

Velocidad de carga y su impacto en la conversión

Por qué cada segundo extra de carga te está costando conversiones y cómo recuperarlas

El tráfico de pauta es caro y se va en cuanto la página tarda en cargar. No es una percepción: una landing lenta abandona visitantes que ya pagaste por traer, y arruina el costo por resultado de toda la campaña. Esta guía te explica cómo medir la velocidad real de tu página, qué factores la están frenando y en qué orden atacarlos para recuperar conversiones sin rehacer todo el sitio.

Paso 1: entiende qué le cuesta una página lenta a tu negocio

Antes de optimizar, dimensiona el problema. La velocidad no es un capricho técnico, es plata que se escapa del embudo.

- El visitante de pauta tiene poca paciencia: llegó por un anuncio, no buscándote, y se va rápido.
- Una carga lenta sube tu costo por resultado porque pagas el clic pero pierdes la conversión.
- En celular el problema se multiplica: conexiones más débiles y pantallas donde la espera se siente más.
- Google también penaliza páginas lentas en calidad de anuncio, así que pagas más por el mismo clic.

Paso 2: mide la velocidad real, no la que sientes

Tu página te parece rápida porque ya está en caché en tu navegador. Mide con herramientas y con celular real, no con tu impresión.

- Usa PageSpeed Insights para ver puntaje y, sobre todo, las métricas de carga reales.
- Mira el LCP (cuándo aparece el contenido principal): por debajo de 2,5 segundos es la meta.
- Prueba en un celular de gama media con datos móviles, no solo en tu wifi de oficina.
- Mide siempre la página tal como la ve el visitante de pauta, con todos los pixeles y scripts cargando.

Paso 3: ataca las imágenes primero

En la mayoría de landings, las imágenes pesadas son la causa número uno de lentitud. Es también lo más fácil y rápido de arreglar.

- Comprime cada imagen antes de subirla: una foto de hero no debería pesar varios megabytes.
- Usa formatos modernos como WebP, que pesan mucho menos sin perder calidad visible.
- Carga las imágenes que no se ven al inicio de forma diferida (lazy loading).
- Sirve cada imagen en el tamaño que realmente se muestra, no una enorme reducida por CSS.

Paso 4: limpia los scripts y rastreadores

Cada pixel, chat, mapa y librería que agregas suma peso. Muchos sitios cargan scripts que ya ni usan.

- Audita los scripts de terceros y elimina los que ya no usas o no aportan.
- Carga pixeles y rastreadores de forma asíncrona para que no bloqueen la pintura de la página.
- Evita widgets pesados de chat o reseñas que se carguen antes del contenido principal.
- Consolida etiquetas en un gestor en lugar de pegar diez scripts sueltos en el código.

Paso 5: optimiza la prioridad de carga

No todo tiene que cargar al mismo tiempo. La meta es que el visitante vea y pueda usar lo importante de inmediato.

- Prioriza el contenido visible sin scroll: que el hero y el llamado a la acción carguen primero.
- Difiere todo lo que esté más abajo para que no compita por recursos al inicio.
- Usa una buena infraestructura de hosting o CDN para servir los archivos más cerca del usuario.
- Minimiza y comprime el código (CSS y JavaScript) para que pese menos al descargarse.

Paso 6: vuelve a medir y mantén el hábito

La optimización de velocidad no es un evento único. Cada cambio nuevo puede volver a frenar la página.

- Después de cada ajuste, vuelve a medir para confirmar que mejoró y no empeoró otra cosa.
- Revisa la velocidad cada vez que agregues una sección, una imagen o un script nuevo.
- Documenta el puntaje antes y después para ver el impacto real de cada cambio.
- Si la conversión sube tras acelerar, ya tienes la prueba de que la velocidad sí mueve la aguja.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com