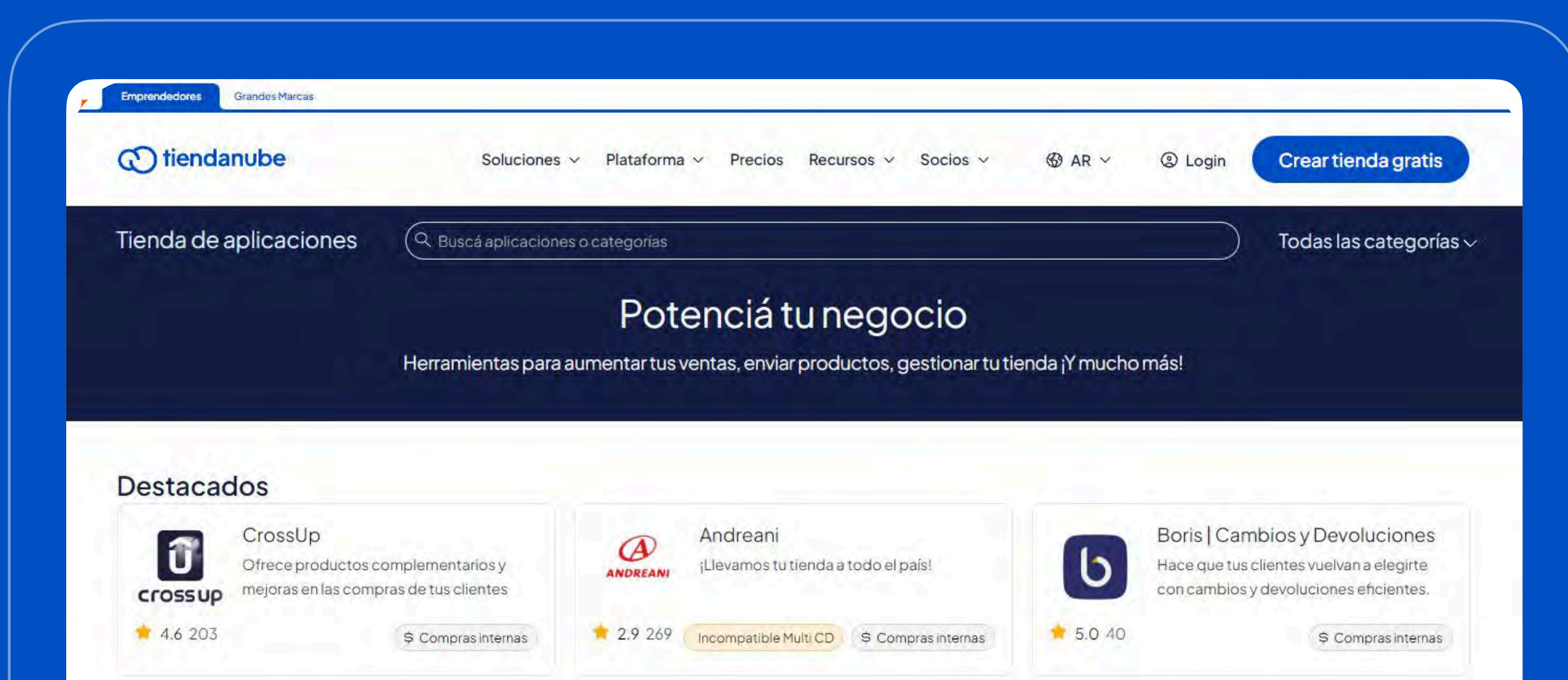
¿Cómo hacerlo con Tiendanube?

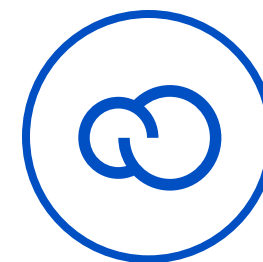
- **Búsqueda Inteligente con IA:** búsqueda y navegación potenciadas con IA; extracción de keywords para optimizar SEO, página de detalles del producto y mapa del sitio; y herramienta para optimizar anuncios en Google Ads, YouTube y redes sociales.
- **SizeMe AI:** recomienda el talle ideal utilizando IA a través de dos fotos subidas por el cliente, un formulario rápido, las medidas corporales de tu cliente o una tabla de talles clásica para que el usuario lo elija.
- **ReadySize:** recomienda talles personalizados para vestuario, calzado y ropa interior a través de un asistente virtual que utiliza datos como altura, peso y preferencias de uso.



¿Cómo hacerlo con Tiendanube?

- **Delfi: IA a la Moda**: es una Fashion Tech que te permite crear tu propia Asesora de Moda con inteligencia artificial generativa y automatizar reportes con sobre intereses y necesidades de los clientes.
- **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.





