Curso gratis de *Shopify* para principiantes: tutorial

1 h 13 min · 22 módulos · publicado en junio de 2025 · imparte: Adrián Sáenz
Vídeo completo y gratis: https://www.youtube.com/watch?v=jNMepkcGBMA · Página del curso: https://skilio.com/cursos-gratis/tutorial-shopify-principiantes/

Este tutorial de Shopify para principiantes enseña gratis, en 1 hora y 13 minutos, a crear y configurar una tienda online sin saber programar. Lo imparte Adrián Sáenz. En 22 módulos recorre productos, dropshipping con AutoDS, colecciones, descuentos, diseño del tema, aplicaciones, envíos, dominio y políticas legales.

Qué aprenderás

- **Crear la cuenta y añadir productos.** Abrir tu tienda y subir un producto con precio, coste, inventario, variantes y la vista previa que mostrará Google.
- **Vender sin stock con dropshipping.** Conectar AutoDS a Shopify, buscar productos con sus métricas e importarlos con el precio de venta que tú decides.
- **Organizar colecciones, menús y blog.** Agrupar productos en colecciones manuales o automáticas, ordenar el menú principal y publicar artículos de blog.
- **Crear descuentos y automatizaciones.** Códigos de descuento, descuentos automáticos, envío gratis y el correo que recupera los carritos abandonados.
- **Diseñar la tienda con un tema.** Elegir un tema gratuito, editar portada, encabezado, pie de página y ficha de producto, y revisar la versión para teléfonos.
- **Configurar envíos, dominio y políticas.** Tarifas de envío por país, mercados y monedas, compra del dominio y los textos legales que pide cada país.

Temario, con el minuto de cada módulo

00:00 1. Introducción

El dropshipping consiste en vender productos de un proveedor sin tenerlos en stock. El tutorial recorre todas las funciones de Shopify, cada una marcada por minutos, y puedes saltar al tema que necesites.

01:05 2. Crear la cuenta en Shopify

Adrián usa el enlace de la descripción del vídeo. Cuando se grabó, en junio de 2025, esa oferta daba 3 días gratis y después 3 meses a 1 € o 1 $ al mes, según el país; las condiciones de Shopify cambian con el tiempo. Todo lo que piden las preguntas iniciales se configura después, paso a paso, durante el tutorial.

02:00 **3. Activar el plan**

Sin un plan activo, varias funciones de la tienda no van bien. El inicio del panel sugiere tareas pendientes, y la sección de pedidos muestra los datos de cada cliente y lo que ha comprado. Los pedidos abandonados son de personas que rellenan sus datos en la página de pago pero no compran: puedes enviarles un correo o un SMS, incluso con un pequeño descuento, para que terminen la compra.

03:40 **4. Añadir productos**

Hay dos formas de añadir productos: subir los tuyos o conectar un proveedor de dropshipping. Adrián empieza por la primera con una camiseta negra de ejemplo: título, descripción, fotos, precio y un precio anterior que aparece tachado. El coste del artículo no lo ve el cliente. Con 50 unidades de inventario, al agotarse sale como agotado, salvo que permitas seguir vendiendo. En la vista de Google edita título, descripción y dirección web.

07:13 **5. Conectar AutoDS**

AutoDS es de pago; además de conectar tu tienda con proveedores, sirve para buscar productos cuando no sabes qué vender. Que colabora con el canal lo dice Adrián en el vídeo. En la grabación, con el enlace del vídeo había 35 días gratis frente a la prueba normal de 14, y tres planes: Import 200, Starter 500 y Advanced 1K. Al crear la cuenta hay que marcar que ya tienes una tienda de Shopify. Los pedidos se pueden enviar al cliente a mano o de forma automática.

09:49 **6. Encontrar productos ganadores**

Un producto ganador es uno que ya se vende bien. Adrián recorre las secciones de búsqueda de AutoDS con un producto de ejemplo: la interacción que logran sus anuncios y el público al que se dirige, por ejemplo mujeres de 18 a 45 años. El espía de anuncios cubre Facebook, Instagram y TikTok: si alguien lleva meses pagando publicidad de un producto, probablemente lo vende, aunque no siempre. También enseña productos en tendencia, impresión bajo demanda y la búsqueda del fabricante a partir de un enlace de AliExpress, Amazon u otra tienda.

14:00 **7. Dropshipping: importar y editar el producto**

El ejemplo es un pájaro decorativo. Sus ajustes: pedido automático, cambios de precio y de stock que siguen al proveedor, imágenes y especificaciones. El precio de venta, 19 €, sale de lo que le cuesta. En la solicitud de abastecimiento, el equipo de AutoDS busca proveedores y te deja elegir entre pagar algo más por un envío rápido o menos por uno lento; tarda unos días. En Shopify cambia fotos, descripción y variantes; el inventario no se toca porque lo gestiona AutoDS.

