

Exporta**Digital**_

APOYO AL ECOMMERCE
EXPORTADOR

2.

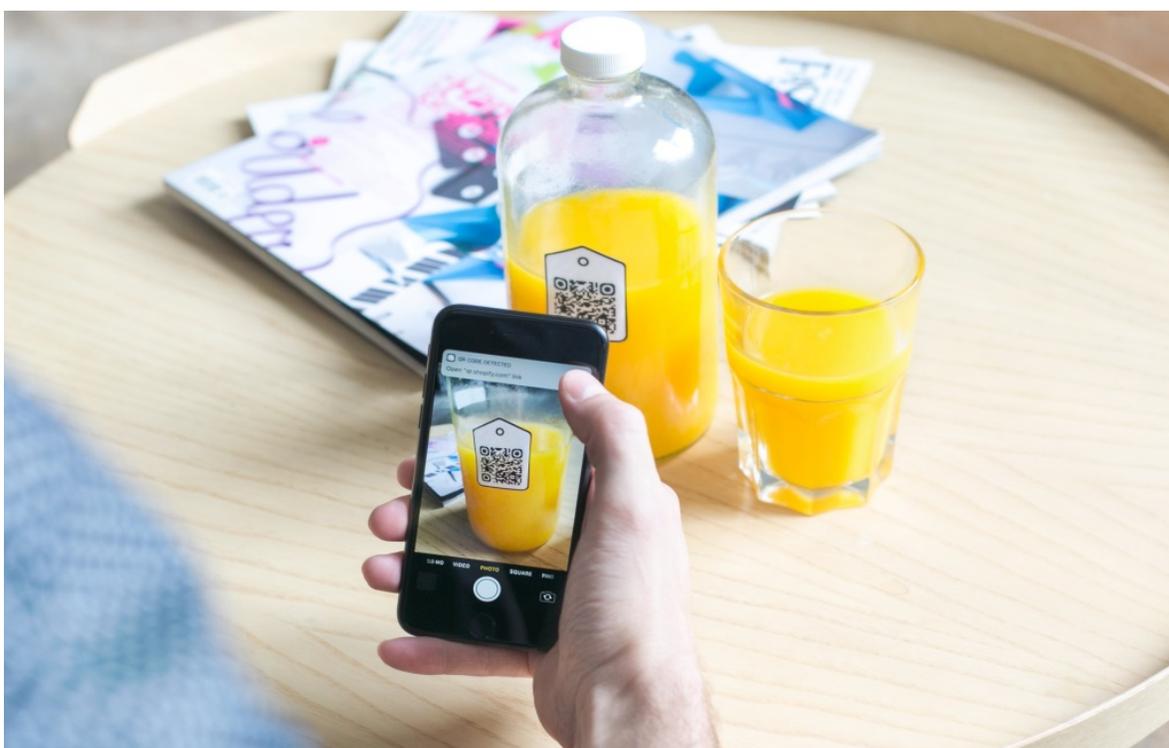
**¿CUÁL ES LA MEJOR PLATAFORMA
DE COMERCIO ELECTRÓNICO
PARA EMPRENDEDORES?**

Guía comparativa de las 20 principales
Plataformas de eCommerce

¿CUÁL ES LA MEJOR PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EMPRENDEDORES?

Guía comparativa de las 20 principales plataformas de eCommerce

Si ya tomaste la decisión de incorporar el canal de ventas digital en tu estrategia comercial, bueno, ese ya es un gran paso. Lo que viene después también involucra otras decisiones, como la de la implementación de ese canal de ventas y su integración en la estructura actual de la empresa. Esto implica un gran cambio cultural dentro de ella, que debe ir migrando desde el mundo análogo hacia uno digital, el que crece a una velocidad abismante.



Dar el paso hacia el comercio digital necesariamente implicará el uso de alguna plataforma de eCommerce. Elegir una plataforma de eCommerce es una de las decisiones más importantes que deberás tomar en tu viaje como empresario digital.

Cuando compares el software de eCommerce puede ser realmente difícil determinar cómo las diferencias aparentemente menores en características y funcionalidades pueden impactar el resultado final de tu negocio, pero pueden.

En este estudio, realizado a principios de 2018 por la empresa [SelfStartr](#), se comparan funcionalidades, tiempos de carga, velocidad y rendimiento SEO de las principales plataformas de comercio electrónico. En él podrás apreciar qué plataforma satisface más tus necesidades y cuáles funcionan mejor.

Para ello, debes tener en cuenta el modelo de negocio, la escalabilidad de la plataforma y su rendimiento.

Se analizan las declaraciones que hacen sobre sí mismos los 20 constructores de sitios web de comercio electrónico más conocidos. Todos dicen que son más rápidos, más fiables, mejor adaptados para la optimización de motores de búsqueda, si son responsivos para móviles... ¿Pero cuál es la realidad? Se ofrece en esta guía una exhaustiva comparación de las plataformas de comercio electrónico disponibles en la web, utilizando datos reales del sitio, no lo que manifiestan las propias plataformas.

Rendimiento de las plataformas de comercio electrónico

Cómo se probaron las 20 mejores plataformas

Para poder comparar las plataformas, este estudio se centra en las funciones básicas y listas para usar que entrega una solución de comercio electrónico de pago como [Shopify](#), o una gratuita, como [Prestashop](#) o [WooCommerce](#).

Se examinó una amplia gama de criterios y se midió el rendimiento de cada plataforma, en una escala de 0 a 100, tal como sigue:

- No recomendable (0 – 59 puntos)
- Puede ser que funcione (60-75 puntos)
- Esta es increíble (75 puntos y más)

Se entrega a continuación una explicación sobre lo que significan los puntajes:

- Las puntuaciones generales son un promedio de rendimiento, características, escalabilidad y facilidad de uso;
- Las puntuaciones de rendimiento se basan en tiempo de carga de la página y del banner, velocidad de Google, experiencia de usuario, características SEO y rankings;
- Las características se basan en “debe tener” y sería “agradable que tuviera” características de marketing;

- La escalabilidad analiza la capacidad de vender a través de múltiples canales (por ejemplo, integración con Amazon) a medida que su negocio en línea crece.

Los signos de dólar se asignaron a rangos de precios promedio para todos los planes.

\$ = <\$10

\$\$ = \$11 - \$65

\$\$\$ = \$66 – \$110

\$\$\$\$ = \$111+

Resultado de la evaluación para las 20 plataformas de comercio electrónico y carritos de compra más populares

PLATAFORMA	TOTAL	PRECIO	RENDIMIENTO	FUNCIONES	ESCALABILIDAD	FACILIDAD DE USO
WP eCommerce	45	\$	49	61	25	47
Cart 66	45	\$	53	64	25	40
X Cart	58	\$\$\$\$	54	80	58	23
Jigoshop	52	\$	55	60	56	53
Open Cart	53	\$	55	58	44	28
ePages / 1&1	48	\$\$\$	56	41	25	38
WooCommerce	63	\$	58	75	56	63
Prestashop	67	\$	59	80	67	62
Magento	57	\$\$\$\$	61	82	69	27
Pinnacle	67	\$\$\$	65	63	70	70
Ultracart	80	\$\$\$	65	88	92	77
Core Commerce	79	\$\$\$\$	67	74	86	90
Lemonstand	63	\$\$\$\$	67	67	53	62
3D Cart	83	\$\$	70	90	83	88
Volusion	82	\$\$	70	85	83	88
SparkPay	80	\$\$\$\$	72	85	78	83
Big Cartel	45	\$\$	73	32	50	25
Squarespace	60	\$\$	75	66	8	75
Shopify	84	\$\$\$	80	77	83	97
BigCommerce	90	\$\$\$	84	86	95	93
Yahoo! / AABACO	60	\$\$\$\$	86	61	25	90

Se puso mayor énfasis en las características que son más importantes para las nuevas empresas. Este artículo profundiza en cada uno de los criterios utilizados.

