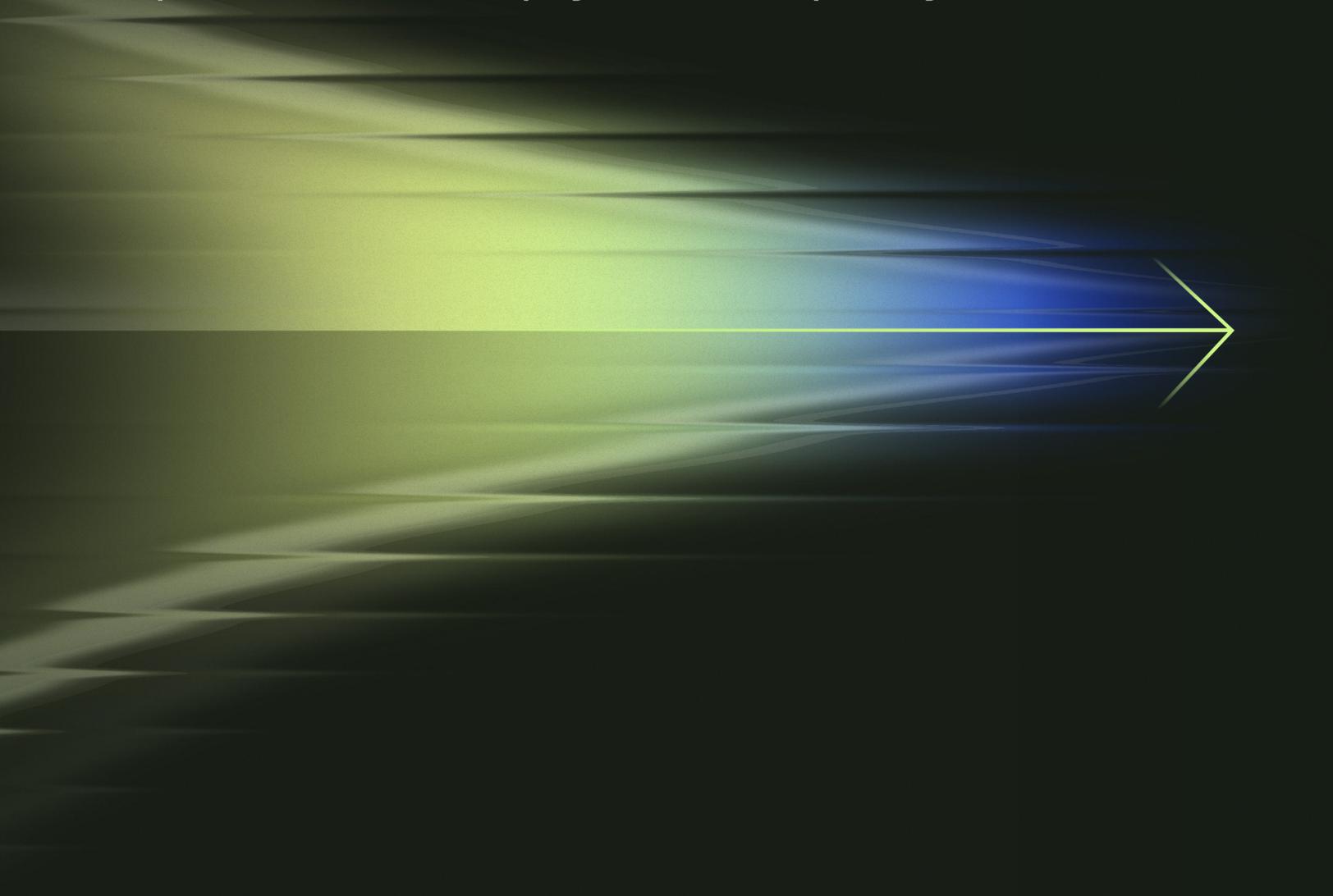


# El comercio se mueve más rápido en Shopify

Por qué los sitios de Shopify son más rápidos y convierten más



# Contenido

01

Resumen ejecutivo

→ página 3

02

Los retos actuales de ofrecer experiencias comerciales eficientes

→ página 5

03

Qué hace que la infraestructura de Shopify sea tan sólida

→ página 8

04

Cómo influye la velocidad del sitio en las tasas de conversión

→ página 12

05

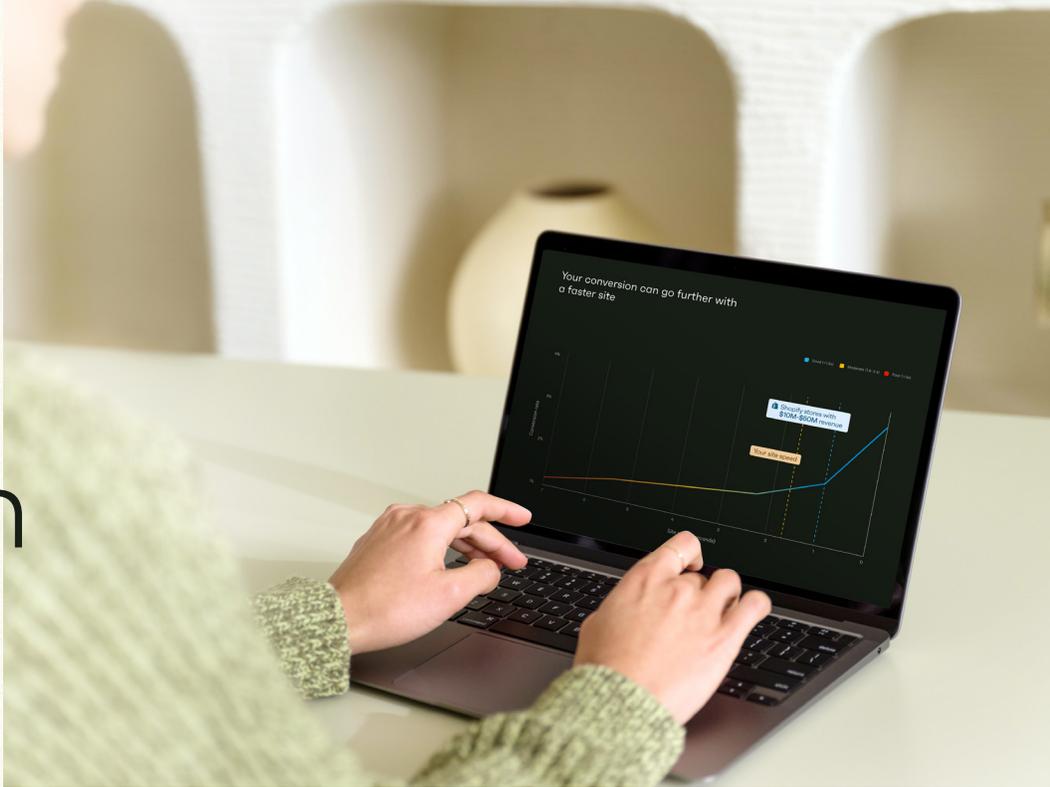
Shopify aumenta la velocidad de tu sitio y la conversión

→ página 14

06

Una mejora de medio segundo en la velocidad del sitio genera un crecimiento empresarial exponencial

→ página 16



# 01

## Resumen ejecutivo

Medio segundo no parece mucho tiempo, pero en el ecommerce puede suponer una gran diferencia para los compradores. Según datos e investigaciones de Shopify, solo medio segundo puede tener un impacto considerable en la conversión y en todo el recorrido del cliente.

Un sitio lento afecta a mucho más que a tu resultado neto. Además de la pérdida de clientes e ingresos, también tendrás que restar recursos a la innovación para solucionar una lista potencialmente larga de problemas. La mejora del rendimiento web permite a empresas como la tuya ganar más autonomía sobre el sitio web y redistribuir los recursos de I+D a proyectos fundamentales que realmente pueden hacerte destacar.

El núcleo de la filosofía de desarrollo de Shopify consiste en hacer frente a la complejidad de nuestros clientes para que ellos no tengan que hacerlo. Nos tomamos esta filosofía muy en serio y es un orgullo que nuestro trabajo se vea respaldado por datos públicos y veraces.

**A continuación resumimos brevemente nuestros hallazgos:**

### 1,8 veces

Las tiendas de Shopify son las más rápidas del mundo, ya que se renderizan 1,8 veces más rápido que las tiendas de otras plataformas.

### 93%

El 93% de las marcas de Shopify tiene una tienda rápida, una cifra superior a cualquier otra plataforma de comercio.

### 0,5 s

Mejorar la velocidad de tu sitio en medio segundo podría aumentar la conversión.

