

RADIOGRAFÍA DE EJEMPLO · CALZADO INFANTIL,
ESPAÑA

Que los encuentren. Y que encuentren su talla.

Una Radiografía real, entregada en octubre de 2026, con la tienda anonimizada: quitamos su nombre, su logo y los datos que la identifican, y el resto está tal cual. Mira lo que no se ve desde dentro: cómo responde la tienda en el móvil, quién los encuentra en Google y en asistentes como ChatGPT, y qué pasa con la familia que ya busca lo que ustedes venden. Tienen el calzado respetuoso que buscan, al mismo precio que la marca. Falta que se vea.

EJEMPLO ANONIMIZADO · MEDIDO EL 13 DE OCTUBRE DE 2026

49

/ 100

Experiencia de compra

Seis frentes con su peso a la vista.

50

Móvil

Velocidad y uso en un iPhone.

24

Visibilidad

Google, Shopping, IA y publicidad.



LA PROPUESTA: COMPRA POR TALLA,
CON SU STOCK DE HOY

Tres notas, con el cálculo a la vista.

La experiencia de compra, frente por frente.

Los mismos seis frentes y pesos con los que medimos todas las tiendas.

Pago 25 % 68

Compra sin cuenta, con Shop Pay, PayPal, Google Pay, Bizum y Klarna. Pierde puntos porque el envío de 2,99 € solo aparece después de escribir la dirección.

Ficha de producto 20 % 38

Buenas descripciones y medidas en centímetros. Pero el botón fijo de compra está tapado, la talla viene elegida y casi ninguna ficha tiene opiniones ni un segundo producto.

Navegación 20 % 52

Buena búsqueda y menú claro. En una tienda de zapatos no se puede filtrar por talla, y no hay una colección con todo el calzado.

Velocidad 15 % 49

En la prueba de Google para móviles, la foto principal tarda de 18 a 23 segundos y cada página pesa unos 4 MB.

Que los encuentren y medir 10 % 40

Salen primeros solo con su nombre exacto. Meta y Google Ads reciben cada paso, pero no hay Google Analytics.

Atención automática 10 % 30

Un WhatsApp que abre un chat, sin agente. El 10 % de bienvenida se regala sin pedir el correo.



Mejores condiciones que muchas boutiques.

Envío en 24-48 h, gratis desde 49 €, y el primer cambio de talla gratis.



Fecha de entrega en cada ficha.

«Recíbelo entre el 15 y el 16 de octubre». Pocas tiendas pequeñas lo tienen.



Fichas con contenido.

Guías con el largo y el ancho del pie en centímetros, y descripciones completas.



Pagar es fácil.

Sin crear cuenta, con Shop Pay, PayPal, Google Pay, Bizum y Klarna.

En el móvil, la foto principal tarda unos 20 segundos.

Medimos cinco páginas con la prueba de velocidad de Google en perfil móvil, la misma conexión 4G que Google usa para todas las tiendas. **Cada página pide más de 400 archivos y pesa unos 4 MB.** Una familia con el móvil en la mano no espera tanto.

PÁGINA	VELOCIDAD	ACCESIBILIDAD	BUENAS PRÁCTICAS	GOOGLE	FOTO PRINCIPAL	PESO
Portada	48	84	79	85	22 s	4,1 MB
Colección de calzado	50	96	79	100	21 s	4,0 MB
Ficha MTNG Free	51	82	79	100	18 s	3,6 MB
Ficha de juguete	46	82	79	100	20 s	3,6 MB
Carrito	50	91	79	92	21 s	3,7 MB

Prueba de velocidad de Google (Lighthouse 12) en perfil móvil, 13 de octubre de 2026. La portada se midió tres veces y se muestra la mediana. Notas de 0 a 100: verde desde 90, ámbar desde 50.

Diez comprobaciones en un iPhone: pasa la mitad.

La nota móvil (50) suma a partes iguales la velocidad (49) y estas diez comprobaciones (5 de 10). En una conexión rápida la portada se pinta en medio segundo: el problema es el móvil medio con 4G, que es donde aterriza la publicidad.

✓ Nada se sale de la pantalla, en ninguna página.	✓ Texto legible: nada por debajo de 12 px en portada y colecciones.
½ Botones táctiles: bien en la cabecera y la compra; pequeños en la galería y el pie.	✗ El botón de compra siempre a mano: el fijo está tapado por WhatsApp.
✓ Sin ventanas que tapen al entrar.	✗ Buscar por talla o edad: solo hay filtro de precio y disponibilidad.
✓ Búsqueda que acierta, con foto y precio desde la primera letra.	✗ Opiniones en la ficha: 123 de 129 dicen «Sé el primero en escribir una reseña».
✗ Un segundo producto sugerido: 132 de 135 fichas no proponen nada.	½ Confianza junto al botón: fecha de entrega y pagos, sí; el cambio gratis, no.