Empecemos con la mayor razón por la que la gente abandona los sitios de comercio electrónico: ***el tiempo de carga de la página web.***

En el comercio electrónico la velocidad es dinero. Cada segundo que su sitio toma para cargar, ¡te está costando dinero, y mucho!

Según un estudio realizado por [Akamai](#), la mayoría de los consumidores desean que los sitios Web se carguen en menos de 3 segundos. El tiempo medio de carga para los 500 mejores sitios de comercio electrónico es de 10 segundos.

Rendimiento de la velocidad del comercio electrónico



Según datos de [SelfStartr](#), el tiempo de carga promedio para los sitios de comercio electrónico es de 3.39 segundos, pero la plataforma que usted elija puede hacer una gran diferencia. Por ejemplo, los sitios [WP Ecommerce](#) tienden a cargar en 5.61 segundos, mientras que los sitios [3D Cart](#) tienden a cargar en menos de 2 segundos.

Y hay más: una mejora de 1 segundo en el tiempo de carga equivale a un aumento del 7% en las conversiones. ¿No te parece atractivo?

Si estás usando una plataforma auto-alojada (self-hosting), puedes optimizarla para aumentar la velocidad, pero eso requiere tiempo y esfuerzo. La mayoría de los sitios auto-alojados no se molestan: el sitio promedio de [Magento](#) se carga en 5 segundos. Olvida hacer cualquier cobro con/pago con tarjeta de crédito con un sitio así de lento.

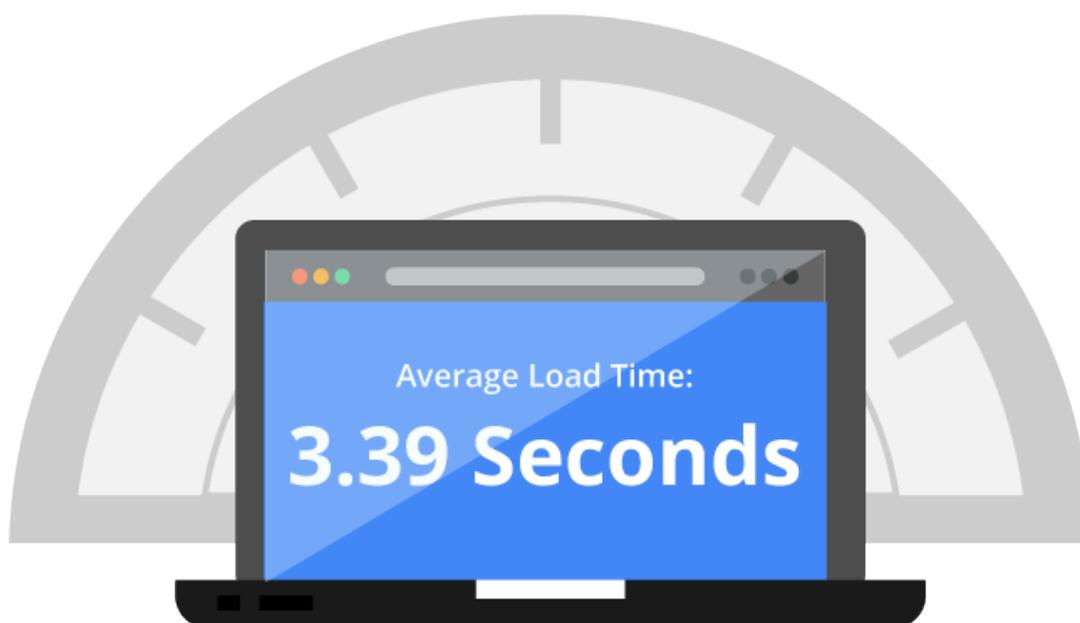
El precio podría ser el problema. La optimización para la velocidad no es barata, e irónicamente, puede tomar mucho tiempo, pero no subestimes el valor de esta métrica.