En esta guía vamos a analizar cómo un sitio más rápido mejora la conversión. Además, vamos a desentrañar cómo Shopify permite a nuestros emprendedores disponer de los sitios más rápidos del sector, con la mejor infraestructura de su clase que reduce el tiempo y los recursos necesarios para crearlos.



**Nota: Vamos a comentar algunos de los aspectos técnicos que contribuyen a que un sitio web sea rápido. Si te interesa más saber cómo afecta la velocidad a los resultados netos, [haz clic o pulsa aquí para avanzar](#).**

Antes de examinar los resultados, presentamos un desglose de la metodología que hemos utilizado para realizar nuestro análisis, así como algunas definiciones estándar del sector a las que nos referiremos a lo largo de este informe.

- **Este informe se basa en datos públicos de Google.** Google agrega datos de velocidad de sitios web de usuarios reales y los presenta públicamente como parte del método estándar del sector para medir el rendimiento: Métricas principales.
- Nuestra afirmación de que las tiendas de Shopify son las más rápidas del mundo se ha calculado a partir de datos públicos de las métricas principales de Google, obtenidos de casi 200.000 sitios web de todos los rangos de ingresos y de las principales plataformas de comercio.
- Nuestra muestra para este estudio solo incluye tiendas creadas de forma nativa en Shopify. Este informe destaca la velocidad predeterminada de un sitio de Shopify, por lo que hemos excluido de nuestro análisis las versiones headless. Sin embargo, nuestra suite de herramientas headless permite a las [marcas empresariales](#) crear las mejores experiencias personalizadas de su categoría.

**Este estudio ha analizado el rendimiento de la página de inicio basándose en dos métricas:**

**El tiempo hasta el primer byte (TTFB)**, al que nos referimos en este informe como velocidad del servidor, es el tiempo que tarda el servidor que aloja un sitio web en responder al navegador del cliente. Se trata de un claro indicio de la calidad de la infraestructura subyacente.

**El primer procesamiento de imagen con contenido (FCP)**, al que nos referimos a lo largo de este informe como velocidad del sitio, mide el tiempo que tarda el primer elemento de una página (como un texto o una imagen) en hacerse visible para el usuario.

Como se puede ver, hemos utilizado el primer procesamiento de imagen con contenido (FCP), en vez del [procesamiento del mayor elemento con contenido \(LCP\)](#), que también es una métrica principal de Google. Aunque el LCP es importante, se ve muy afectado por factores como la lentitud de los temas o la abundancia de plugins de terceros, lo que hace difícil (e injusto) utilizarlo como referencia para medir la velocidad del sitio.

## Metodología y definiciones



200.000

Número de sitios utilizados para calcular y respaldar nuestra afirmación

# 02

## Los retos actuales de ofrecer experiencias comerciales eficientes



Todos los minoristas del planeta estarían de acuerdo en que contar con un sitio web rápido es fundamental para su éxito. El problema es que crear la infraestructura necesaria para ello sigue siendo un reto enorme. Hay dos factores que contribuyen a que la infraestructura de los servidores sea un quebradero de cabeza para algunos de los CTO y CIO más experimentados del planeta:

1

**Asumir los costes crecientes de la infraestructura de servidores**

2

**Mantener el ritmo de la innovación**

### Asumir los costes crecientes de la infraestructura de servidores

Que levante la mano quien haya intentado crear una infraestructura de servidores más moderna sin mucho éxito. Aunque la mayoría de los ejecutivos no técnicos estaría de acuerdo en que la velocidad del sitio es importante, también es **cara**. Igualmente lo es el personal que hay que contratar (y retener) para que todo siga funcionando.

La infraestructura informática suele ser uno de los mayores gastos para un minorista de venta directa al consumidor, y esos costes han aumentado de forma constante en los últimos años sin que haya indicios de que vayan a detenerse. Según [datos recientes de BLS](#), se prevé que los servicios en la nube representen el 14,2% del gasto total en tecnologías de la información (TI) en todo el mundo en 2024, frente al 9,1% del gasto en 2020.

No es difícil remontarse a 2006, cuando los servidores en la nube empezaron a estar más al alcance de las empresas y prometían reducir drásticamente los costes. Y, desde luego, son mucho más baratos que cualquier solución local que se pueda crear, sobre todo con la cantidad de tráfico que debe gestionar un sitio web de ecommerce. No obstante, tal y como hemos visto en las dos últimas décadas, los servidores en la nube siguen siendo muy caros de instalar y mantener.