18:24 **8. Colecciones, clientes y automatizaciones**

Una colección es un grupo de productos, como camisetas o novedades de verano, manual o automática: Adrián crea una que añade sola todos los productos con una palabra en el título. El inventario es útil si guardas stock, y el código de las tarjetas regalo necesita al menos ocho caracteres. En clientes ves cuánto ha gastado y cuántos pedidos ha hecho cada uno, y puedes crear segmentos. En marketing crea un enlace de campaña para medir las ventas de un influencer y activa una plantilla que envía un correo a quien abandona el carrito tras 10 horas.

26:05 9. Crear descuentos

El código lo escribe el cliente al pagar; el descuento automático se aplica solo si se cumplen unas condiciones. Adrián crea uno para un producto, en porcentaje o en cantidad fija, y otro que regala una camiseta al comprar un producto concreto. Muestra los requisitos, como un importe o un número mínimo de artículos, las combinaciones entre descuentos y las fechas de inicio y fin. El descuento sobre todo el carrito es de 10 €. Al final de este bloque empieza a ordenar el menú principal de la tienda.

34:00 10. Crear blog y menú

El menú enlaza a la página de inicio, a una colección y a un producto concreto, aunque cada enlace puede llevar a donde quieras. El blog sirve para escribir artículos que aparezcan en Google cuando alguien busca información y que esas personas lleguen a tu tienda. Adrián crea un artículo en gestionar blogs, con título, contenido e imagen, edita cómo se verá en buscadores y lo deja visible. Los comentarios no se publican hasta que los apruebas.

36:07 11. Configurar mercados

Un mercado es un país o grupo de países al que vendes con su propia configuración. Adrián avisa de que es un apartado algo más técnico, aunque no tan complicado como parece, y crea uno para Estados Unidos, con los precios en dólares en vez de en euros. Todos los precios pueden subir o bajar automáticamente en un porcentaje, por ejemplo un 10 % más si el envío es más largo, y el mercado puede tener su propio catálogo. Este paso hará falta después para configurar las zonas de envío.

38:17 12. Informes y estadísticas

Adrián enseña la vista en tiempo real, donde aparece su propia visita desde Andorra.

39:15 13. Canales de venta

Un canal de venta es cada lugar donde vendes, como la tienda online o TikTok. De serie vienen la tienda online y Point of Sale.

40:12 14. Quitar la contraseña

Mientras la tienda está en preparación, Shopify la protege con una contraseña: tú la ves porque eres el propietario, pero el resto de personas no. El candado se quita desde la zona de temas de la tienda online, un paso necesario antes de vender.

41:03 15. Elegir tema y diseñar la tienda

El tema es el diseño de la tienda. El que pone Shopify por defecto está pensado para vender, porque a Shopify le interesa que te vaya bien. En el editor muestra cómo moverte entre páginas, como inicio o carrito. Configura un producto destacado solo con título, precio y botón de compra, pone imágenes en el banner, ajusta la colección destacada y añade secciones nuevas.

49:16 **16. Modificar la página de producto**

La página de producto usa una plantilla común para todos los productos. Adrián quita el botón de compartir, cambia cómo se muestran las variantes, en círculos, cuadrados o un desplegable, y mueve los productos relacionados. Debajo puede añadir un texto, un vídeo o una colección. En el encabezado y el pie de página: barra de anuncios, posición del logo y del menú, iconos, la casilla para que la gente deje su correo y el selector de país, que puede quitar si no lo necesita.

53:36 **17. Versión para teléfonos y páginas**

En la configuración del tema también se cambian el favicon, que es el icono de la pestaña del navegador, y las animaciones, y Adrián aconseja no complicarse demasiado. Considera muy importante la vista para teléfonos y revisa cómo se ve cada página, por ejemplo la del producto. Enlaza la página Sobre nosotros desde la portada o desde el menú y repasa las preferencias de la tienda: la contraseña y cómo aparece cuando alguien la busca en internet.

56:26 **18. Aplicaciones recomendadas**

Las aplicaciones se instalan desde la Shopify App Store. Adrián recomienda AfterSell, que ofrece un segundo producto justo después de pagar; Essential Sticky Add to Cart, que deja el botón de compra siempre visible; las de Meta y TikTok para conectar el píxel, el código que mide las ventas de cada anuncio; una de SMS, gratuita pero con mensajes de pago; Judge.me para reseñas; Shopify Email y Vitals, que reúne decenas de funciones. En la configuración: datos de la tienda, recursos de marca, plan, permisos del equipo y cobros con Shopify Payments o PayPal.

01:06:34 **19. Envíos e impuestos**

Para su país, un envío de 10 € y otro gratis a partir de 100 € de compra; para Estados Unidos, 15 € de envío y gratis desde 150 €. Solo puedes añadir zonas de envío para los mercados que ya has creado, y medir bien estas tarifas evita perder dinero con envíos caros a otros países. El gestor, una persona especializada, lleva impuestos y aranceles para que tú te centres en el producto, en el cliente y en el marketing.