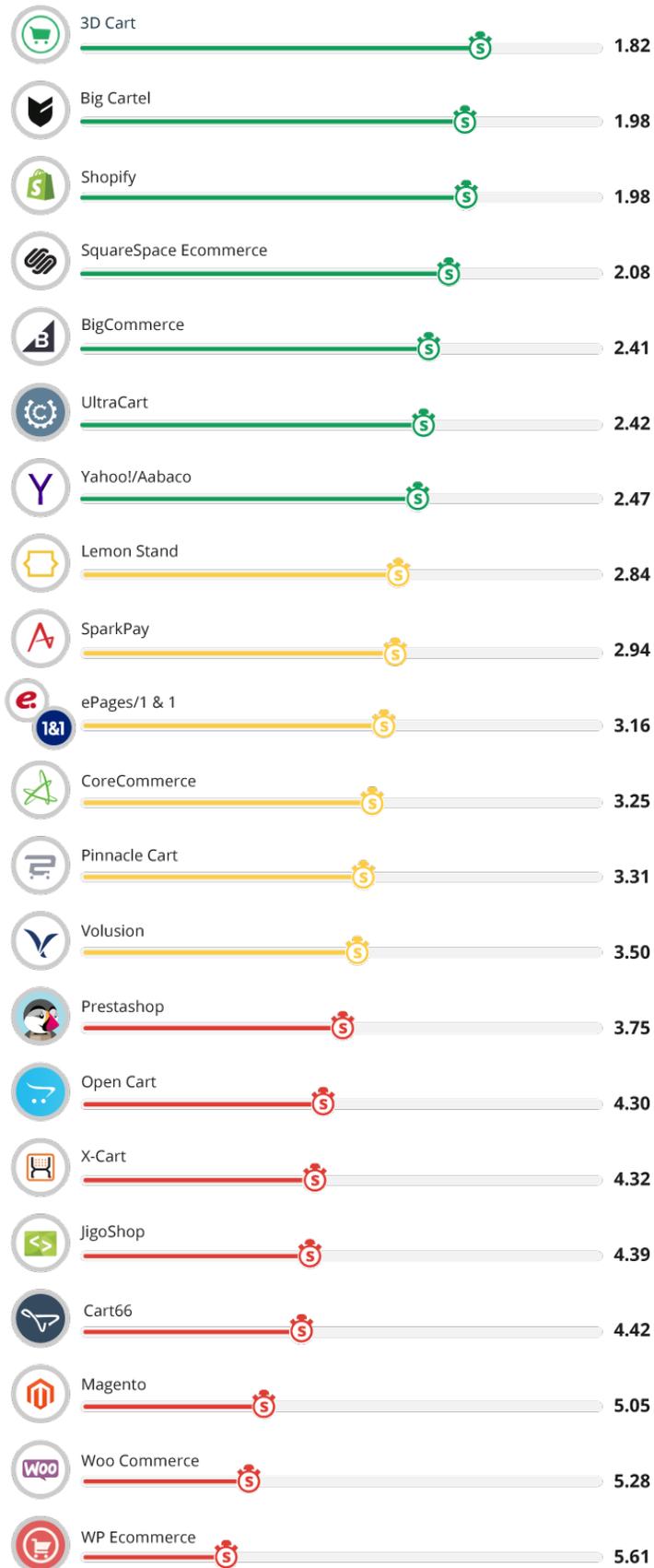
Velocidad de carga de la plataforma

Tiempo medio de carga de la plataforma de comercio electrónico

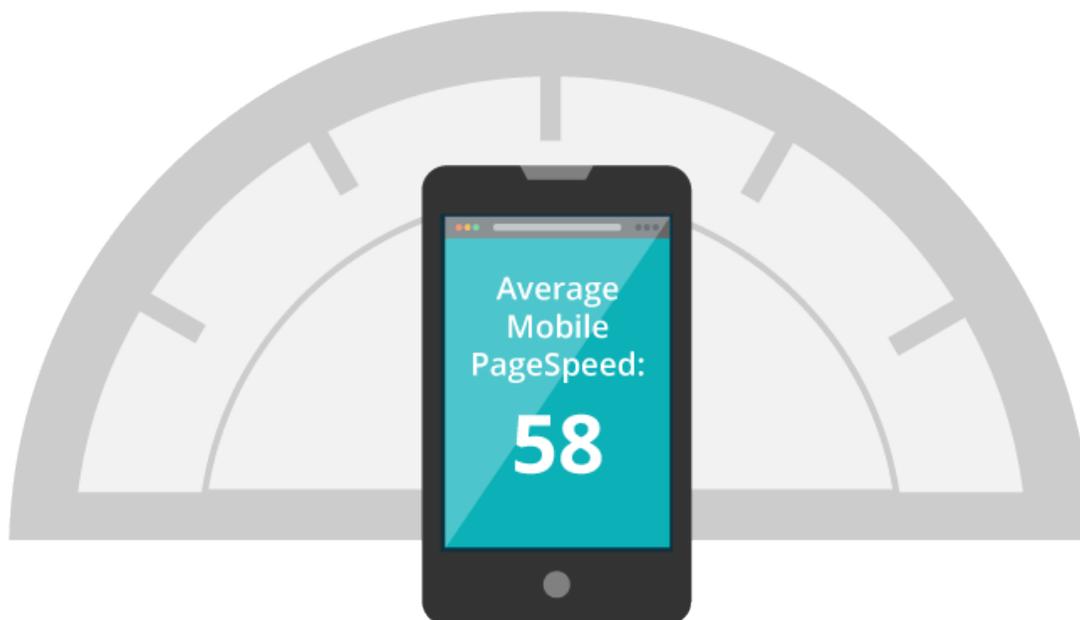
El tiempo de carga es un indicador bastante sencillo de lo rápido que es tu sitio. En pocas palabras, es la medida del tiempo que tarda una página (o páginas) en cargarse completamente en tu sitio. Un sitio lento es un asesino en el comercio electrónico. Los clientes potenciales huyen de sitios lentos, y cómo hemos mencionado antes, cada segundo que ganas en la velocidad de carga del sitio se traduce directamente en conversión de ventas.

El tiempo de carga fue la métrica más pesada para nuestro puntaje general de rendimiento.



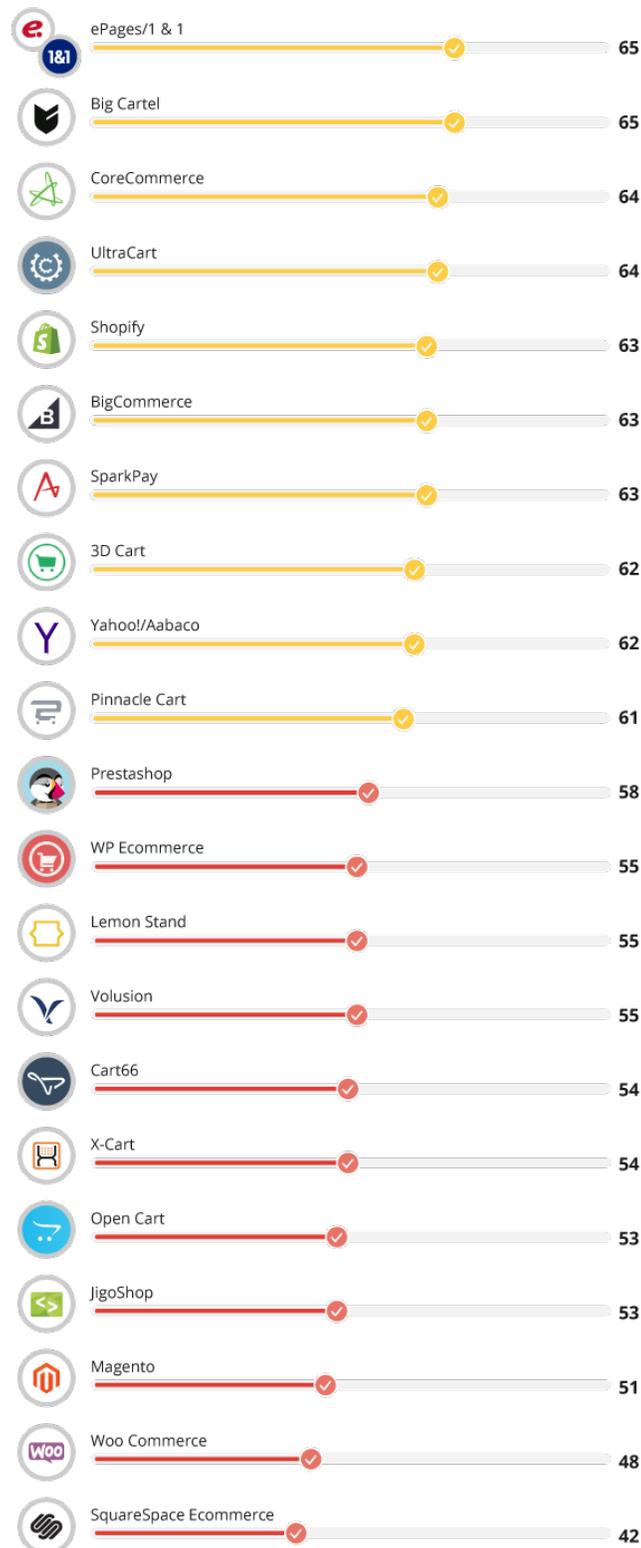


PUNTUACIÓN PROMEDIO DE GOOGLE MOBILE PAGESPEED

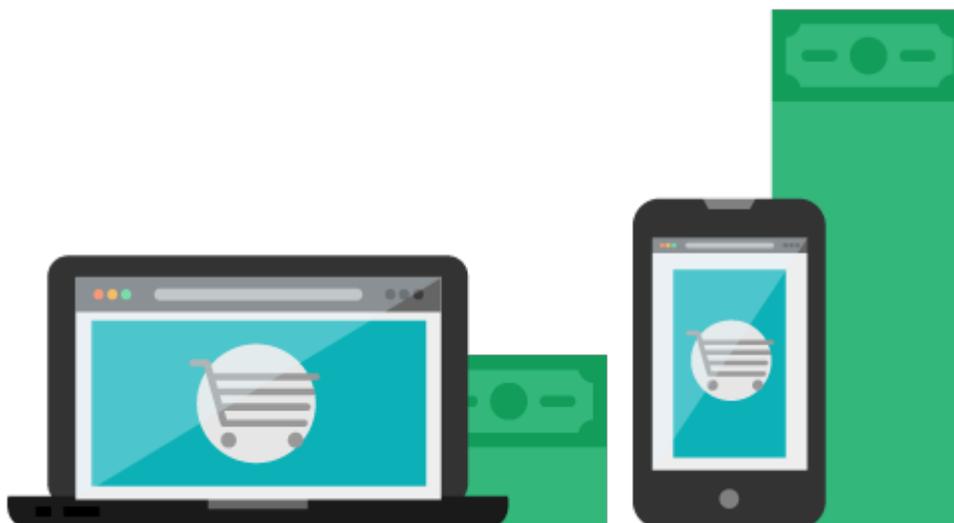


El [*PageSpeed Score*](#) de Google se basa en varios factores que evalúan la velocidad y usabilidad de los sitios. En la tabla que sigue a continuación, notarás que las puntuaciones de velocidad móvil son bajas. La puntuación media es de 58/100.

Los profesionales del marketing y los desarrolladores están verificando realmente la reducción de la velocidad en los dispositivos móviles. Los usuarios de estos esperan que las páginas se carguen más rápido en sus móviles que en sus computadores de escritorio. Empresas como Google se centran en proyectos como [*AMP*](#) para hacer que las páginas móviles se carguen más rápido.