# 14,2%

Este porcentaje del gasto total en tecnologías de la información se destina a servicios en la nube, según las previsiones para 2024

Los modelos de precios varían en función de cada proveedor y fluctúan según las necesidades de la empresa, pero una empresa mediana típica puede gastar fácilmente hasta 10.000\$ al mes solo en una red de distribución de contenido (CDN) y en tarifas de alojamiento. Este coste no incluye los servicios esenciales de supervisión de terceros, como Splunk o Datadog, que son herramientas fundamentales que tienen un coste elevado.

Por supuesto, esto puede variar en función de la cantidad de tráfico que se envíe a la CDN y todo está costado por el usuario. En consecuencia, muchas empresas intentan reducir sus costes mensuales haciendo concesiones significativas en su sitio web. Muchos expertos en rendimiento empiezan por reducir el tamaño de las imágenes de los productos en todo el sitio. Aunque esto puede aumentar la velocidad de tu sitio y reducir los costes, se trata de una gran concesión, sobre todo si compites con minoristas de Shopify que no tienen que hacerla.

Además, una vez implementada la tecnología, es necesario contar con profesionales de alto nivel, que también cobran sueldos elevados por sus servicios. En 2024, el salario medio de un ingeniero de infraestructuras superará ligeramente los 106.000\$ anuales. Si se extrapola esa cifra a un organigrama de infraestructuras típico, el coste de cubrir esos puestos aumenta rápidamente.

Incluso si quisieras mantener tu infraestructura de servidores con un equipo reducido, este es el aspecto que debería tener tu organigrama:

Rol	Salario medio
Responsable de CDN o ingeniero de redes	122.796\$
Responsable de seguridad	147.426\$
Responsable de operaciones	109.739\$

**Nota:** Estas cifras son salarios medios basados en datos públicos de Glassdoor. La remuneración real de los profesionales de alto nivel que necesitarás para estos puestos variará en función de los años de experiencia, las competencias requeridas y la ubicación.

Es probable que tu primera reacción ante esta tabla sea doble. En primer lugar, se trata de un equipo muy básico. Además, ¿no tendrías a estas personas en plantilla de todos modos? En la mayoría de los casos, sí. Sin embargo, hemos visto ejemplos de minoristas en Shopify que se han convertido en organizaciones de nivel medio con un GMV de hasta 10 millones de dólares sin ningún recurso técnico interno.

## Mantener el ritmo de la innovación

Cada vez más empresas estudian cómo mantenerse a la vanguardia de la innovación en ecommerce. No obstante, la mayoría ha descubierto que hacerlo no solo es caro, sino también difícil. Las pequeñas mejoras en la latencia de la red han demostrado ser un reto para matemáticos de nivel doctoral y los líderes tecnológicos no tienen reparos en expresar su frustración.

Según Lenovo, el 57% de los responsables de informática afirma que sustituirían la mitad o más de la tecnología actual de su empresa si tuvieran la oportunidad de empezar de cero, y el 25% afirma que sustituiría la mayor parte o la totalidad. Las empresas han respondido siguiendo estos deseos de eliminar la mayoría de sus sistemas heredados y empezar de nuevo, y muchas de ellas lo han hecho dejando que Shopify se encargue de todas sus necesidades en cuanto a la infraestructura.



# 57%

Este porcentaje de los responsables de informática afirma que sustituiría la mitad o más de la tecnología actual de su empresa si tuviera la oportunidad de empezar de cero.

# 25%

Este porcentaje afirmó que sustituiría la mayor parte o la totalidad.

**Shopify ha invertido tanto en la infraestructura de la plataforma porque no queremos que nuestros clientes se preocupen por los costes y recursos necesarios para ampliar sus negocios.**

De este modo, nuestros clientes pueden dedicar más tiempo y asignar más presupuesto a proyectos que aporten más valor a sus clientes, en lugar de dedicarse a construir (y reconstruir) su sitio web y su infraestructura de servidores.





