Curso gratis de *Shopify*: crea tu tienda online

2 h 19 min · 22 módulos · publicado en marzo de 2021 · imparte: Adrián Sáenz
Vídeo completo y gratis: https://www.youtube.com/watch?v=ty1tGghxqjk · Página del curso: https://skilio.com/cursos-gratis/curso-shopify-gratis/

Este curso de Shopify gratis enseña a crear una tienda online con Shopify paso a paso, desde abrir la cuenta hasta dejarla lista para vender. Dura 2 h 19 min, es para principiantes que no saben programar y lo imparte Adrián Sáenz. Configuras productos, colecciones, pagos, envíos, impuestos, políticas legales, diseño y aplicaciones, y ves las estadísticas de una tienda real.

Qué aprenderás

- **Crear tu tienda desde cero.** Nombre, eslogan, cuenta y plan de Shopify, aprovechando los días de prueba gratis para montarlo todo sin pagar.
- **Subir y organizar tus productos.** Fichas con precio, variantes, peso, SKU y SEO, y colecciones manuales o automáticas para ordenar la tienda.
- **Configurar cobros, envíos e impuestos.** Pasarelas de pago, cobro automático, zonas y tarifas de envío por país y regiones fiscales.
- **Diseñar la tienda sin programar.** El editor de temas por secciones: cabecera, banner, producto destacado, colecciones, opiniones y pie de página.
- **Vender más con descuentos y correos.** Códigos de descuento, descuentos automáticos, tarjetas de regalo y correos de carrito abandonado.
- **Cumplir con las políticas legales.** Privacidad, reembolsos, envíos y términos del servicio con los generadores gratuitos de Shopify.
- **Leer las estadísticas de ventas.** Ventas, tasa de conversión, origen de las visitas y clientes, con los datos de una tienda real como ejemplo.

Temario, con el minuto de cada módulo

00:00 1. Introducción: qué es Shopify y para qué sirve

Shopify es un programa en internet que te permite crear tu propia tienda online sin ser programador. Frente a WordPress con WooCommerce o Magento, la tienda se construye arrastrando y soltando bloques. Puedes usarlo para vender productos que tienes en stock, llevar a internet una tienda física, vender servicios como sesiones de psicología, productos personalizados bajo demanda (print on demand), cursos e infoproductos, o simplemente tener presencia digital. También menciona el dropshipping, vender sin tener stock, como una opción más; para ese modelo está el curso gratis de Shopify dropshipping.

03:15 **2. Elige el nombre y el eslogan de tu tienda**

Si ya tienes una marca, usa ese nombre. Si partes de cero, Adrián da cinco requisitos que aprendió en la carrera de marketing: que el nombre sea breve, fácil de pronunciar, fácil de recordar, único y traducible a otros idiomas. El generador de nombres de empresa de Shopify, además, comprueba si el dominio está libre. El eslogan se usa cada vez menos en el comercio electrónico, pero es un detalle que puede sumar a tu marca.

06:10 **3. Crea tu cuenta en Shopify**

Adrián crea una tienda nueva en directo con su correo y un nombre de prueba. Cuando Shopify pide la dirección comercial, aconseja que, si eres un particular, pongas tu calle y tu ciudad, pero no el piso ni la puerta, porque esa dirección puede llegar a ser pública. Con un mismo correo puedes tener varias tiendas, aunque cada una paga su propia mensualidad. En la gestión de la cuenta están la contraseña, la verificación en dos pasos y los dispositivos desde los que se ha entrado. El panel de control está en español.

12:25 **4. Elige un plan de Shopify**

En la grabación, de marzo de 2021, el cargo por transacción, la comisión que Shopify se queda de cada venta, era del 2 % en el plan Basic; los planes superiores cuestan más al mes pero cobran menos por venta, así que compensan si vendes mucho. También cambia el número de cuentas de empleado y de sucursales. Puedes pagar cada mes, cada año o tres años de una vez. Su consejo es elegir un plan durante la prueba: no te cobran nada hasta que terminan los 14 días y puedes cancelar antes.

16:10 **5. Pedidos y productos**

En Pedidos ves las ventas, los pedidos preliminares que puedes crear tú, por ejemplo si tienes tienda física, y los carritos abandonados: clientes que dejan sus datos pero no pagan. El producto de prueba lleva título, descripción con formato y tablas, útil para una guía de tallas, fotos y vídeos, precio de comparación para mostrar una rebaja y coste por artículo, que el cliente no ve. Rellena el SKU, un código interno para controlar el stock, el peso para calcular el envío, el país de origen para la aduana y las variantes, como tallas o colores. Por último edita cómo aparece el producto en Google y le añade colección y etiquetas.