Rendimiento dispositivos móviles de comercio electrónico



¿Qué tiene el móvil? Más que una moda pasajera, la tecnología móvil es un sueño de los minoristas de comercio electrónico. Los sitios móviles son imprescindibles para todos los vendedores en línea, y con buena razón, porque:

- Un 66% del tiempo dedicado al comercio electrónico en línea se realiza a través de dispositivos móviles.
- El 82% de los usuarios de teléfonos inteligentes recurre a sus dispositivos para ayudarles a tomar una decisión sobre un producto.

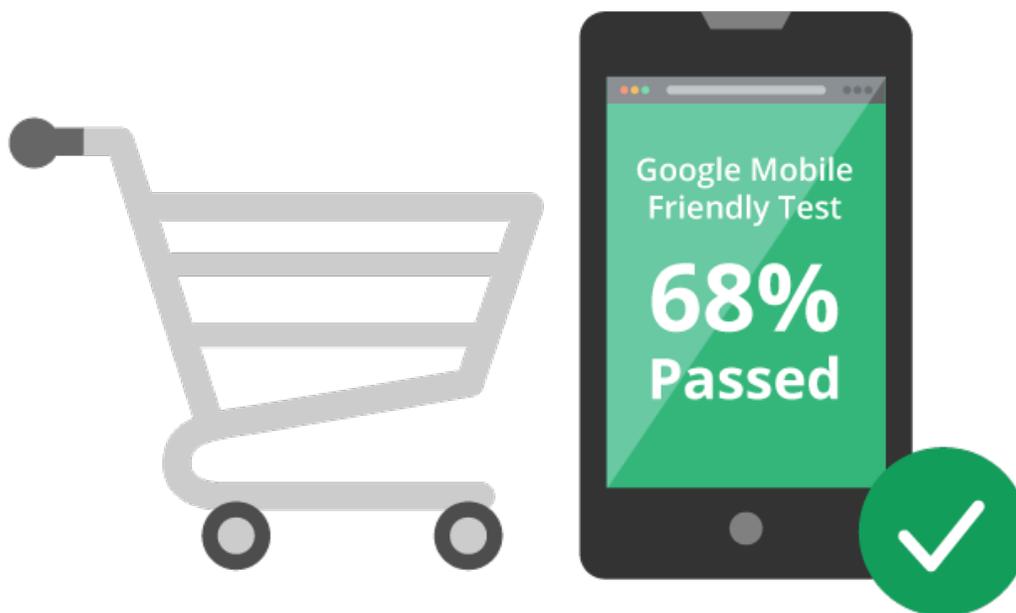
Los clientes quieren diseños de sitios web de comercio electrónico que sean amigables para móviles, y el mercado está mostrando que el comercio móvil está creciendo un 300% más rápido que el comercio electrónico tradicional, lo que significa que tu sitio también tiene que tener un diseño adaptable para telefonía móvil (denominado “responsivo”).

Para obtener el máximo de diseño de sitio móvil, necesitas asegurarte que tu plataforma en línea sea fácilmente actualizable. Revisa los sitios web en vivo para ver lo que funciona y lo que no funciona.

Prueba tu sitio repetidamente y en múltiples dispositivos, y no te olvides de mantener tu sitio móvil centrado en las imágenes y con un tipo de letra lo suficientemente grande para que todos puedan usarlo, sin mencionar una navegación fácil e intuitiva.

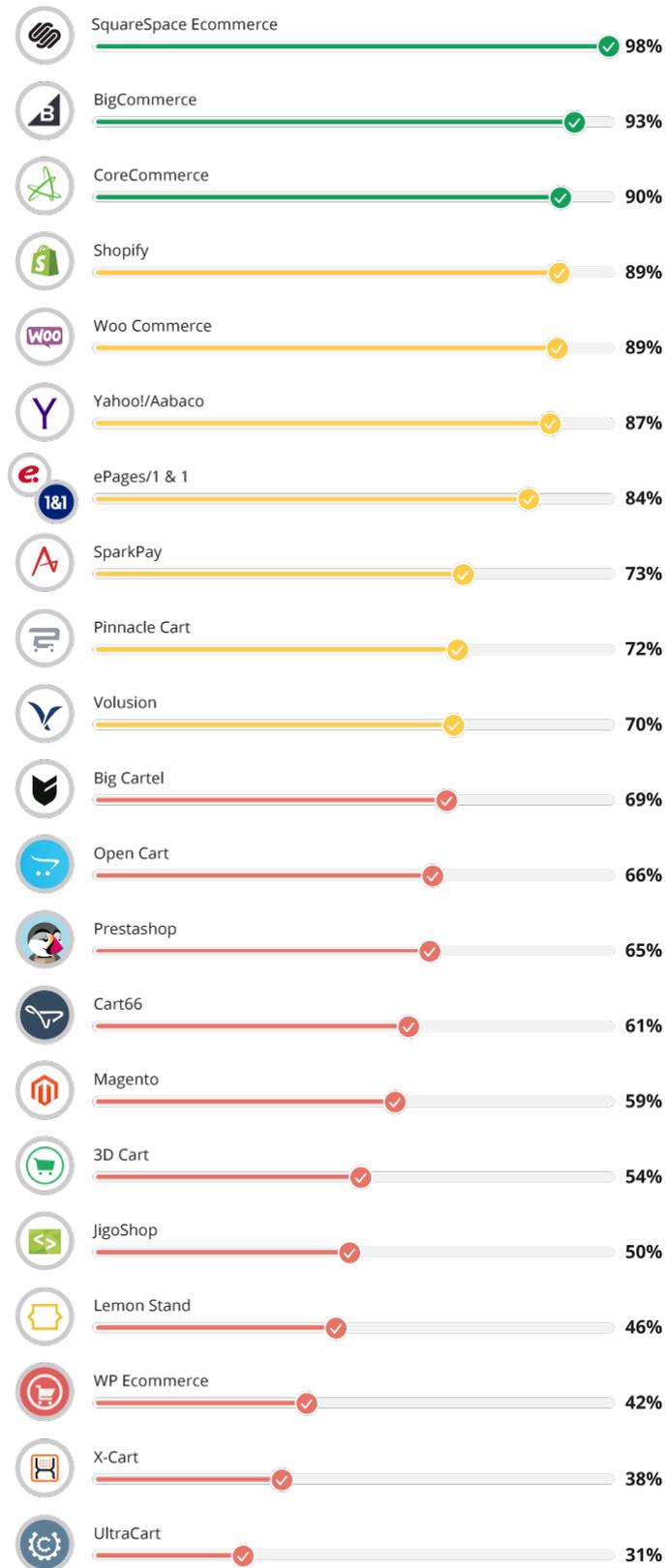
Antes que nada, adopta un verdadero enfoque móvil con tu diseño y observa la experiencia de usuario del factor rendimiento de carga.