# 03

## Qué hace que la infraestructura de Shopify sea tan sólida

Tiempo hasta el primer byte (TTFB) más lento

1,99 s

Tiempo hasta el primer byte (TTFB) medio

1,4 s

Shopify

0,51 s

Todos los planes de Shopify están totalmente alojados en nuestros servidores, que han demostrado ser lo suficientemente rápidos y fiables para algunos de los mayores minoristas del planeta. Según las métricas principales de Google, un sitio medio de Shopify tiene un tiempo hasta el primer byte (TTFB) o velocidad de servidor de 0,51 segundos. El TTFB medio de otras plataformas de comercio es de 1,4 segundos y el más lento es de 1,99 segundos.

”

En otras palabras, Shopify tiene la velocidad de servidor más rápida en el comercio, con una media de 2,8 veces y hasta 3,9 veces más rápida.

Se trata de diferencias asombrosas en la velocidad del servidor, que son posibles gracias al enfoque de Shopify hacia la innovación y la experimentación. Este enfoque se manifiesta de dos maneras: grandes inversiones para modernizar nuestra infraestructura en la nube y el desarrollo de las relaciones existentes con partners del sector.

## Inversiones constantes para modernizar nuestra infraestructura en la nube



9.300 mills.  
de USD

en ventas el Black Friday y el Cyber Monday en 2023



35%

Los sitios de Shopify fueron un 35% más rápidos el año pasado.

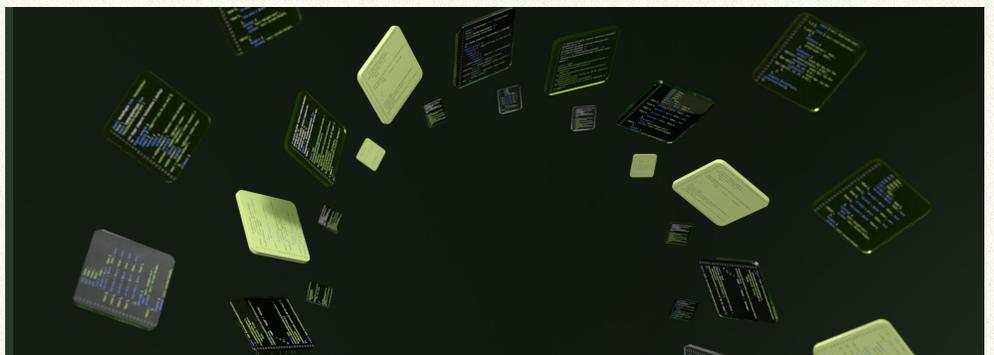
Shopify ha realizado una gran inversión para ampliar la disponibilidad de sus servidores en la nube, lo que se hace patente en tres aspectos. Como complemento a nuestros ya de por sí fuertes puntos de presencia en Norteamérica, ampliamos nuestra flota de servidores de Google Cloud a ubicaciones de toda Europa, lo que hace que los sitios se rendericen más cerca de los usuarios y mantiene a las empresas más cerca de sus clientes. Además, utilizamos una CDN de Cloudflare, que cuenta con más de 300 puntos de presencia.

Aunque esta inversión beneficia a los emprendedores a diario, nunca fue más evidente que en el fin de semana del Black Friday y Cyber Monday de 2023, cuando más de 61 millones de consumidores en todo el mundo compraron a marcas con tecnología de Shopify, lo que generó 9.300 millones de USD en ventas. Shopify es también la plataforma elegida por los vendedores flash, ya que impulsa algunas de las mayores ventas que se han visto jamás. Y el resultado de todo ello es una infraestructura completamente reforzada.

**Además de nuestra flota ampliada de servidores basados en la nube, también anunciamos que los sitios de Shopify se volvieron un 35% más rápidos el año pasado. Este salto masivo fue el resultado de varios cambios clave, entre los que se incluyen los siguientes:**