Chatbots



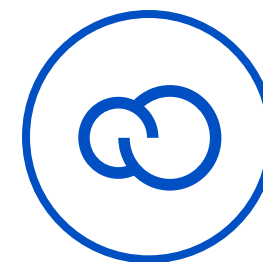
Los chatbots **funcionan con inteligencia artificial y ofrecen una disponibilidad 24/7**. Este soporte instantáneo guía a los prospectos en el proceso de compra, reduce el tiempo de espera, agiliza consultas y acelera la decisión de compra.

Otra de las grandes fortalezas de la inteligencia artificial aplicada en chatbots es que permite **personalizar la experiencia de compra para aumentar la tasa de conversión**. Por ejemplo, través de recomendaciones basadas en el comportamiento del prospecto en tiempo real.



¿Cómo hacerlo con Tiendanube?

- **Snappy Chat**: CRM conversacional y chatbot omnicanal para tener una bandeja unificada, sistema multiagente, personal shopper, integrar comunicaciones, recuperar carritos abandonados y campañas masivas por WhatsApp.
- **Chat Center**: para recuperar carritos abandonados vía WhatsApp de forma automatizada, enviar mensajes masivos a tu base de clientes, crear listas de suscriptores, integrar tu catálogo de productos y responder preguntas.



Realidad aumentada



La realidad aumentada permite **visualizar el entorno a través de la cámara de un dispositivo y agregar elementos digitales**. En otras palabras, habilita a combinar elementos del mundo real y virtual.

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 ver alternativas e interactuar con ellas**. La experiencia pasa a ser más realista y motiva la decisión de compra.

Utilizando su cámara, los clientes pueden **enfocar una habitación y ubicar un mueble digital para ver cómo quedaría**. O bien, aprovechar la cámara de *selfie* para acceder a un probador virtual y ver cómo sienta una prenda.

¿Cuál es el top 3 de tendencias
ineludibles en las ventas online
de este año?

“

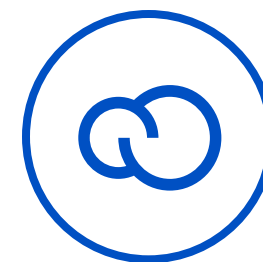
La humanización de las marcas para conectar mejor, la profundización en conocer a fondo a sus clientes (sus miedos, deseos, problemas, etc.) y la sofisticación a la hora de salir a vender con anuncios (ya no alcanza con mostrar fotos lindas, hay que conectar emocionalmente con las personas).

@matiasecommerce
especialista en
Ecommerce y Marketing



¿Cómo hacerlo con Tiendanube?

- **Shop the look**: herramienta de cross-selling para moda y deco. Promueve la compra de varios artículos en un clic. Aumenta el ticket promedio y la conversión al reducir la fricción de búsqueda.
- **TINT**: los clientes pueden probar en tiempo real maquillaje y cosméticos sobre su rostro y recibir recomendaciones basadas en análisis con IA (sugerencias personalizadas, apoyo en la selección de regalos o transferencia de maquillaje).
- **AppAR**: permite probar el producto con realidad aumentada, lo que mejora la experiencia online y reduce cambios y devoluciones.
- **Clostech**: brinda pruebas virtuales de ropa y análisis avanzado de carritos abandonados para recuperar ventas.



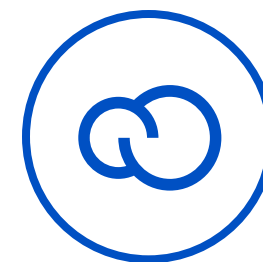
Live shopping



El live shopping (es decir, las compras en vivo) consiste en la **venta directa a través de redes sociales como Instagram o TikTok.**

Euromonitor International publicó un [estudio](#) en donde revela la saturación de información y notificaciones que reciben los consumidores, inundados de opciones, y el deseo de estar menos tiempo buscando lo que necesitan:

42% de los consumidores compraron a través de livestreaming porque las características del producto o servicio eran más fáciles de entender a través de este canal. — **Euromonitor International**



Es una excelente estrategia para humanizar las marcas y acercarlas a su comunidad: la audiencia interactúa con los portavoces en tiempo real y accede a descuentos flash y exclusivos a través de enlaces especiales del evento.

¿Cómo hacerlo con Tiendanube?

- Onlive.site: permite hacer Live shopping (sesiones de venta en tiempo real “uno-a-muchos”), Personal shopper (conferencias entre comprador y vendedor) y Shoppable videos (videos comprables e interactivos).
- Streambuy: plataforma autoadministrable para crear eventos y realizar transmisiones en vivo directamente desde tu tienda.
- GoJiraf: se integra al catálogo y checkout de la tienda para ofrecer live shopping mediante videollamadas (de 1 a 15 personas) y ventas masivas en eventos virtuales sin límite de participantes.

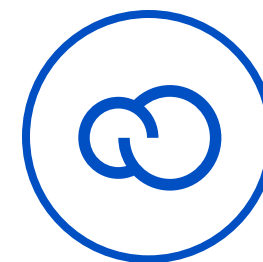
¿Qué tecnologías emergentes están transformando la experiencia de compra online?