Test de Google Mobile Amigable

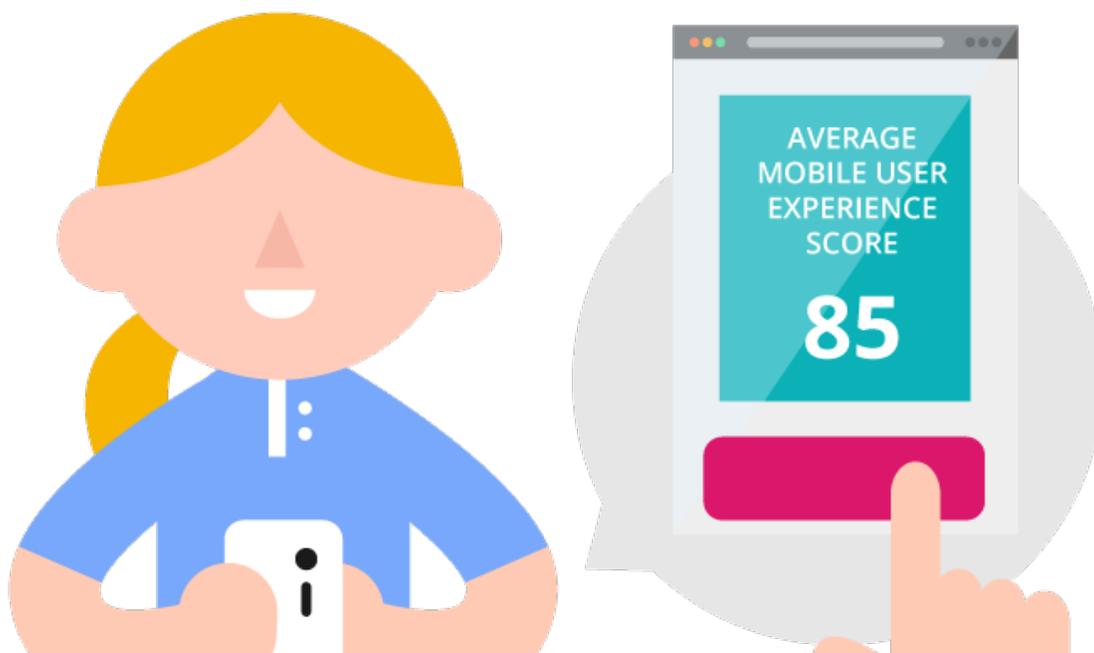


La respuesta móvil se recomienda sobre sitios móviles dedicados. Google utiliza un bot, llamado **Googlebot**, para ver si la página es móvil.

El test a continuación muestra el porcentaje de sitios en cada plataforma que superó la prueba [Mobile Friendly Test \(MFT\)](#) de Google.



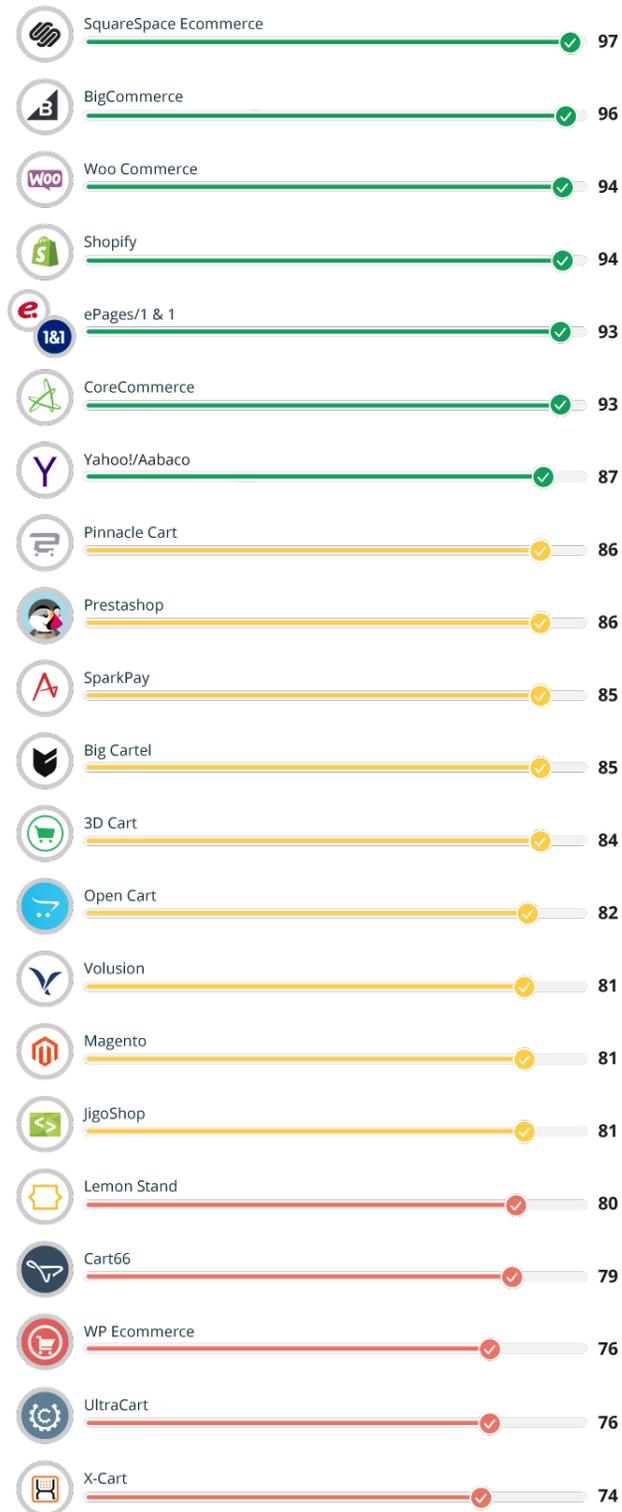
Puntaje test experiencia de usuario móvil de google



La puntuación de Google para la experiencia del usuario móvil ofrece una excelente idea de hasta qué punto su sitio web frustrará a los usuarios móviles... o no. A diferencia del MFT de Google, que se basa en Googlebot, esta puntuación intenta imitar la forma en que un usuario real interactúa con la página.

Según un artículo publicado en [Moz](#), existen cinco factores clave a tener en cuenta para la experiencia del usuario móvil:

- Configuración de Viewport
- Legibilidad de fuentes
- Uso de plugins incompatibles
- Contenido a visualizar
- Tamaño y proximidad de los enlaces



Rendimiento seo de la plataforma



Las mejores prácticas de **SEO** te catapultarán a la cima de los codiciados resultados de búsqueda de **Google**, y ganar amigos en **Yahoo!** y **Bing**, también.

Generará más tráfico orgánico, lo que le ahorrará dinero en clientes potenciales. **SEO** es una parte crucial del diseño y rendimiento del sitio, y hay un montón de criterios de clasificación a tener en cuenta para su empresa de comercio electrónico.

Facilitar la navegación de los seres humanos y los robots es un buen primer paso, y eso requiere el uso de las estructuras **URL** adecuadas. La promoción del sitio y una retroalimentación honesta son también medidas inteligentes. Eso es un buen **SEO**.

Las **URLs** son muy importantes. No pases por alto una buena estructura de **URL**.

No es algo que se puede compensar a través de grandes contenidos y vínculos de retroalimentación. Aunque odiamos señalar con el dedo y dar malos ejemplos, te lo suplicamos. Nunca dejes que tus **URLs** se vean como la de esta tienda de té:

