



CASO DE NEGOCIO INTERNO

El caso de negocio para pedidos B2B modernos

Para equipos de mayoreo, distribución y manufactura que evalúan cómo sus clientes hacen pedidos.

Para empresas de \$15–300M de facturación con pedidos mayoristas de alto volumen

Edición 2026

En una página

Si no lees nada más: los pedidos mayoristas se escapan en el carrito, por teléfono y en la zona de devoluciones. Esto es una propuesta para detenerlo, con la plataforma demostrándose antes de costar nada.

El problema

Tus compradores arman pedidos donde nadie de tu lado los ve. Los carritos mueren con la sesión del navegador, una persona construye lo que deciden entre seis y diez, y el duplicado que nadie vio vuelve como devolución.

Qué cambia

Los carritos persisten y se sincronizan en vivo entre la tienda web y las apps nativas. Los vendedores ven los carritos de cliente en vivo y pueden actuar antes de que se enfrien. Todo el equipo de compras edita un pedido. El carrito avisa de un SKU que la cuenta ya compró.

Por qué se sostiene

SKUs y usuarios ilimitados, nunca medidos, nunca un porcentaje de tus ingresos. Apps nativas de iOS y Android, no un sitio web dentro de una carcasa. Conectores estándar de ERP y CRM incluidos.

Qué cuesta probarlo

Setup incluido en planes anuales. La facturación empieza en el go-live, no en la firma. Un piloto de 30 a 45 días con métricas acordadas antes de cualquier compromiso más largo.

La única cifra que hay que comprobar

Toma tus carritos abandonados al mes, multiplica por el valor medio del pedido y por la parte que tus vendedores podrían rescatar si pudieran verlos. Si eso solo no cubre la tarifa de plataforma, deja de leer.

Por qué está en la agenda ahora

Las compras B2B se han movido a lo digital mientras el comercio B2B total se mantiene plano. El crecimiento no viene de más clientes, sino de que los mismos clientes piden una porción mayor de forma digital — y eligen proveedor según lo fácil que resulte.

\$2,93 B ecommerce B2B en EE. UU. en 2025, un 13% más mientras las ventas B2B totales se mantuvieron planas	39% de los compradores B2B harán pedidos de más de \$500K por autoservicio digital — frente al 28% dos años antes
94% del tiempo en el móvil se pasa dentro de apps, no en el navegador	>40% de los ingresos de las principales empresas B2B es impulsado o influido por el móvil

La consecuencia práctica: la experiencia de pedido ya no es un sistema de trastienda. Es la superficie por la que sus clientes le juzgan, y el punto en el que deciden si repiten o llaman a otro.

Lo que suele costar la solución actual

La mayoría de los mayoristas de mercado medio operan una de tres cosas: un portal ERP envejecido, una plataforma de ecommerce general forzada a funcionar como B2B, o captura de pedidos por teléfono y correo. Cada una tiene un costo que rara vez aparece como partida.

Rendimiento del catálogo	Las plataformas creadas para el comercio minorista se ralentizan con catálogos mayoristas. Los compradores abandonan la búsqueda y llaman a un vendedor, convirtiendo un pedido de autoservicio en uno atendido.
Licencias por usuario	Cobrar por usuario significa racionar al equipo de almacén, a los vendedores y al personal del propio cliente. Quienes más usarían el sistema quedan fuera.
Comisiones sobre el GMV	Las tarifas ligadas al volumen hacen que el costo de la plataforma suba justo cuando usted tiene éxito. El crecimiento se grava en vez de apoyarse.
Duración de la implementación	Los proyectos B2B de mercado medio sobre plataformas generales suelen tardar de cuatro a ocho meses o más en lanzarse, con trabajo de integración facturado durante todo el proceso.
Mantenimiento manual del catálogo	Los datos de producto mantenidos a mano entre PDFs, hojas de cálculo y el ERP consumen tiempo de personal continuamente y aun así se desactualizan.

Qué cambia RocketX

SKUs ilimitados, búsqueda en menos de un segundo

Tanto si el catálogo tiene ochocientos SKUs como ocho millones, filtre y pida en milisegundos — y nunca pague por SKU. Un rendimiento que otras plataformas no igualan a esta escala.