27:07 **6. Colecciones**

Una colección es un grupo de productos, por ejemplo camisetas, sudaderas o una colección de verano. En la manual añades tú cada producto. En la automática pones condiciones y Shopify mete solos los productos que las cumplen; el método favorito de Adrián es «el nombre del producto contiene», de modo que todo lo que lleve la palabra camiseta entra en la colección Camisetas. Cada colección tiene su imagen, su descripción y su propio SEO.

32:15 **7. Tarjetas de regalo**

Adrián crea una tarjeta con dos importes, 10 y 100, y muestra que no tienen límite de stock. Cambia la palabra «denominaciones» por «importe» para que se entienda mejor. La tarjeta emitida a mano lleva un código personalizado, por ejemplo con un nombre, un saldo y una fecha de caducidad opcional, y puedes ver en todo momento cuánto se ha gastado. Las recomienda para aumentar las ventas y para hacer regalos a influencers.

37:10 8. Clientes, estadísticas y marketing

Shopify guarda información de cada cliente: cuánto ha gastado, cuántas veces ha comprado o quiénes son tus mejores clientes, y te deja descargar sus correos para una newsletter. En los informes ves ventas totales, visitas, clientes que repiten, tasa de conversión, valor medio del pedido, productos más vendidos y de dónde llega el tráfico. Una tasa de conversión del 1 % significa que de cada 100 personas que entran, una compra. La vista en tiempo real muestra quién está en tu tienda ahora. De la pestaña de marketing Adrián dice que no la usa, pero resume lo que hace, como el correo de carrito abandonado que viene de serie.

42:00 9. Descuentos

El código de descuento lo escribe el cliente al pagar y se usa mucho con influencers. El descuento automático se aplica solo, sin código, y encaja en campañas como el Black Friday. Opciones: porcentaje, cantidad fija, envío gratis o «compra X y llévate Y»; a qué productos o colecciones se aplica; un gasto mínimo o un número mínimo de artículos; qué clientes pueden usarlo, como quienes abandonaron el carrito; cuántas veces se puede usar y entre qué fechas. Su ejemplo de descuento automático resta 10 cuando el pedido supera 100.

45:51 10. Aplicaciones y canales de venta

La tienda de aplicaciones de Shopify es como la tienda de apps de un teléfono: miles de complementos, gratis o de pago, creados por otras empresas para añadir casi cualquier función. Adrián enseña a buscarlas por categorías y a leer su ficha, con valoraciones, precio y capturas, con el ejemplo de una aplicación que añade sellos de confianza para que el cliente compre con más seguridad. Canales de venta: la tienda online, el punto de venta para tiendas físicas, el botón de compra y otros, como Facebook o Google.

49:29 11. Quita la contraseña y ajusta el tema y el idioma

Toda tienda nueva nace protegida con contraseña; para quitarla necesitas haber elegido un plan. Acciones del tema activo: duplicarlo, descargarlo como copia de seguridad, volver a subirlo o editar su código. Con la opción de editar idioma puedes cambiar, por ejemplo, «suscribirse» por «suscríbete». También enseña la medición de velocidad y la biblioteca de temas, con temas gratis y de pago que cambian el aspecto de toda la tienda.

55:00 12. Blog, páginas y menús

Adrián usa el blog porque atrae visitas desde Google cada día sin pagar publicidad. Crea dos blogs y dos artículos para mostrar el extracto, la imagen destacada y la visibilidad, y una página de contacto con su formulario. El menú principal va en la parte de arriba y el inferior, al pie de la página. Añade enlaces a la página de inicio, a una colección, al blog y a páginas como Contacto o Quiénes somos, y muestra cómo cambiar textos como «Buscar en nuestro sitio».

01:04:42 **13. Políticas legales y dominio**

Las políticas se pueden escribir como una página o crear con los generadores gratuitos de Shopify: política de reembolso, de privacidad, términos del servicio y política de envío. Adrián insiste en que son importantes por ley y también por confianza, porque si el cliente no las ve, desconfía; las añade al menú inferior. El dominio es la dirección web de la tienda: por defecto termina en myshopify.com, pero puedes comprar uno desde Shopify o conectar uno comprado en otra plataforma, y funciona en poco tiempo.

01:09:07 **14. SEO y configuración general**

En las preferencias de la tienda escribes el título y la descripción que verá Google, la base del SEO o posicionamiento en buscadores. También eliges la imagen que aparece cuando alguien comparte tu tienda, por ejemplo en WhatsApp. Desde ahí conectas Google Analytics y el píxel de Facebook, que miden lo que hacen tus visitas, limitas el seguimiento de clientes de Europa por protección de datos y activas el reCAPTCHA de Google contra robots. En la configuración general: nombre y correo de la tienda, dirección fiscal, zona horaria, unidades y moneda. Para vender en varias monedas hace falta una aplicación o un tema que lo permita.