“

Tecnologías como la inteligencia artificial, los chatbots, las campañas personalizadas y el live shopping —que combina comercio con entretenimiento— permiten a las marcas acercarse de manera más directa y humana, estrechando el vínculo con el consumidor. Lo mejor de todo es que ahora, más marcas pueden integrar estas herramientas en sus estrategias de forma accesible y efectiva. Bien utilizadas, estas tecnologías humanizan la experiencia de compra, haciendo que las marcas se perciban como personas conectando con personas.

I-S

Carola Nogués Mateu
Socia de Inside Studios



Video commerce



El video commerce consiste en utilizar contenido audiovisual para **promocionar productos o servicios, atraer clientes y brindar una mejor experiencia** que guíe a la conversión.

El video es el formato por excelencia en la mayoría de las redes sociales, es capaz de captar la atención como ningún otro, acercar marcas a clientes y contar historias que realmente los conecten.

Desde contenidos informativos sobre los productos o muestras de todos los ángulos del artículo, hasta videos revelando cómo usar o combinar productos..., **¡no hay límites para la creatividad en la estrategia de creación de contenido audiovisual!**



¿Cómo hacerlo con Tiendanube?

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

- Replay se integra con Instagram y TikTok para ampliar el alcance y fomentar el *engagement*.
- Easy Video Commerce integración 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 (o sea, 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, contribuye a la segmentación por recomendaciones personalizadas, brinda accesibilidad para personas con discapacidades visuales o motrices y habilita el soporte técnico por voz.

¡Esperamos que estas tendencias del e-commerce te hayan resultado inspiradoras!

Recordá que lo más importante es que elijas una o varias de estas ideas pero analizarla a fondo para entender si tiene sentido implementarla en tu marca particular. Así, vas a poder diseñar una estrategia sólida y con indicadores que te permitan medir resultados y evaluar mejoras.

Antes de finalizar, te acercamos las palabras de Santiago Sosa, Fundador y CEO de Tiendanube, sobre el futuro del e-commerce.



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 van de la mano. En un escenario 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 a perfeccionar lo fundamental: una oferta de productos de excelencia, 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 reinención 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



¡Hasta aquí el **NubeCommerce 2025!**
Nuestro mayor deseo es que este material te sirva para aprender sobre la industria, el mercado que nos rodea y diseñar cada vez mejores estrategias para potenciar tu negocio.

El e-commerce en nuestra región no para de crecer y nuestra tecnología está en constante expansión y mejora para ofrecerte cada día más.

Tenemos nuevas soluciones y decenas de proyectos en progreso para seguir fortaleciendo nuestro ecosistema y potenciar tu negocio digital.





El ecosistema de Tiendanube

Antes de finalizar, te acercamos un pantallazo del robusto ecosistema que compone a Tiendanube y las soluciones que ofrece para a los negocios: desde micro-emprendimientos hasta grandes empresas.

Personalización

- **Diseños 100% personalizables:** a partir de las más de 65 variantes de plantillas o con diseños a medida, para reflejar la personalidad de tu marca en una tienda atractiva y funcional.
- **Configuración de catálogo:** cargá tus productos físicos y digitales con sus variantes, SKU, peso y stock disponible, integrado con diversos canales como tienda física o marketplace.
- **Acceso al código fuente:** con tus desarrolladores y nuestro equipo técnico, accedé a crear la arquitectura de e-commerce que tu negocio necesita, 100% a tu medida.



→ **Pago Nube**

Es la **solución de pagos de Tiendanube**: no tiene tarifas por adhesión ni costos fijos mensuales, centraliza tu operación y podés ofrecer cuotas con o sin interés y el plan Cuota Simple.

→ **Envío Nube**

Es la **solución de envíos de Tiendanube**: envíos desde y hacia todo el país con la operación de Correo Argentino, operación centralizada, tarifas competitivas y soporte humano.

→ **Aplicaciones**

En nuestra Tienda de aplicaciones encontrás soluciones para promocionar tu tienda, aumentar las ventas y optimizar la gestión de tu negocio.



Estrategias de marketing

- **Cupones y Promociones:** descuentos por cantidad de productos, creá cupones de descuento por monto fijo, porcentaje o envío gratis.
- **Campañas de remarketing:** con el píxel de Facebook y la API de conversiones podés crear campañas de remarketing.
- **Marketing Nube:** personalizá e-mails y automatizá sus envíos en función de determinadas acciones en tu tienda.



Canales de venta

- Integrá tu tienda online con WhatsApp, Google Shopping, tu tienda física, marketplaces ¡y más!

Estadísticas

- Tomá decisiones basadas en datos con tu panel de estadísticas: visitas, ventas, facturación y productos, todo en el mismo lugar.

Soporte y contenidos

- Atención personalizada; especialistas y profesionales en diseño, marketing, desarrollo y más; herramientas gratuitas; contenidos y recursos; tutoriales y soporte multicanal.

→ [Tiendanube, nos une la pasión por emprender](#)

Nube Commerce

2025

¡Gracias!

 **tiendanube**
evolución