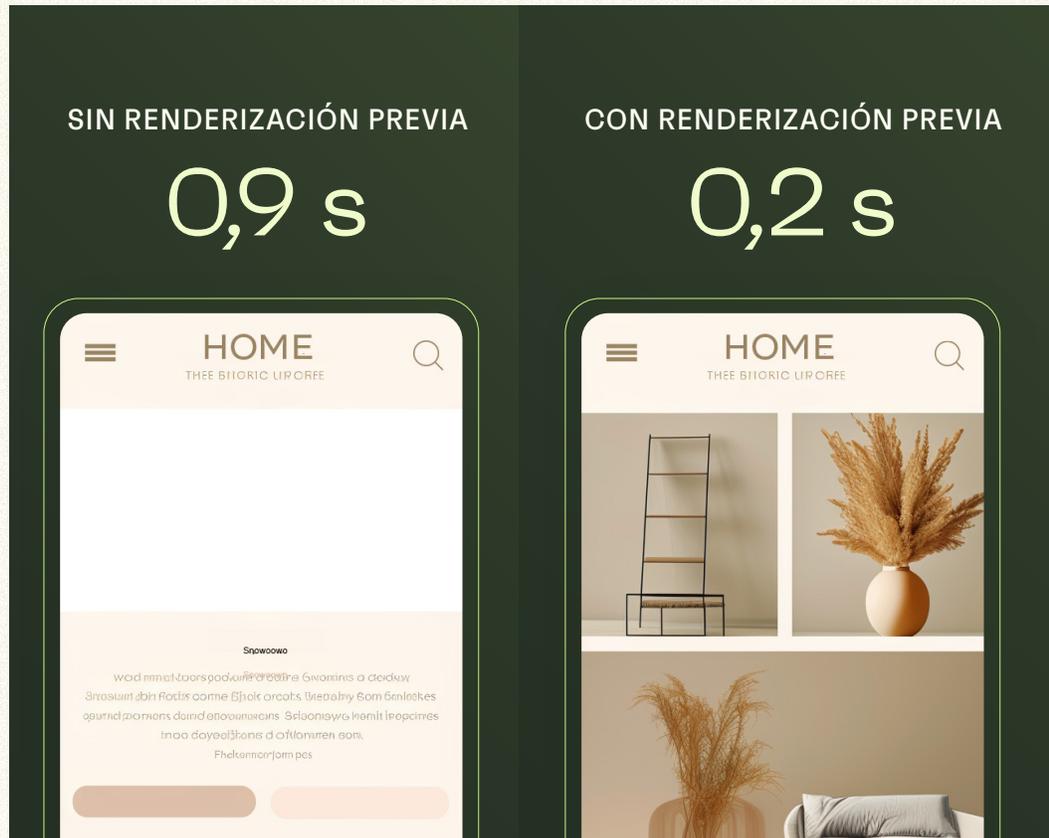
- 1 Alojamiento consolidado, lo que significa que el contenido estático ahora comparte el mismo dominio que tu tienda en lugar de usar `cdn.shopify.com`.
- 2 Las secciones y los bloques del tema pueden aplicar de forma inteligente técnicas de carga lenta en función de la ubicación en la página.
- 3 El contenido estático se aloja ahora en el mismo nombre de anfitrión que tu tienda. Cuando Shopify empezó, las prácticas recomendadas para los navegadores era alojar el contenido estático como imágenes, javascript y CSS en un dominio separado como `cdn.shopify.com`.

Buscamos constantemente formas de experimentar con nuestros partners en un esfuerzo por hacer que los sitios web sean más rápidos para nuestros emprendedores. Recientemente, hemos empezado a trabajar con Google Chrome para implantar reglas de especulación en todos nuestros sitios. Google Chrome renderiza previamente una página cuando un usuario escribe una URL en la barra de búsqueda, introduce un término de búsqueda en la barra de búsqueda o cumple cualquier otra condición en la que un sitio web utilice su API Speculation Rules para indicar a Chrome qué páginas debe renderizar previamente.



## Relaciones con partners del sector

Como se muestra aquí, las reglas de especulación pueden permitir lo que parece una renderización casi instantánea de un sitio web increíblemente rico en contenido multimedia.



Aunque todavía estamos experimentando con las reglas de especulación para los sitios de Shopify a un nivel más amplio, hemos empezado a activarlas para los sitios de forma limitada. En el tiempo que llevamos haciéndolo, ya hemos visto una mejora de 200-300 milisegundos en los tiempos de renderizado.

Este es solo un ejemplo del compromiso de Shopify con la innovación constante. En nuestro [Edition de invierno de 2024](#), anunciamos más de 100 nuevas actualizaciones de productos fundamentales diseñadas para ayudar a las empresas a elevar sus negocios. Este verano vamos a anunciar más de 150 nuevas funciones.

Aunque nos complace afirmar que los sitios de Shopify son los más rápidos del sector, también creemos que es importante ir constantemente más allá, y siempre estamos buscando nuevas formas de experimentar y mejorar nuestra infraestructura para ofrecer a los clientes sitios web ultrarrápidos.

