

Tus Ideas: "Una web no responsive puede reducir hasta un 53% de los clientes potenciales de una empresa"

[Multimedia](#)

A diario las personas realizan miles de búsquedas a través de Internet sobre productos, servicios y empresas a través del teléfono móvil. Un diseño responsive es fundamental para evitar el rebote de los usuarios

Hace mucho tiempo que los móviles sustituyeron en la mayoría de las tareas a los ordenadores y desde entonces, el número de usuarios que navegan con su Smartphone ha aumentado considerablemente. En España, el teléfono móvil es el principal dispositivo mediante el cual se accede a internet y alrededor de un 90% de las personas lo utilizan para ello. El uso de ordenadores tan solo tiene un alcance de un 55%, mientras que las tablets alcanzan un 34%. Por lo tanto, si la mayoría de las personas navegan mediante el móvil, las páginas web deberían adaptarse también al formato de este dispositivo.

El diseño responsivo, o responsive design, es la disciplina que adapta las páginas web a los diversos dispositivos que las personas utilizan para navegar. [Tus Ideas](#), una agencia de marketing con más de 15 años de experiencia ha podido observar este cambio a lo largo de los años y la gran importancia que tiene el diseño adaptativo. "El diseño adaptativo es fundamental para llegar a todos los usuarios y si el contenido no se adapta al formato móvil, es muy probable que haya una tasa de rebote mayor. Ofrecer una experiencia positiva al usuario reduce hasta un 53% la posibilidad de que los usuarios abandonen la página", explica Tus Ideas.

Gracias al diseño responsive una misma página web puede llegar a todos los usuarios, indiferentemente del dispositivo que estos estén utilizando para navegar. De esta forma, las empresas no necesitarán crear páginas alternativas para cada formato, sino que bastará con una sola versión adaptable. Las empresas que no cuentan con un diseño responsive a todos los formatos se arriesgan a ser penalizadas por Google, ya que no habrá un contenido duplicado. Cuando una empresa crea varias páginas web para todos los formatos, con el mismo contenido, es muy probable que estas webs sean penalizadas por Google por duplicidad.

No obstante, la principal ventaja del diseño responsive es que al haber menor tasa de rebote (menos abandono por contenido no adaptado) las empresas tendrán más tráfico y más alcance. Esta ventaja también favorece los algoritmos de Google, que valora que una web sea más accesible y es algo que tiene muy en cuenta a la hora de posicionar la web. Otra gran ventaja de las webs responsive es que estas suelen conseguir mejor los objetivos de las campañas

de marketing online. Gracias al uso de los dispositivos móviles, las webs pueden recibir más información sobre los intereses que tienen los usuarios.