Lo que la tienda puede aligerar: la etiqueta de Google se carga tres veces, Klarna se carga en todas las páginas y una app de opciones de producto pesa 323 KB en la portada, donde no se usa.

Con su nombre, salen primeros. Sin él, no salen.

Buscamos como lo haría una madre en Madrid: en Google, en Google Shopping y en tres asistentes de inteligencia artificial. Si escribe su nombre, los encuentra. Si escribe lo que necesita, encuentra a otros.

O de 8

búsquedas de compra en las que salen en la primera página de Google.

O

productos suyos en Google Shopping, ni gratis ni pagando.

O de 12

respuestas de ChatGPT, Gemini y Google a preguntas de compra que los mencionan.

O

anuncios en Google en toda su historia, con la etiqueta de Google Ads ya instalada.

Google: quién sale cuando buscan lo que ustedes venden.

Ocho búsquedas en español, desde Madrid, el 13 de octubre. La tienda no sale en la primera página de ninguna.

BÚSQUEDA	QUIÉN SALE PRIMERO	QUIÉN PAGA ANUNCIO
zapatos barefoot niños	Zapato Feroz, Garvalín, Deditos, Pisamonas	Nadie
calzado respetuoso niños	Mapa de Madrid: Leopótamo, Barefoot You, AmorShoes	Nadie
botines bebé primeros pasos	Conguitos, Biomecanics, Chicco, mtngshoes.com	El Corte Inglés
zapatillas con luces niños	Amazon, Megacalzado, Geox, Conguitos	Nadie
botas de agua niños	Pisamonas, igorshop, Okaa, Decathlon	Nadie
zapatillas mtng niños	mtngshoes.com, Amazon, Sprinter, Zalando	mtngshoes.com
juguets de madera montessori	Mapa de Madrid: Kamchatka, Geppetto	Sklum
paraguas infantil	Amazon, Clima, Decathlon, Tutete	Amazon



«botas de agua barefoot chetto». Seis tiendas pagan por enseñar las mismas botas que ustedes venden, al mismo precio: 29,95 €. La tienda no está en esa estantería.

La inteligencia artificial ya tiene favoritas.

Preguntas a tres asistentes, en conversaciones nuevas y sin historial. Las cuatro de la derecha son preguntas de compra.

ASISTENTE	SU NOMBRE	ZAPATILLAS CON LUCES	TIENDAS DE CALZADO INFANTIL	BOTINES EN MADRID	JUGUETES MONTESSORI
ChatGPT	✓	✗	✗	✗	✗
Gemini	✓	✗	✗	✗	✗
Google, modo IA	✓	✗	✗	✗	✗

La familia que ya sabe qué bota quiere compara en Shopping.

Ahí no hay ni un producto de la tienda, tampoco buscando su nombre. Hay señales de que la tienda está conectada a Google Merchant Center, pero sus productos no se muestran: el porqué solo se ve desde dentro. Y en sus fichas, dos de cada tres productos dicen la marca equivocada y ninguno lleva código de barras, que es con lo que Google empareja un producto.



ChatGPT, «Recomiéndame tiendas online de calzado infantil en España». Pisamonas sale en los tres asistentes. Tutete, una marca que ustedes venden, aparece recomendada como tienda.

La publicidad: Meta a ráfagas, Google apagado.

● META · ENCENDIDO

Decenas de anuncios en el año, en tandas cortas.

Casi todas las campañas duran de 4 a 15 días y van atadas a un código de descuento. Con campañas que se encienden y se apagan, Meta tiene poco tiempo para aprender a quién venderle.

● GOOGLE ADS · NUNCA

Cero anuncios, con la etiqueta ya instalada.

El centro de transparencia de Google no registra ningún anuncio de su dominio, ni en España ni en el mundo. Mientras tanto, El Corte Inglés, Amazon, Sklum y la propia MTNG pagan por las búsquedas de familias que buscan lo que ustedes venden.

Cinco cosas que frenan la compra en el móvil.

FICHA Y PAGO

El botón de comprar abre WhatsApp.