También trabajamos con una amplia red de partners que colaboran con las empresas para optimizar la velocidad del sitio, especialmente a medida que sus pilas tecnológicas evolucionan y se vuelven más complejas.

Un ejemplo es **CQL**, que ayuda a las marcas de Shopify a optimizar diferentes áreas de rendimiento, incluyendo:



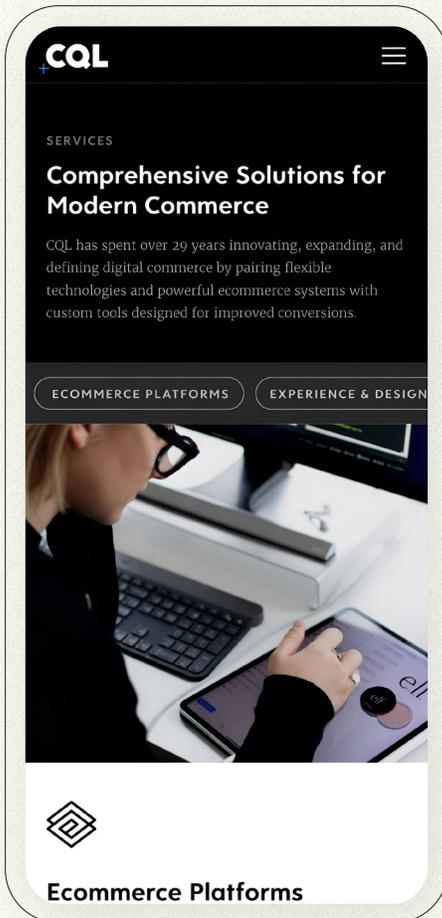
Optimización y priorización de imágenes y contenido multimedia utilizando CDN de Shopify y las prácticas recomendadas para garantizar que el cliente reciba rápidamente el contenido multimedia más impactante.



Nos centramos en la interacción entre scripts y plataformas de terceros para que las grandes herramientas que funcionan bien de forma aislada sigan funcionando al máximo en un ecosistema.



Revisamos las secciones y personalizaciones existentes para aprovechar las nuevas funcionalidades de Shopify y la evolución de los estándares de rendimiento.



El equipo de CQL nos cuenta que, al alinear los objetivos de rendimiento con las métricas principales de Google, sus clientes han observado importantes beneficios de SEO tras migrar a Shopify. CQL también nos dice que la infraestructura de alojamiento fiable de Shopify libera a sus desarrolladores para apoyar proyectos de velocidad del sitio de nuevas maneras.

# 04

## Cómo influye la velocidad del sitio en las tasas de conversión

**Vale, ya hemos establecido que la infraestructura de servidores de Shopify es la mejor del sector. Pero ¿qué significa eso para el resultado neto? Pues resulta que bastante.**

Hemos estado hablando de la velocidad del sitio en términos de milisegundos. Y, aunque la mayoría de los sitios se cargan con suficiente rapidez para el ojo inexperto, esas mejoras aparentemente menores tienen un efecto espectacular en la conversión. Según datos e investigaciones de Shopify, aumentar la velocidad de tu sitio incluso en medio segundo puede aumentar tu tasa de conversión. También vale la pena señalar que la velocidad media del sitio Shopify es de 1,2 segundos.

Ahora bien, decir que las tasas de conversión aumentan como resultado directo de una mayor velocidad del sitio web quizá no sea una noticia sorprendente. Sin embargo, hay otros beneficios tangencialmente relacionados con la velocidad del sitio que, en última instancia, afectan a tu capacidad para atraer, retener y convertir a los usuarios en compradores.



# Cómo afecta la velocidad del sitio al SEO

En 2010, [Google](#) anunció que comenzaría a utilizar la velocidad del sitio como una nueva señal en sus algoritmos de clasificación de búsqueda. Afirmaron lo siguiente:



Los sitios más rápidos generan usuarios satisfechos y hemos comprobado en nuestros estudios internos que, cuando un sitio responde con lentitud, los visitantes pasan menos tiempo en él.

Esto ha demostrado ser cierto en repetidas ocasiones desde que Google anunció esta actualización del algoritmo. A medida que empeora tu clasificación en las búsquedas, también lo hace la cantidad de tráfico que recibe tu sitio web. En última instancia, esto hace que tu tienda tenga menos oportunidades de convertir en clientes a los usuarios que visitan tu sitio.