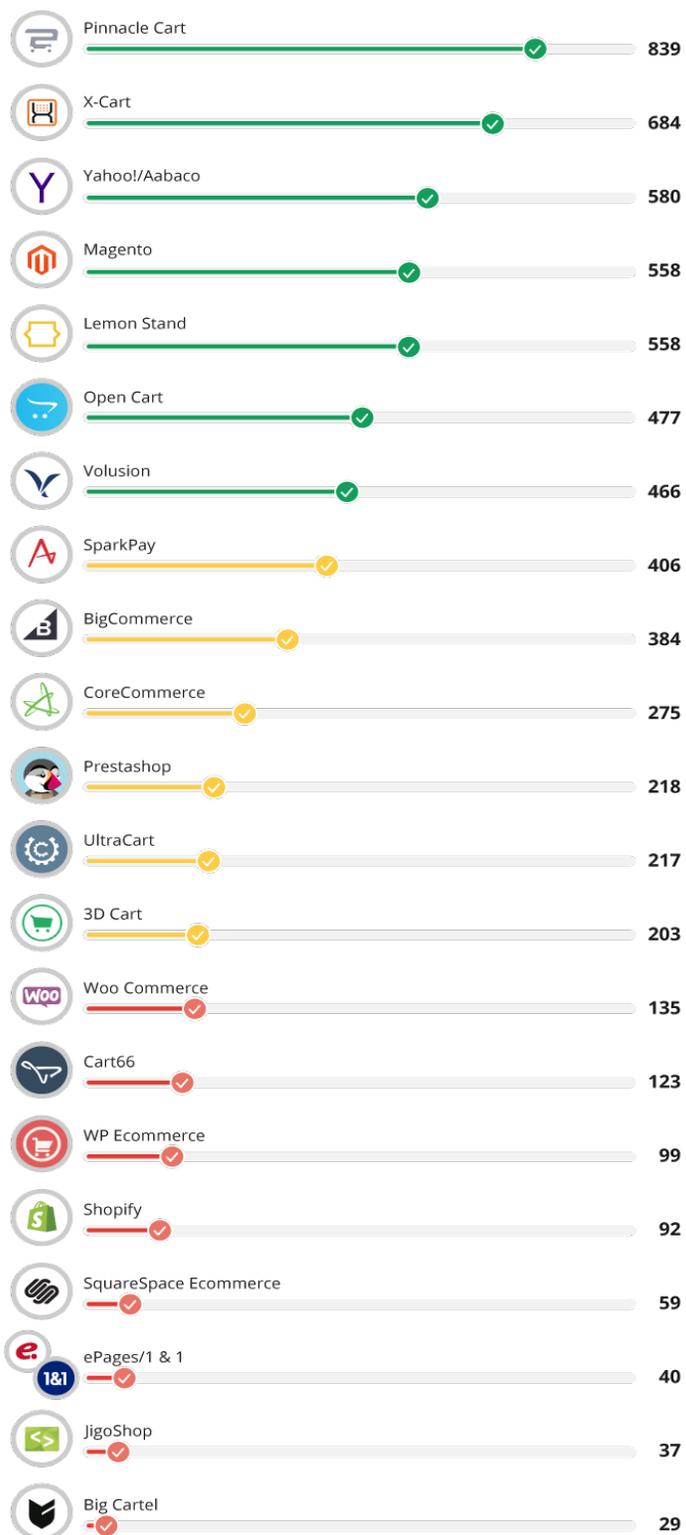
[*http://purplesagetea.com/epages/472f26ef-dbcc-482e-8f37-4e8a0b5ede3c.sf/en_US/?ObjectPath=/Shops/472f26ef-dbcc-482e-8f37-4e8a0b5ede3c/Categories/Category3\(via1&1/ePages\)*](http://purplesagetea.com/epages/472f26ef-dbcc-482e-8f37-4e8a0b5ede3c.sf/en_US/?ObjectPath=/Shops/472f26ef-dbcc-482e-8f37-4e8a0b5ede3c/Categories/Category3(via1&1/ePages))

Ofrecen una gran selección de té, pero entre el tiempo de carga lenta y la **URL** enredada, apostamos a que esa tienda, por lejos, no está generando lo que debería. Les falta un buen **SEO** técnico. Así es que si estás buscando la mejor plataforma de comercio electrónico para **SEO**, verifica los datos que se presentan a continuación:

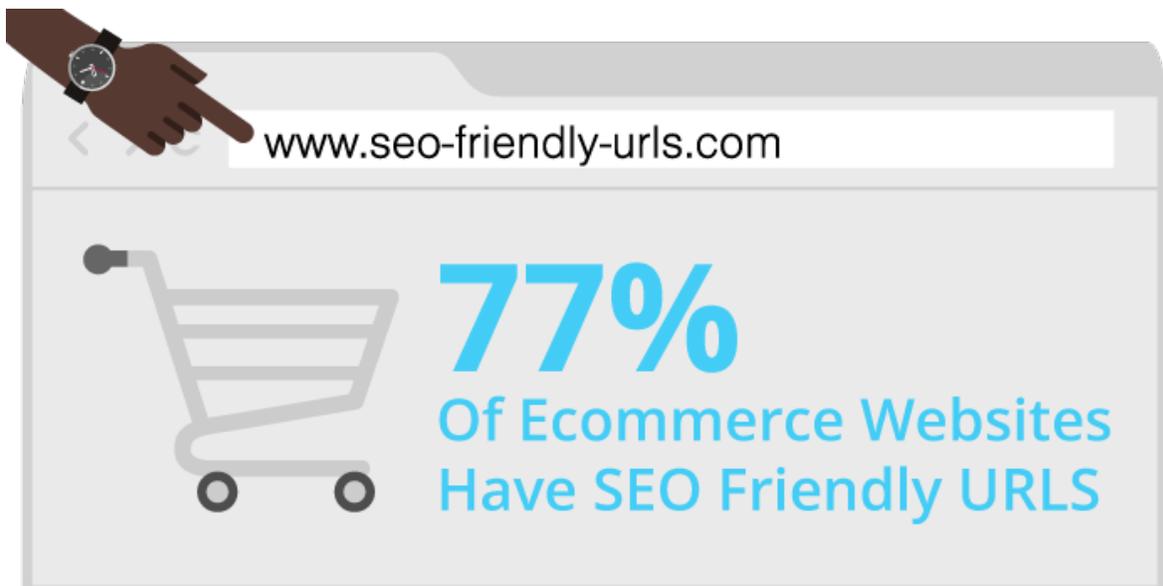
Nº PROMEDIO DE PALABRAS CLAVE CLASIFICADOS EN EL TOP 20



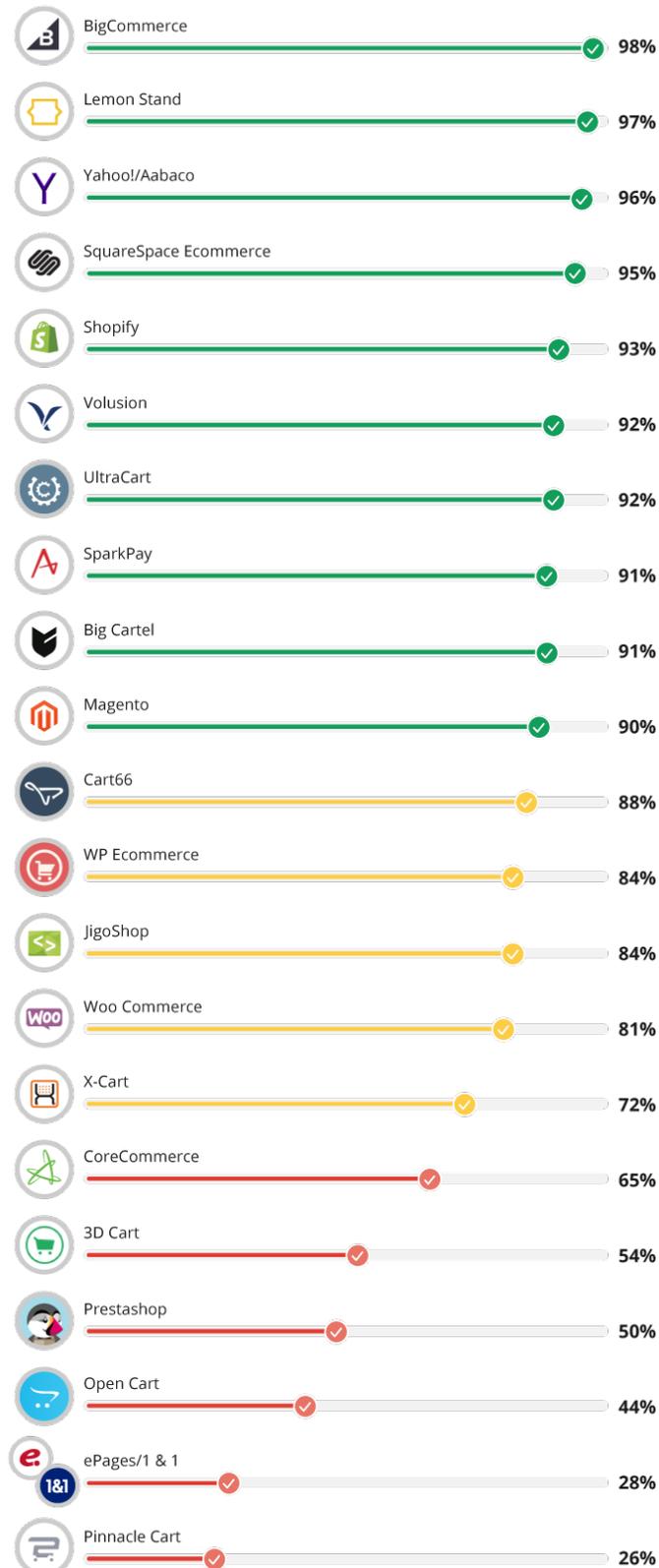
Esto se explica por sí solo. Un factor que debes analizar es el número de **PALABRAS CLAVE** de búsqueda de tu sitio, y que este se ubique en el top 20 de los mejores. Cuanto más cerca estés de la primera página en los resultados de búsqueda, mayores serán las posibilidades de atraer tráfico orgánico de búsqueda. Mientras más palabras clave tenga su rango, más tráfico obtendrá. Utilizando datos de [Ahrefs](#), hemos analizado el número medio de PALABRAS CLAVE clasificados en las dos primeras páginas de Google.



