

MÓDULO 05 · MANUAL EDH · 5 MIN DE LECTURA

# Carritos abandonados con dedup real.

Si tu reporte de carritos abandonados no dedupea por persona, te está mintiendo. Te paso la lógica que aplicamos en Wayfarer para medir el % de cierre verdadero — y por qué es muy distinto al que muestra Tiendanube por default.

Tiendanube checkouts API + dedup

% cierre real vs el default que infla

 [BAJAR EL MÓDULO EN PDF](#) ↓

[VER RESUMEN](#)

GRATIS · MÓDULO 05

MANUAL EDH · MÓDULO 05

## Carritos abandonados

Dedup por persona

EDH · Ecommerce de Hermanos

QUÉ INCLUYE

# Lo que vas a entender en este módulo

Spoiler: el % de cierre de carritos que muestra Tiendanube por default es engañoso. Cuando dedupeás bien y comparás carritos únicos vs cerrados únicos, la métrica real es muy distinta. Y la decisión que tomás cambia.

## — CONTENIDO DEL MÓDULO

- 01 Por qué medir carritos abandonados sin dedup miente
- 02 Endpoint de Tiendanube: `/checkouts` , no `/orders`
- 03 Dedup por `contact_email` (lowercase + trim) o `contact_identification`
- 04 Cómo identificar el carrito 'cerrado' que viene de uno `owner_note` con "carrito") abandonado (
- 05 % Cierre real = cerrados únicos / abandonados únicos del MISMO período
- 06 Cap al 100% — por qué el ratio puede dar más de 1.0 sin dedup mensual



### Dedup por persona

Si Juan abandona 3 carritos en un día, es 1 persona. Sin dedup, contás 3 abandonos y 1 cierre = 33% mentiroso.



### Métrica real

El % cierre real es lo que te dice si tu flow de recovery (email/WhatsApp) está funcionando o no.



### Filtros precisos

Excluís canceladas, mayoristas, retiros. Solo cuentan ventas válidas que cierran un carrito previo.



### Cap al 100%

Algunos meses dan ratio >100% (cierres del mes anterior se contabilizan en el actual). Lo capeas para que no rompa dashboards.

## LA LÓGICA DE DEDUP

# 4 pasos para tener el % de cierre verdadero

Esta es la lógica que aplicamos en Wayfarer todos los días. Una vez que la entendés, no podés volver al reporte default de Tiendanube — sabés que está inflando.

## 1 Bajar carritos abandonados del día

GET /CHECKOUTS

FILTER: !COMPLETED\_AT

PAGINAR HASTA EL FINAL

El endpoint para esto NO es /orders sino /checkouts. Filtrás los que NO tienen `completed_at` (eso significa que no se completaron). Como Tiendanube paginá de a 100, vas a tener que hacer múltiples requests si tenés volumen.

### DETALLE CLAVE

Cada checkout tiene un `contact_email` y/o `contact_identification` (DNI/CUIL/RUT). Si están vacíos, ese carrito anónimo no se puede dedupear — lo contás como 1 sin más.

## 2

### Dedupear por persona

LOWERCASE + TRIM EMAIL

FALLBACK A IDENTIFICATION

CONTAR ÚNICOS

Para cada carrito abandonado, generás una clave: `contact_email.toLowerCase().trim()`. Si está vacío, usás `contact_identification` (DNI/CUIL/RUT). Si los dos están vacíos, el carrito es anónimo y lo contás como 1 sin dedup posible. Tu dedup count = cantidad de claves únicas, NO cantidad de carritos.

**Lowercase + trim es crítico:** "Juan@example.com" y "juan@example.com" son la misma persona, pero sin normalización los contás como dos. Lo mismo con espacios extra al final del email (pasa más de lo que parece). Aplicá `.toLowerCase().trim()` SIEMPRE antes de comparar.

#### POR QUÉ IMPORTA

En un día normal, los carritos crudos pueden ser 100 pero los carritos únicos por persona pueden ser 60-70. La diferencia son personas que volvieron y abandonaron de nuevo (el flow las atacó pero no convirtieron).

## 3

### Identificar carritos cerrados que vienen de abandono

GET /ORDERS

OWNER\_NOTE CONTAINS 'CARRITO'

SAME DEDUP LOGIC

Cuando alguien abandona y después cierra (vía email de recovery, WhatsApp, lo que sea), la orden cerrada puede llevar una `owner_note` que contiene 'carrito' (lo seteamos así por convención). Filtrás esas órdenes y aplicás el mismo dedup por persona.

#### PRO TIP

Si dos carritos cierran en el mismo día por la misma persona (mismo email), contás 1, no 2. El % cierre se mide por personas, no por intentos.

## 4

### Calcular % cierre real

CERRADOS\_ÚNICOS / ABANDONADOS\_ÚNICOS

CAP A 1.0 (100%)

MENSUAL ≠ PROMEDIO DEL DIARIO

Cierres únicos del día / abandonos únicos del día = % cierre del día. Si supera 100% (porque a veces cerrás carritos abandonados del día anterior), capeás a 1.0. **Para el % mensual: NUNCA promediar los % diarios.** Hay que calcular total cerrados únicos del MES / total abandonados únicos del MES (con dedup mensual, no diario).