Los estudios también demuestran que los usuarios de internet son más impacientes que nunca. [Semrush](#) informó recientemente de que la tasa de rebote (o el porcentaje de usuarios que entran en una página y la abandonan) casi se triplica si la página tarda más de tres segundos en cargarse. Por ejemplo, la tasa de rebote a los 2 segundos es del 41%. La tasa de rebote a los 1,5 segundos es del 35%.

## Los tiempos de carga lentos aumentan el porcentaje de rebote

Tiempo de carga de la página	Probabilidad de rebote
De 1 a 3 segundos	+32%
De 1 a 5 segundos	+90%
De 1 a 6 segundos	+106%
De 1 a 10 segundos	+123%

Fuente: [Semrush](#)

Por el contrario, hemos analizado las métricas principales de Google que recopilamos cuando un comprador entra en un sitio de Shopify y hemos descubierto que un aumento de medio segundo en la velocidad del sitio puede reducir la tasa de rebote. Aquí tienes un análisis más detallado de cómo el salto a Shopify afecta a la conversión.

# 05

## Shopify aumenta la velocidad del sitio y la conversión



**Bien, es hora de responder a la pregunta del millón: ¿por qué debería dejar que Shopify se encargue de la infraestructura de mi servidor?**

La respuesta es doble. En primer lugar, el compromiso de Shopify de mantenerse a la vanguardia de la infraestructura de servidores en tu nombre es inigualable. Y, lo que es más importante, los datos muestran que las tiendas de Shopify son las más rápidas del mundo y que mejoran a un ritmo increíble.



De media, nuestras tiendas se renderizan **1,8 veces** más rápido que las de otras plataformas. Además, según datos del primer procesamiento de imagen con contenido (FCP), el 93% de las marcas de Shopify tiene un sitio web que Google sitúa en su categoría "rápido", más que ninguna otra plataforma.

Si bien hemos insistido en el hecho de que un aumento de medio segundo puede mejorar la conversión, hemos visto varios ejemplos de empresas que fueron capaces de lograr ese aumento fácilmente al migrar a Shopify.



Uno de estos ejemplos es Molekule, cuyos tiempos de carga de la página de pago se dispararon a más de un minuto en su plataforma anterior. Desde la migración a Shopify, la compañía ha visto un gran cambio tanto en la velocidad del sitio como en las tasas de conversión.

75%

Porcentaje de aumento de la tasa de conversión de dispositivos

10%

Porcentaje de aumento del tráfico

7%

Porcentaje de crecimiento de suscriptores netos



Nuestra transición a Shopify ha disparado el rendimiento de nuestro ecommerce y ha facilitado un repunte completo en el crecimiento de nuestros ingresos por suscripciones. Ahora que Shopify gestiona las complejidades del ecommerce por nosotros, nuestro equipo está totalmente dedicado a resolver retos técnicos, fomentar la innovación de productos y ofrecer un valor excepcional a nuestros clientes a través de la aplicación Molekule.

**Rachel Beisel**

Senior Vice President of Marketing  
Molekule



# 06

## Una mejora de medio segundo en la velocidad del sitio genera un crecimiento empresarial exponencial

Las cifras no engañan. Según una gran cantidad de datos disponibles públicamente, los sitios de Shopify han demostrado ser los más rápidos del sector por un amplio margen. Más allá de eso, los sitios de Shopify son rápidos de manera predeterminada, gracias en gran parte a nuestra infraestructura líder en el sector que permite a las empresas crear sitios web rápidos para todos los usuarios, independientemente de su ubicación.

Podríamos haber llenado varias páginas de este informe con ejemplos de marcas cuyos sitios se volvieron inmediatamente más rápidos después de migrar a Shopify. Además, no se trata de aumentos incrementales. Empresas como [Transformer Table](#) alcanzaron más de 100 millones de USD en ventas anuales después de migrar a Shopify, y citaron un aumento del 67% en la velocidad del sitio como uno de los principales factores que contribuyeron a ese éxito.

Migrar a Shopify te proporciona las herramientas necesarias para lanzar rápidamente un sitio web comercial. Tu sitio no solo será rápido, sino que te permitirá generar dinero rápidamente y, en última instancia, evolucionar hacia el tipo de negocio con el que soñabas cuando lo lanzaste.



Comprueba si la velocidad de tu sitio está a la altura con nuestra auditoría de velocidad del sitio