01:09:31 **20. Conectar el dominio**

El dominio es la dirección de tu tienda en internet. El que Shopify asigna al principio no sirve para una marca; el que compra Adrián desde el panel queda conectado. Las notificaciones avisan a ti, a tu equipo o a tus clientes de cada paso de un pedido, y los idiomas permiten tener la tienda en varias lenguas si vendes en varios países.

01:10:30 **21. Políticas legales**

Shopify ofrece plantillas para algunas, como la de devoluciones y reembolsos, adaptadas al país donde vendes; para otras, como el aviso legal, no hay plantilla y Adrián sugiere partir de los modelos que se encuentran en internet. Una misma cuenta de Shopify puede tener varias tiendas.

01:12:02 **22. Conclusión**

Una tienda profesional es muy importante, pero no lo es todo, porque si nadie entra no hay ventas. El curso del canal que recomienda dura más de 15 horas y enseña a atraer tráfico con anuncios en Meta, TikTok y Google y con contenido orgánico. Dice que es el vídeo que le habría gustado ver cuando creó su primera tienda en Shopify.

Preguntas frecuentes

¿Qué es Shopify y cómo funciona?
Shopify es una plataforma de pago para crear tiendas online sin saber programar. Te da la tienda, el sistema de cobros, la gestión de pedidos y un editor de diseño, y puedes ampliar sus funciones con aplicaciones. En este tutorial de Shopify para principiantes, Adrián Sáenz recorre el panel función a función, desde el primer producto hasta el dominio y las políticas legales.

¿Shopify es gratis o se paga?
Se paga, aunque tiene periodo de prueba. Cuando se grabó el tutorial, en junio de 2025, el enlace del vídeo daba 3 días gratis y después 3 meses a 1 € o 1 $ al mes, según el país; luego se paga el plan normal. Las ofertas cambian, así que revisa las condiciones al registrarte y el precio de cada plan en la página de precios de Shopify. Aparte se pagan el dominio y algunas aplicaciones.

¿Cómo agregar productos en Shopify?
Desde la sección Productos, con el botón de agregar producto. Rellenas título, descripción, fotos y precio y, si quieres, el precio anterior tachado, el coste por artículo, el inventario y el peso. Las variantes sirven para tallas o colores. Si haces dropshipping, los productos se importan desde una aplicación como AutoDS. Después puedes agruparlos en colecciones manuales o automáticas.

¿Cómo quitar la contraseña de mi tienda Shopify?
Toda tienda nueva nace protegida con contraseña para que nadie la vea mientras la preparas. En el tutorial se quita desde la zona de temas de la tienda online, con el plan ya activado, en el módulo «Quitar la contraseña», que empieza en el minuto 40. Es un paso necesario para que los clientes puedan entrar y comprar.

¿Cómo configurar el dominio en Shopify?
La forma más sencilla, la que usa el curso, es comprar el dominio desde el propio panel de Shopify, en la zona de dominios: buscas el nombre, lo compras y queda conectado a tu tienda. El dominio que Shopify asigna al crear la cuenta no es adecuado para una marca. El dominio se paga aparte de la suscripción de Shopify.

¿Qué aplicaciones para Shopify recomienda el tutorial?
En el módulo de aplicaciones, Adrián Sáenz enseña AfterSell, para ofrecer un segundo producto después del pago; Essential Sticky Add to Cart, para que el botón de compra no desaparezca al bajar por la página; las aplicaciones de Meta y TikTok para el píxel; una de SMS; Judge.me para reseñas; Shopify Email y Vitals. Algunas son gratuitas y otras tienen planes de pago o costes por uso.

Glosario

Tema
Plantilla de diseño de la tienda. Cambia el aspecto, no las funciones; Shopify tiene temas gratuitos y de pago.

Colección
Grupo de productos de la tienda, como camisetas o novedades. Puede ser manual o automática según unas condiciones.

Variante
Versión de un mismo producto que cambia en talla, color u otra opción, con su propio precio y stock.

Dropshipping

Modelo en el que vendes productos de un proveedor que los envía al cliente; tú no guardas stock.

Pedido abandonado
Compra que el cliente empieza, con sus datos en la página de pago, pero no termina.

Mercado
En Shopify, país o grupo de países al que vendes con su propia moneda, precios y envíos.

Venta adicional (upsell)
Oferta de un segundo producto cuando el cliente ya ha añadido o comprado el primero.

Píxel
Código de una plataforma de anuncios que mide qué visitas y ventas genera cada anuncio.

Dominio
Dirección de tu tienda en internet, como mitienda.com. Se compra aparte y se conecta a Shopify.

Favicon
Icono pequeño de la tienda que aparece en la pestaña del navegador.