01:12:00 **15. Pasarelas de pago y checkout**

Sin pasarela de pago no puedes vender. Es el intermediario que cobra al cliente, te paga a ti y se queda una comisión. Adrián conecta PayPal, revisa los proveedores externos y recomienda Stripe para las tarjetas, por ser lo más sencillo. Avisa de un error frecuente: en las tiendas nuevas el cobro suele venir en modo manual, así que tendrías que aceptar cada pago a mano; lo correcto es cambiarlo a captura automática. El checkout es la pantalla donde el cliente pone sus datos de pago; le pone logo e imagen de fondo, y aconseja que crear una cuenta sea opcional para que nada frene el pago.

01:17:47 **16. Email marketing: carritos abandonados**

Un carrito abandonado es una persona que llega a la pantalla de pago, deja sus datos y se va sin pagar. Puedes enviar el correo a cualquiera que abandone el pedido o solo a quienes ya están suscritos a tu lista, y elegir cuándo se manda: una hora, seis, diez o veinticuatro horas después, que es la opción que recomienda Shopify. La vista previa del correo incluye los productos que el cliente dejó, y su texto se puede editar.

01:20:00 **17. Envíos e impuestos**

Adrián crea zonas de envío desde cero: Andorra, España, Francia y el resto del mundo, cada una con su tarifa, por ejemplo 2,99 € para Europa y 9,99 € para el envío internacional. Shopify detecta desde dónde compra cada cliente y le muestra su precio. Las condiciones por peso hacen que un pedido pesado pague más, y la opción exprés es más cara y la elige el cliente. En impuestos activa el cobro en las regiones donde vende y explica algo clave: Shopify calcula cuánto debes de impuestos en cada país, pero declararlos y pagarlos es tu trabajo.

01:27:40 **18. Notificaciones por correo, empleados y facturación**

En notificaciones están todos los mensajes que recibe el cliente, como la confirmación del pedido. Puedes editarlos, enviarlos por SMS en lugar de por correo, cambiar el remitente y ponerles tu logo y tus colores. Adrián repasa también los archivos de la tienda y el apartado de plan y permisos, desde el que puedes traspasar la tienda a otra persona. En empleados das acceso a un colaborador solo a lo que tú quieras, por ejemplo sin ver los informes. Si cierras la tienda desde este apartado, dejan de cobrarte. En facturación descargas las facturas del plan, de las comisiones y de las aplicaciones.

01:31:58 **19. Personaliza el diseño de tu tienda (tema)**

Primero ajusta la configuración del tema: redes sociales, icono de la pestaña y aviso al añadir al carrito. Luego monta la cabecera con el logo centrado y una barra de anuncios, y el pie con enlaces y newsletter. En el centro añade un banner, un producto destacado con botones de pago rápido, una lista de colecciones, imágenes con texto para resolver dudas del cliente, como el envío o la garantía de 30 días, un vídeo y opiniones. La plantilla de producto se aplica a todos tus productos; también ajusta la de colección.

01:58:00 **20. Aplicaciones indispensables**

Para Adrián, las aplicaciones son lo que da a Shopify posibilidades casi infinitas. Hurrify es de pago, pero tiene unos días de prueba, y si la borras antes no pagas nada. Configura una cuenta atrás de 15 minutos y muestra cómo se ve en el teléfono. Con Loox, tras la entrega el cliente recibe un correo que le ofrece un descuento, por ejemplo del 15 %, si sube una foto con su opinión, y tú puedes responder o esconder cada reseña. Instagram Feed muestra tus publicaciones de Instagram en la tienda.

02:06:00 **21. Ejemplo de una tienda real**

La tienda real tiene 1.233 clientes, con los datos ocultos por privacidad. Adrián filtra los clientes nuevos y los que repiten, por país y por dinero gastado. En el embudo de compra, de las visitas un 5,34 % añadió algo al carrito, un 2,42 % llegó a la pantalla de pago y un 1,08 % compró, es decir, una persona de cada 100. También ve de qué países y dispositivos llegan las visitas y qué páginas se ven más. En el pedido de prueba ve cómo se calculan los impuestos, envía la factura y lo marca como pagado.