**Detalle del cap al 100%:** el ratio puede dar más de 1.0 cuando una persona abandonó el carrito el día 3 y lo cerró el día 5. En el día 5 cuenta como "cerrado" pero no había abandonado ese mismo día. Si no capeás, ves dashboards con 130% de cierre que no tienen sentido. Cap a 1.0 mantiene la métrica interpretable.

**El histórico es la métrica real:** el % cierre del MES (no del día) es lo que tenés que mirar para evaluar tu flow de recovery. El día a día es muy ruidoso. Compará mes contra mes para detectar tendencias — si el flow de email/WhatsApp dejó de funcionar, lo ves ahí.

#### DIFERENCIA CON DEFAULT

El reporte default de Tiendanube cuenta carritos crudos sin dedup. Cuando lo calculás bien con dedup, el % real puede ser muy distinto al que muestra el panel.

DECISIONES QUE TE DESBLOQUEA

## Cuándo y por qué importa el dedup.

Si no dedupeás, las decisiones que tomás sobre el flow de recovery son sobre data inflada. Estos son los casos donde el dedup cambia la decisión.

CASO · 1

## El flow de recovery 'parece' funcionar pero no

Sin dedup: 'cerramos 30 de 100 carritos = 30%'. Con dedup: 'cerramos 12 personas únicas de 60 personas únicas = 20%'. Misma data, distinto diagnóstico.

### CASO · 2

## Detectar usuarios que abandonan repetidamente

Si Juan abandona 4 veces en una semana, es indicador de fricción real (precio, envío, talle, lo que sea). El dedup te lo muestra como persona, no como ruido.

### CASO · 3

## Comparar performance del flow mes a mes

Solo el dedup te deja comparar épocas distintas con métricas comparables. Sin dedup, los meses con más volumen te dan ratios que no son los reales.

### CASO · 4

## Justificar inversión en herramientas de recovery

Si tu % cierre real es 35%, vale la pena pagar Klaviyo. Si es 8%, hay un problema upstream que ninguna herramienta soluciona.

### PRO TIPS · LO QUE APRENDIMOS A LA MALA

# Recovery flows que funcionan

### PRO TIP · 1

## Email a los 30min, WhatsApp a las 2hs

El flow estándar: primero email automático a los 30min del abandono. Si no convierte, segundo touch por WhatsApp a las 2hs. Si no convierte, tercer touch al día siguiente con descuento.

### PRO TIP · 2

## El descuento mata el margen

Cuidado con poner descuento en el primer touch — entrenás al usuario a abandonar carritos a propósito para conseguir descuento. Mejor: primero recuerdo simple, después urgencia ("se está agotando"), recién al final descuento.

PRO TIP · 3

## Carritos sin email son recuperables

Si tenés tracking de Meta + carritos abandonados, podés hacer audiencia de retargeting con esos usuarios anónimos. No los recuperarás 1:1, pero los volvés a impactar.

PRO TIP · 4

## El % cierre real cambia decisiones de inversión

Si tu % cierre real es 30%, vale la pena pagar herramientas como Klaviyo. Si es 8%, hay un problema upstream (precio, envío, UX) que ninguna herramienta soluciona.

### PREGUNTAS FRECUENTES

## Lo que más nos preguntan

¿Por qué Tiendanube no dedupea por default?

+

¿Y si el carrito es anónimo (sin email ni DNI)?

+

¿Vale para Shopify / WooCommerce / VTEX?

+

QUIÉNES ESCRIBIMOS ESTO

## Tuti & Juani · 10 años construyendo Wayfarer

Somos los hermanos detrás de Wayfarer y EDH. Forbes nos entrevistó. Tiendanube nos eligió como caso de éxito. Llevamos +100.000 productos vendidos sin un peso de inversión externa — todo reinvertido. Si te sirvió este módulo, seguinos en estos lugares — publicamos contenido nuevo todas las semanas.



### Juan Cruz "Tuti" Paneiva

CO-FUNDADOR · OPERACIONES, GROWTH & IA

Lic. en Comunicación Social (FASTA). 10 años construyendo Wayfarer. Hoy especialista en aplicar IA al e-commerce.

@tutipaneiva

LinkedIn



### Juan Ignacio "Juani" Paneiva

CO-FUNDADOR · PRODUCTO, MARCA & EXPANSIÓN

Ing. Industrial (UNMdP). Llevó la marca Wayfarer a Australia. Especialista en producto, marca y operación de locales.

@juanipaneiva

LinkedIn

LAS REDES PARA SEGUIR NUESTRO CONTENIDO

#### Ecommerce de Hermanos

Instagram

TikTok

#### Coordenada 0 · Podcast

Instagram

YouTube

## Nosotros

 @tutipaneiva

 @juanipaneiva

## Wayfarer · Nuestra marca

 Web

 Instagram

 YouTube