Usuarios y accesos ilimitados

Cada empleado, vendedor y cliente autorizado tiene acceso completo. Sin tarifas por usuario, sin tarifas por SKU, sin racionar.

Precios por cliente

Cada comprador ve automáticamente sus precios negociados, escalas por volumen y condiciones de contrato.

Pedidos directos desde PDFs

Nuestra IA lee folletos y catálogos existentes para que los compradores pidan directamente desde ellos, sin volver a teclear.

Apps nativas de iOS y Android

Creadas específicamente para pedidos B2B, no un sitio web empaquetado. El catálogo completo en el bolsillo del comprador.

Colaboración en el carrito en tiempo real

Varios miembros del equipo trabajan el mismo carrito a la vez, con cada acción registrada: quién, qué y cuándo.

Inventario en vivo entre almacenes

Stock y disponibilidad en tiempo real, para dejar de pedir lo que no puede enviarse.

Integración profunda con ERP y CRM

RocketX se sitúa delante de tu ERP en lugar de reemplazarlo. Productos, precios por cliente y stock en vivo salen de NetSuite, SAP, Microsoft Dynamics o Epicor; carritos, pedidos y aprobaciones vuelven. Los conectores estándar están incluidos en todos los planes.

Dos entidades, dos jurisdicciones, una respuesta clara para cada una

La revisión de seguridad y datos suele ser la parte más lenta de una evaluación, y el motivo habitual es que un proveedor estadounidense intenta explicar por qué los datos europeos están bien en América. Lo evitamos no haciéndolo.

PARA CLIENTES DE LA UNIÓN EUROPEA

Contratas con una empresa de la UE

Contraparte

Una entidad irlandesa independiente, constituida y operativa en la Unión Europea, bajo derecho de la UE.

RGPD

Se aplica directamente a la relación. Tú eres el responsable de los datos de tus clientes y pedidos; nosotros somos el encargado y actuamos según tus instrucciones documentadas.

Análisis de transferencias

Tu contraparte es una empresa de la UE, así que la revisión no empieza por una pregunta del Capítulo V. Ahí es donde las evaluaciones de proveedores estadounidenses suelen perder un mes.

Subencargados

Divulgados por completo, con aviso previo a cualquier cambio y derecho contractual de objeción.

PARA CLIENTES DE ESTADOS UNIDOS

Contratas con RocketX LLC

Contraparte

RocketX LLC, la entidad estadounidense. La misma plataforma, los mismos compromisos, con la ley de donde estás.

Privacidad estatal

CCPA y CPRA, y las leyes estatales posteriores, se cubren con los mismos términos escritos de tratamiento, no con un régimen distinto por estado.

Revisión de seguridad

Certificaciones, informes de auditoría y detalles de alojamiento se facilitan a petición y se adjuntan al acuerdo.

Portabilidad

Los mismos derechos de exportación y salida que los clientes de la UE. No se retiene ni se rebaja nada por región.

SE ADJUNTA AL ACUERDO, EN AMBAS JURISDICCIONES

- ✓ Acuerdo de tratamiento de datos, con los roles por escrito
- ✓ Listado vigente de subencargados, con aviso de cambios
- ✓ Certificaciones, informes de auditoría y región de alojamiento
- ✓ Compromisos de disponibilidad y soporte, por nivel
- ✓ Política de retención, borrado y copias de seguridad
- ✓ Exportación en formatos abiertos, en cualquier momento y al salir

Pasa esta página a quien lleve tu revisión de seguridad. Si vuelve con un cuestionario, preferimos responderlo en la semana uno que en la novena, que es cuando suele llegar.

Por qué la app nativa importa comercialmente

Un sitio web responsivo y una app nativa no son el mismo producto. En pedidos mayoristas recurrentes la diferencia se ve directamente en la frecuencia de pedido.