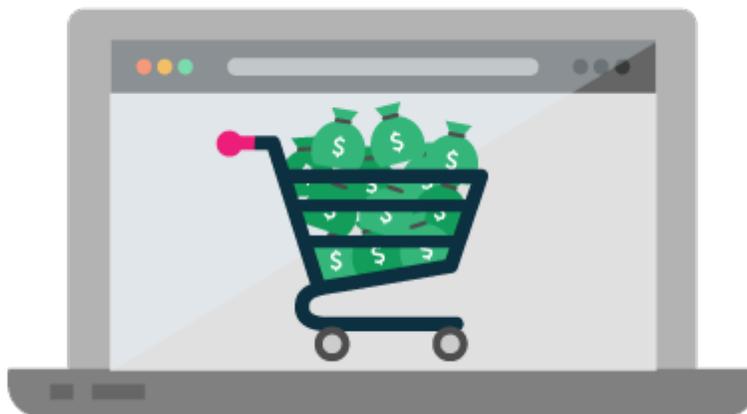
Url's amigables para seo



A los motores de búsqueda les gusta mantener las cosas simples y fáciles para el usuario final. Las URL grandes y voluminosas NUNCA son fáciles de usar. Tampoco son buenas para tu negocio. Las URLs cortas y relevantes son un factor de clasificación importante. En simple, bueno para la usabilidad.



Características de la plataforma de comercio electrónico



Si tienes pocas unidades de productos personalizados, como joyas grabadas o incluso calcomanías de pared, necesitarás campos de productos personalizados para la individualización. ¿Piensas gestionar un gran inventario de varios productos? En ese caso, es posible que necesite una función de **notificación por correo electrónico** o **integración dropship** para que los pedidos que salen del almacén se despachen tan rápido como ingresan a tu sistema de comercio electrónico.

Cada plataforma te permitirá lo siguiente:

- Abrir una tienda online en un período de tiempo relativamente rápido
- Aceptar formas básicas de pago en línea
- Aumentar la presencia en línea de tu sitio web

La tabla de puntuación utilizada fue la siguiente: cualquier cosa con una calificación de 75 puntos o más es buena; 50-74 puntos está bien y menos de 50, hay que evitar.

Características “esenciales” versus características “sería bueno tenerlas”:

Después de revisar todas las plataformas de eCommerce y contar todas las características necesarias para tener un sitio de comercio electrónico óptimo, te darás cuenta que el listado final contendrá 41 características esenciales. Después de asegurarte que tu plataforma puede manejar tu modelo de negocio (es decir, pedidos recurrentes o productos personalizados), necesitas asegurarte que tu plataforma cumple con las características que hemos identificado como “esenciales” y a las cuales hemos entregado mayor ponderación.

Después de años de trabajar con clientes de eCommerce, tenemos claro que estas son las características que debe tener un sitio de comercio electrónico:

- Alojamiento web rápido
- Herramientas de SEO (mapas de sitio, metadatos y URLs personalizables, edición masiva)
- Búsqueda confusa y exacta de productos
- Capacidad de enviar correos electrónicos a los clientes que abandonan el carro
- Blog
- Tienda responsiva para móvil
- Compatibilidad con cupones y descuentos
- Evaluaciones y revisiones integradas
- Múltiples fotos de producto con capacidad de zoom

Si eres un genio de la tecnología, no te preocuparás demasiado de algunas de las características que ponderamos mucho, pero ten en cuenta que si quieres pasar la mayor parte de tu tiempo trabajando en las áreas más rentables de tu negocio, debes considerar estas características, de lo contrario, estás perdiendo dinero.

Las características que hemos calificado como de relevancia media son las siguientes:

- Capacidad de gestionar suscripciones/pedidos de productos recurrentes
- Integración de envío directo
- Posibilidad de vender productos personalizables (como joyas grabadas)
- Cumplimiento vía integración con Amazon
- Envío y seguimiento en tiempo real
- Compatibilidad con programas de puntos de recompensa
- Tiendas de comercio electrónico con sello de confianza de Google Trusted

Añadir prestaciones toma tiempo y dinero. Añadir un montón de **plugins** pagados puede aumentar los costos, por lo que queríamos que nuestra escala de puntajes reflejara eso.

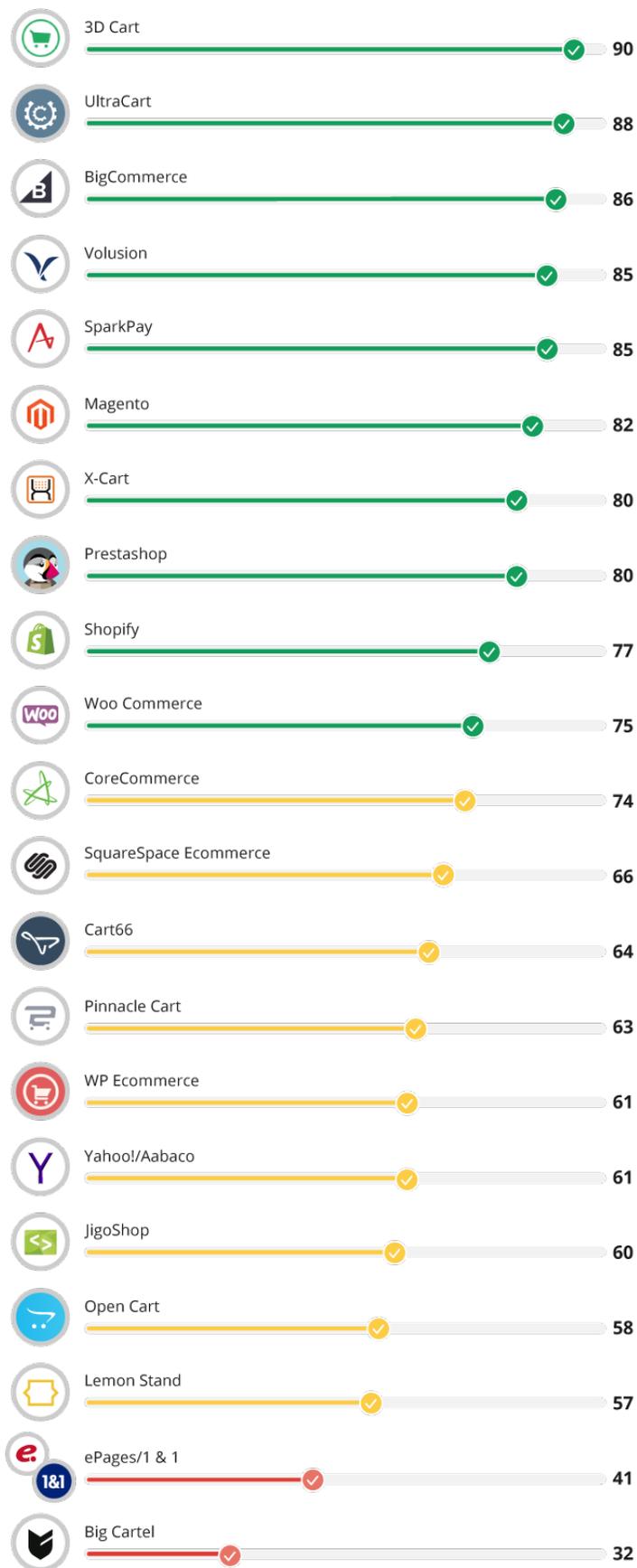
Cuando investigamos las características, utilizamos el siguiente sistema de puntuación:

