

martes 11 de agosto de 2026

Tu web no vende... y quizá el problema no sea el que imaginas

David Guillén Casado

Consultor especializado en comunicación digital y diseño web



[Descargar imagen](#)

Has dedicado tiempo a crear tu página web, o tu tienda online. Preparaste los productos, escribiste los textos, buscaste buenas fotos. Puede que hasta algún amigo te dijera eso de "¡qué bien ha quedado!".

Y sin embargo, pasan los días y no llega nada. Entrás varias veces al día a comprobar si hay alguna venta o algún mensaje de contacto. Nada.

Lo normal es pensar que el problema está en el precio, en los productos o en la propia web. Y podría ser. Pero antes de darle vueltas a todo eso, vale la pena hacerse una pregunta mucho más simple: ¿está llegando alguien de verdad a tu web? Porque esa es la parte que casi siempre se nos pasa por alto.

Con una tienda física lo tenemos clarísimo

Piensa en si quisieras abrir una tienda en tu ciudad. Buscarías un buen local, a ser posible en una calle con paso de gente. Cuidarías el escaparate, pondrías un cartel visible, se lo contarías a todo el mundo. Puede que repartieras folletos, publicaras algo en redes o montaras una pequeña inauguración.

A nadie se le ocurre abrir una tienda y sentarse a esperar a que, por casualidad, alguien entre por la puerta.

Pues con una web hacemos justo eso. La publicamos, comprobamos que funciona bien... y esperamos a que Google la encuentre, a que empiecen a llegar visitas, a que esas visitas se conviertan en clientes.

Pero internet no funciona así. Tener una web es importante, sí, igual que tener un local. Lo que pasa es que el local, por sí solo, no te llena la tienda. Y con la web ocurre lo mismo.

Nadie compra lo que no sabe que existe

Hay una idea que repito mucho porque resume bastante bien todo esto: no puedes venderle a quien no sabe que existes. Antes de que alguien compre tiene que encontrarte, y antes de encontrarte tiene que haber un camino que lo lleve hasta tu negocio.

Ese camino puede ser muchas cosas. Alguien te busca en Google y te encuentra. Alguien ve una publicación tuya en redes. Un cliente te recomienda. O simplemente alguien hace clic en un anuncio. Lo que tienen en común todos esos caminos es que ninguno aparece solo: hay que trabajarlos.

¿Y cómo se consigue esa visibilidad?

No hay una fórmula única. Si quieres aparecer cuando alguien busca en Google, toca trabajar el SEO, el posicionamiento en buscadores. Si necesitas resultados más rápido, puedes tirar de publicidad en Google o en redes sociales. También puedes usar tus perfiles para compartir lo que haces y mantener el contacto con quien podría comprarte.

Y hay algo que se olvida más de lo que debería: si ya tienes clientes, cuéntales que ahora también pueden encontrarte por internet. Parece de sentido común, pero es muy habitual que un negocio lance su tienda online y ni sus propios clientes lleguen a enterarse de que existe.

No hace falta estar en todos los sitios a la vez. Se trata de elegir los canales que tienen sentido para ti y trabajarlos con constancia. Porque una web sin visitas es como una tienda preciosa en una calle por la que nunca pasa nadie.

¿Cómo sabes si realmente está entrando gente?

Por suerte, no tienes que adivinarlo. Hay herramientas gratuitas que te dicen cuánta gente visita tu web, de dónde viene y qué hace una vez dentro.

Google Analytics te ayuda a entender el comportamiento de esos visitantes: cuántos son, cuánto tiempo se quedan, qué páginas miran. Google Search Console, por su parte, te muestra cómo te encuentra la gente en Google: por qué búsquedas apareces, cuántos clics recibes.

Con esos datos puedes responder algo bastante importante: ¿el problema es que no llega nadie, o que quienes llegan no acaban comprando? Son dos situaciones muy distintas, y cada una pide una solución diferente.

Ahora que ya sabes lo que funciona...

Cuando una web no vende, es fácil pensar que hay que cambiar el diseño, bajar los precios o rehacer toda la estrategia. Pero muchas veces el problema está antes de todo eso: simplemente no hay suficiente gente llegando.

Y eso, en el fondo, es una buena noticia. Si sabes dónde está el problema, ya sabes cuál tiene que ser el primer paso: conseguir que alguien te encuentre.