Recomprar es un hábito, no una búsqueda	La mayoría de los pedidos B2B son repeticiones. En un navegador el comprador debe encontrar el marcador, cargar el sitio e iniciar sesión cada vez. Una app está a un toque, con la sesión iniciada — fricción eliminada en cada recompra, de forma permanente.
Una posición permanente en el teléfono del comprador	Su icono queda en la pantalla de inicio. A la competencia hay que buscarla y redescubrirla.
Las notificaciones llegan donde el correo no	Avisos de reposición, renovaciones de contrato y recordatorios de recompra llegan directamente. Quienes activan las notificaciones se retienen entre dos y tres veces más.
El trabajo ocurre lejos del escritorio	Los compradores piden desde pasillos de almacén, muelles de carga y ferias. El acceso nativo a la cámara permite escanear códigos y recomprar desde la etiqueta del estante.
Sobrevive a la pérdida de señal	Los almacenes con paredes de acero y las rutas rurales acaban con la cobertura. El catálogo, los precios y el carrito quedan en local y sincronizan al volver la conexión.

Dónde se pierde realmente el pedido

Casi todas las evaluaciones comparan catálogos y checkout. El dinero se escapa en un sitio menos visible: en el carrito, entre el momento en que un comprador empieza y el momento en que alguien envía.

Un pedido a medio construir es invisible

Alrededor del 70 % de los carritos online se abandonan, y en la mayoría de plataformas nadie de tu lado puede ver uno hasta que se convierte en pedido. Un carrito atascado se ve igual que ningún carrito: te enteras de que existía cuando nunca llega.

Los carritos mueren con la sesión

Los carritos de navegador dependen del dispositivo y de la sesión. Un comprador interrumpido en el almacén vuelve a una cesta vacía y la reconstruye por teléfono, o lo deja.

Uno construye lo que deciden seis a diez

Gartner sitúa una compra B2B compleja en manos de seis a diez personas. Si solo una puede tocar el carrito, el pedido se arma por correo, se reteclea y llega incompleto.

El duplicado que nadie vio acaba en devolución

Cuando los compañeros del mismo cliente no ven los pedidos de los demás, el mismo SKU se pide dos veces. Es la transacción más cara que puedes generar.

Qué hace RocketX en su lugar

Los carritos persisten en el servidor y se sincronizan en vivo entre la tienda web y las apps nativas. Tus vendedores ven los carritos de cliente en vivo, incluido lo que se ha atascado, y pueden actuar antes de que se enfríe. Todo el equipo de compras edita un carrito con cada cambio atribuido. Y el carrito avisa de un SKU que la cuenta ya compró hace poco, antes de enviar el pedido.

Cómo dimensionar esto para tu empresa

No hay dos distribuidores que pierdan valor en las mismas proporciones, así que la versión honesta de esta página es una hoja de cálculo, no una promesa. Sustituye tus propias cifras; la aritmética es deliberadamente simple.

Carritos recuperados	Carritos iniciados al mes $\times$ porcentaje abandonado $\times$ valor medio del pedido $\times$ la parte que tus vendedores ahora rescatan porque por fin los ven.
Devoluciones evitadas	Devoluciones al mes $\times$ parte causada por duplicado o artículo equivocado $\times$ tu costo totalmente cargado por devolución. Cuenta la mano de obra: una sola devolución consume el trabajo de ocho a diez pedidos normales.
Horas de vendedor liberadas	Vendedores $\times$ horas semanales dedicadas a tomar y retectar pedidos $\times$ costo horario cargado $\times$ 52. Cada hora que sale de la captura de pedidos es una hora disponible para vender.
Tamaño del pedido	Valor medio del pedido $\times$ el aumento que esperas de tener el catálogo completo buscable en segundos, usuarios ilimitados y recompra desde cualquier dispositivo.

Lo que cuesta esperar

Sumen lo que sumen las cuatro palancas, son cifras anuales. Un trimestre de deliberación cuesta un trimestre de ese número, y la fuga no se detiene mientras evalúas. Ese es el argumento honesto para empezar un piloto ahora en vez de un ciclo de compras dentro de seis meses.

Frente a esos cuatro, pon la tarifa de plataforma y el esfuerzo de implementación de tu propuesta. Si los dos primeros por sí solos no cubren el costo, no hace falta recurrir a los otros dos.

No se apaga nada

La objeción habitual a una decisión de plataforma es que implica reemplazar una. Esta no. RocketX se despliega junto a lo que ya operas, y ambos siguen funcionando.