Incluido en el servicio contratado = 100

Plugin/add-on gratuito necesario = 75

Plugin/add-on pagado necesario = 25

No disponible = 0



Puntaje de las características

Escalabilidad

Esta dimensión examina las características que ayudan a su sitio web a crecer. Una vez que sus ventas comiencen a aumentar, querrás escalar tus operaciones sin problema. Eso significa ser multicanal, vender en otras plataformas e incluso en otros países. Es posible que incluso necesites aplicaciones hechas a la medida de tu negocio.

Plataformas como [Squarespace](#) realmente tienen dificultades en esta área. **Squarespace** sólo tiene una opción de pago, **Stripe**, y ninguna integración de pasarela de pago con otros canales de venta como **Amazon**.

[BigCommerce](#) destacó por encima de las otras plataformas, con integración a otros *market places* y redes sociales, disponibles en su paquete básico.

Basamos nuestras puntuaciones de escalabilidad en los siguientes criterios:

- Número de pasarelas/opciones de pago
- Integración a Amazon, Ebay y Etsy
- Facebook, sincronización de intereses
- Alimentación de datos de productos de Google
- API abierta
- Personalización del diseño

Seguimos la misma asignación de puntos que utilizamos para las características principales:

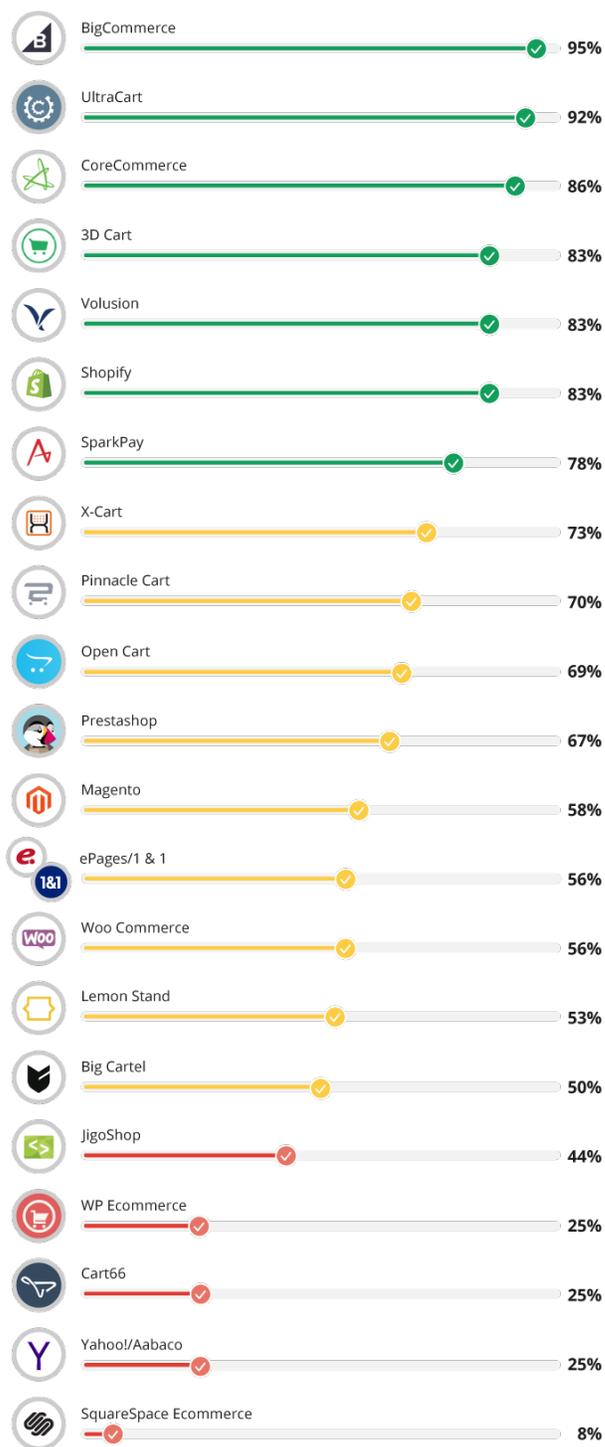
Incluido en el servicio contratado = 100

Plugin/add-on gratuito necesario = 75

Plugin/add-on pagado necesario = 25

No disponible = 0

Puntaje de escalabilidad



Facilidad de uso

Los emprendedores de eCommerce deberían poder lanzar y hacer funcionar una tienda por sus propios medios, sin tener que recurrir a un desarrollador web para cada requerimiento. Así es que le dimos una ponderación extra por la capacidad de configurar y ejecutar libremente su código.

Otras características que hacen su experiencia un poco más fácil son:

- Soporte telefónico
- Soporte 24/7
- Soporte de chat
- Apoyo adicional certificado de desarrollo/marketing
- Plantillas gratuitas

Plataformas 2018 recomendadas

Te explicamos los criterios utilizados en este estudio y mostramos algunos de los datos usados para llegar a algunas conclusiones bastante sólidas.

La decisión de elegir al mejor constructor de sitios eCommerce se basa realmente en cuáles son sus necesidades. Aun así, te sugerimos que al menos consideres a unos pocos de los que llevan la delantera en materia de eCommerce. [BigCommerce](#) fue la opción más fuerte para las nuevas empresas que buscan una plataforma con la que hacer crecer su negocio. [Prestashop](#) le da a los empresarios la mejor relación precio-calidad. [X-Cart](#) es una de las mejores plataformas de comercio electrónico gratuitas si usted tiene pocos recursos para esta tarea.

[Shopify](#) es otra gran opción de software de comercio electrónico. Su especialidad es hacer la venta en línea tan rápida y simple como sea posible y lo han logrado, pero su SEO tiene algunas deficiencias. Un desempeño de ranking débil, estructuras URL rígidas y un plugin de WordPress que usa iFrames resaltan las preocupaciones con su SEO. Además, no puedes personalizar la página de pago de Shopify.

Si eres un experto en WordPress, [WooCommerce](#) puede ser una gran opción para ti.

La mayoría de las plataformas de comercio electrónico hacen un buen trabajo. Sin embargo, hay un grupo de plataformas para las cuales advertimos que lo pienses dos veces antes de comprometerte, incluyendo [Magento](#), [Open Cart](#), [Jigoshop](#), [ePages \(1&1\)](#), [WP Ecommerce](#), [CoreCommerce](#) y [Big Cartel](#). Hay mejores opciones disponibles a precios similares. Sin embargo, muchas personas aman estas plataformas y las siguen utilizando.

Fuente: ProChile, [Selfstartr](#) / Enero 2018