02:17:00 **22. Despedida**

Adrián devuelve la tienda del curso a su diseño final: de una tienda vacía a una configurada y lista para vender. Te pide que dejes en los comentarios del vídeo los temas de Shopify que quieras ver con más profundidad. Anuncia vídeos cortos, de cinco a diez minutos, sobre tareas concretas, como crear una colección, y más cursos gratis de varias horas en el canal.

Preguntas frecuentes

¿Qué es Shopify y para qué sirve?
Shopify es un programa de pago que sirve para crear tu propia tienda online sin saber programar. Se diseña arrastrando y soltando bloques, por eso el curso lo considera más sencillo que WordPress con WooCommerce o que Magento. Sirve para vender productos con stock, llevar a internet una tienda física, vender servicios o cursos, o simplemente tener presencia en internet. Se explica en la introducción del curso.

¿Cómo funciona el proceso con los proveedores en Shopify?
Este curso no entra en el trabajo con proveedores: enseña a crear y configurar la tienda, y en la ficha de producto solo usa el campo «proveedor» para organizar el catálogo. Es la duda más repetida en los comentarios del vídeo. Si quieres vender sin stock, con un proveedor que envía cada pedido al cliente, el curso gratis de Shopify dropshipping conecta una aplicación de proveedor a la tienda y enseña a tramitar el primer pedido.

¿Cuánto cuesta Shopify al mes?
Depende del plan, y los precios cambian, así que consulta la página de precios de Shopify antes de empezar. En la grabación, de marzo de 2021, había tres planes, Basic, Shopify y Advanced, con pago mensual, anual o de tres años, y cada tienda pagaba su propia mensualidad. Shopify ofrecía 14 días de prueba gratis y no cobraba nada hasta que terminaban. Lo verás en el módulo 4.

¿Cuánto cobra Shopify por venta?
En el curso, grabado en marzo de 2021, el plan Basic tenía un cargo del 2 % por cada transacción, que es lo que Shopify se queda por hacer de intermediario. Los planes más caros cobran menos por venta, así que compensan si vendes mucho. Además, la pasarela de pago que uses, como PayPal o Stripe, se queda su propia comisión. Las comisiones actuales de cada plan están en la página de precios de Shopify. Se explica en los módulos 4 y 15.

¿Cómo configurar los gastos de envío en Shopify?
Se configuran por zonas, desde el apartado de envíos. En el curso, Adrián borra las zonas que vienen por defecto y crea las suyas, por ejemplo una para su país, otra para Europa y otra para el resto del mundo, cada una con su tarifa. Shopify detecta desde dónde compra el cliente y le muestra el precio que le toca. También se pueden añadir condiciones por peso o por importe del pedido y una opción de envío más rápida y más cara.

¿Qué pasarela de pago uso si Stripe no está disponible en mi país?
Depende del país de tu tienda, porque Shopify solo muestra las pasarelas que admite en cada uno. En el curso, grabado en marzo de 2021, Adrián explica que sin pasarela de pago es imposible vender y repasa las opciones: Shopify Payments, Stripe, PayPal y métodos alternativos, incluso con bitcoin. Varios alumnos de Chile, Colombia o Perú cuentan en los comentarios que Stripe no les aparecía. En ese caso, revisa en la configuración de pagos qué proveedores tienes disponibles en tu país y activa uno de ellos.

Glosario

Shopify
Programa de pago en internet para crear y gestionar una tienda online sin saber programar.

Tema

El diseño visual de la tienda. Hay temas gratis y de pago, y se personalizan con un editor de arrastrar y soltar.

Colección
Grupo de productos de tu tienda. Puede ser manual, si eliges tú los productos, o automática, si entran según unas condiciones.

Variante
Cada versión de un mismo producto, como una talla o un color, con su propio precio y stock.

SKU
Código interno que identifica cada producto para controlar el stock. No es obligatorio.

Pasarela de pago
Servicio que cobra al cliente, te paga a ti y se queda una comisión, como PayPal, Stripe o Shopify Payments.

Checkout
La pantalla de pago, donde el cliente escribe sus datos y paga el pedido.

Carrito abandonado
Cuando un cliente deja sus datos en la pantalla de pago pero no termina la compra.

Tasa de conversión
Porcentaje de visitas que acaban comprando. Un 1 % significa que compra una persona de cada 100.

Dominio
La dirección web de tu tienda. Por defecto termina en myshopify.com, pero puedes comprar o conectar uno propio.

Cargo por transacción
Comisión que Shopify se queda de cada venta según tu plan. En marzo de 2021 era del 2 % en el plan Basic.

Curso gratis del canal de YouTube de Adrián Sáenz · Skilio. Míralo completo, con el índice para saltar a cada módulo, en https://skilio.com/cursos-gratis/curso-shopify-gratis/