Tu tienda web actual sigue funcionando	RocketX se pone en marcha al lado, no encima. No se da de baja nada para hacer sitio, y ningún catálogo tiene que migrarse antes de que alguien pueda pedir.
Eligen tus compradores, no tú	Algunos pasan a la app la primera semana. Otros se quedan en la tienda que ya conocen. Ambos producen pedidos que llegan al mismo ERP, en el mismo formato y con las mismas condiciones, así que aguas abajo no cambia nada.
Sin fin de semana de migración	No hay ventana de migración ni congelación de pedidos. El modo de fallo que hace temer estos proyectos — un domingo malo y los teléfonos sonando el lunes — no está sobre la mesa, porque no hay nada que migrar.
La adopción se convierte en evidencia	Como ambos funcionan a la vez, puedes ver cuál usan realmente tus compradores. Ese es mejor argumento a favor o en contra nuestra que cualquier cosa en este documento.
Retira el sistema antiguo más tarde, o nunca	Nada en el acuerdo fija una fecha para apagarlo. Si dentro de tres años sigue mereciendo la pena, déjalo funcionando.

Esta es además la forma más barata de equivocarse con nosotros. Si el piloto no funciona, no apagas nada, no has perdido pedidos, y la alternativa es el sistema que ya estabas usando.

Cómo las condiciones comerciales reducen el riesgo

La estructura del acuerdo está diseñada para que la plataforma se demuestre antes de costar nada. Aquí no se citan importes — los precios vigentes están en el sitio web y en su propuesta.

Tarifa fija, nunca un porcentaje del GMV

El costo de la plataforma no sube porque su volumen de pedidos lo haya hecho. El crecimiento no se grava.

SKUs y usuarios ilimitados incluidos

Nada se mide. Sin precios por usuario ni por SKU que negociar o racionar cuando crecen el catálogo y el equipo.

Tarifa de setup e integración incluida en planes anuales

Se elimina el costo de implementación que normalmente carga estos proyectos por adelantado.

La facturación empieza en el go-live, no en la firma

No paga nada hasta que la plataforma esté en producción generando valor.

Piloto de 30–45 días con revisión conjunta de ROI

Una ventana de evaluación definida con métricas acordadas, antes de un compromiso más largo.

Apps nativas e integraciones estándar incluidas

No se venden como módulos adicionales sobre una licencia base.

Cómo es la implementación

- 01

1. Auditoría del stack

Mapeamos el catálogo actual, las reglas de precios, el ERP y el flujo de pedidos, e identificamos qué debe migrar y qué se queda.
- 02

2. Integración

Se construye la sincronización bidireccional contra su ERP y CRM. Los conectores estándar cubren los sistemas principales; lo que exceda ese alcance se cotiza como un bloque de trabajo definido.
- 03

3. Ingesta del catálogo

Se leen los PDFs, folletos y datos de producto existentes. Sin volver a teclear el catálogo.
- 04

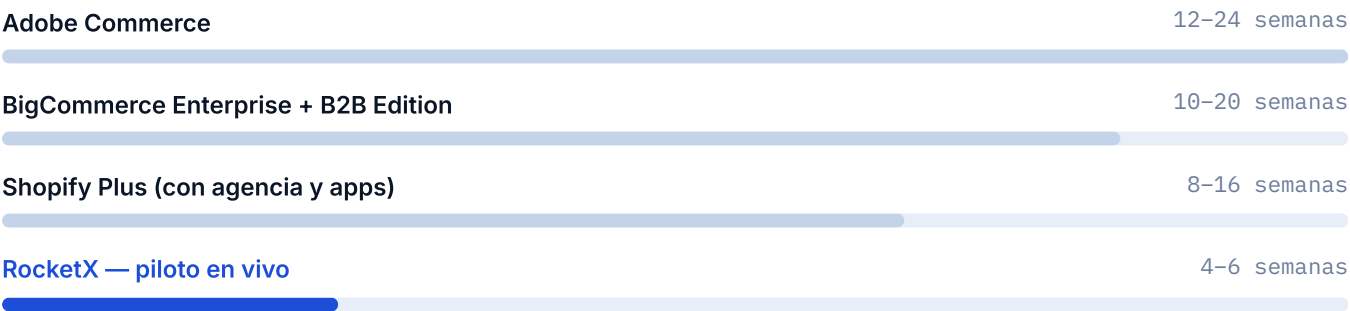
4. Piloto

Un piloto en vivo de 30–45 días con un grupo de compradores definido y métricas de éxito acordadas.
- 05

5. Go-live y revisión

Despliegue completo, con revisión conjunta de ROI frente a las métricas acordadas en el piloto.

Cuánto tarda hasta que alguien lo usa de verdad



Las cifras de competidores son benchmarks habituales de mercado medio hasta el go-live según guías de plataformas y agencias de 2026; el alcance las mueve en ambos sentidos y el trabajo de ERP es donde más se desbordan. La cifra de RocketX corresponde a un piloto en vivo con un grupo de compradores definido, no al despliegue completo. En las alternativas la facturación suele empezar mucho antes de que alguien pida. En la nuestra empieza en el go-live.

Dónde no somos la opción correcta

Todos los proveedores dicen que encajan contigo. Esta es la lista corta de casos en que no lo hacemos, para que salga ahora y no en el segundo mes de una implementación.

Vendes sobre todo a consumidores

RocketX está hecho para pedidos mayoristas: precios negociados, condiciones de contrato, equipos de compra, recompra. Si la mayor parte de tus ingresos es directa al consumidor, una plataforma de comercio general te servirá mejor y costará menos.

Tu catálogo es pequeño y tus pedidos simples

Unas docenas de SKUs y pedidos de una línea no necesitan esto. Pagarás por capacidades que nunca tocarás.

Quieres sustituir el ERP o el WMS

Nos situamos delante de tus sistemas de registro, no en su lugar. Si el proyecto real es reemplazar el ERP, esta es la conversación equivocada, y lo diremos.

No tienes ERP ni planeas tenerlo

Buena parte del valor está en la sincronización bidireccional con un sistema de registro. Sin uno, compras una interfaz de pedidos con una trastienda manual.

Lo necesitas en dos semanas sin auditoría

Empezamos con una auditoría del stack por una razón. Saltársela produce justo las implementaciones de seis meses que este documento critica.

Preguntas que conviene hacer a cualquier proveedor

- ? ¿Cambia la tarifa de la plataforma cuando crece nuestro volumen de pedidos?
- ? ¿Pueden nuestros vendedores ver el carrito de un cliente antes de que sea pedido?
- ? ¿Sobrevive un carrito al cierre del navegador, a una batería agotada, a un cambio de dispositivo?
- ? ¿Pueden varias personas del mismo cliente construir un pedido conjuntamente?
- ? ¿Avisa el sistema cuando el mismo SKU ya se pidió hace poco?
- ? ¿Se cobran como usuarios los vendedores de campo y el personal de nuestros clientes?
- ? ¿Cuál es el tiempo de respuesta de búsqueda con nuestro catálogo real, no con uno de demostración?
- ? ¿Las apps móviles son nativas o un sitio web dentro de una carcasa?
- ? ¿Funciona el catálogo cuando un comprador no tiene señal?
- ? ¿Cuándo empieza la facturación: en la firma o en el go-live?
- ? ¿Qué pasa con nuestros datos e integraciones si nos vamos?

Siguiente paso

Una demo personalizada sobre su propio catálogo, una auditoría breve del stack y un piloto de bajo riesgo con resultados medibles en semanas.

app@rocketx.app

FUENTES

Digital Commerce 360 / Departamento de Comercio de EE. UU. para los totales y el crecimiento del ecommerce B2B. Baymard Institute para la tasa de abandono de carrito, promediada en 50 estudios (2006-2025); esa cifra cubre todo el ecommerce y no está segmentada para B2B. Gartner para el tamaño del grupo de compra en una adquisición B2B compleja. Esfuerzo de gestión de devoluciones según los benchmarks de distribución de la B2B E-commerce Association. McKinsey B2B Pulse, novena encuesta anual a 3.942 responsables de decisión B2B en 13 países, para los valores de pedido digital. Sensor Tower, State of Mobile 2026, para la porción del tiempo móvil fuera del navegador; esta cifra cubre todo el uso del smartphone, no específicamente pedidos B2B. Boston Consulting Group con Google, «Mobile Marketing and the New B2B Buyer» (2017), para la porción de ingresos B2B del móvil. Benchmarks de retención de Airship para notificaciones. Los plazos de implementación reflejan benchmarks de mercado 2026 para proyectos B2B de mercado medio y varían según el alcance.