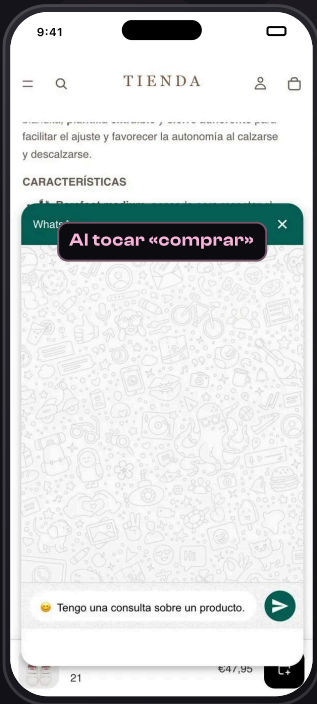
Al bajar por una ficha aparece una barra fija para añadir a la cesta. La burbuja de WhatsApp queda **justo encima del botón**, en las 4 fichas que revisamos. Quien toca para comprar termina en un chat, y la cesta sigue vacía.

En las fichas con tallas, el botón principal tampoco entra en la primera pantalla. **El único botón de compra a mano es el que está tapado.**

→ Subir o mover la burbuja mientras la barra esté visible. Treinta minutos de trabajo.



La barra fija, tapada



Lo que se abre

PAGO

El envío se descubre al final.

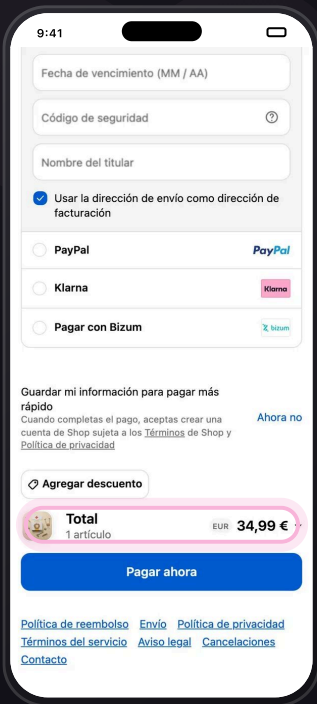
El envío cuesta **2,99 €** por debajo de 49 €, pero esa cifra no aparece en la ficha, ni en la cesta, ni al entrar al pago: «Los gastos de envío se calculan en la página de pago». Se ve después de escribir nombre, dirección y teléfono.

134 de sus 135 productos cuestan menos de 49 €, así que casi todo pedido de un artículo paga envío, y lo descubre en el último paso.

→ Bajo cada precio: «Envío 2,99 € · gratis desde 49 €». Y la cifra en la cesta, en vez del aviso genérico.



La cesta



El pago, sin envío

En una tienda de zapatos no se puede filtrar por talla.

El filtro del calzado ofrece solo **disponibilidad y precio**. Una familia con talla 30 la encuentra en **4 de los 22** modelos de la colección y en **13 de los 55** zapatos de la tienda, abriendo ficha por ficha.

No hay una colección con todo el calzado: el botón «Ver calzado respetuoso» de la portada lleva a «Deportivas». Y la talla tiene **cinco nombres distintos** en el catálogo, por eso Shopify no puede armar el filtro. Pisamonas y Zapasaurios enseñan las tallas en cada tarjeta.

→ Lo resolvimos en la prueba de más abajo: compra por talla, con su catálogo.

4 de 22

modelos de
«Deportivas» con la
talla 30 disponible

5

nombres distintos
para «talla» en el
catálogo

2

filtros en la colección de calzado: disponibilidad
y precio

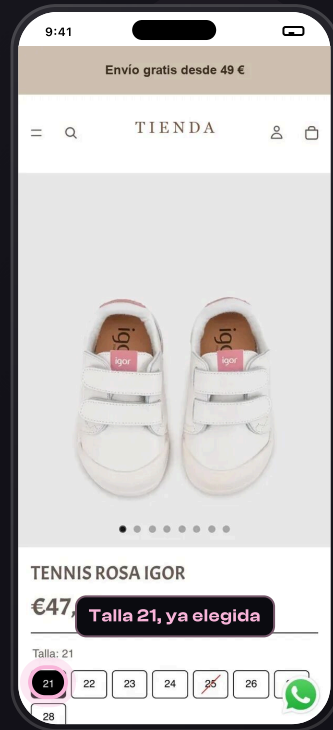
FICHA DE PRODUCTO

La talla viene elegida, y el cambio gratis no se ve.

Al abrir una ficha de calzado ya hay una talla marcada: **la más pequeña**, en las 4 que revisamos. Quien añade sin fijarse compra una talla que no es la suya, y como el primer cambio es gratis, ese envío lo paga la tienda.

Ese primer cambio de talla gratis es su mejor argumento frente al miedo a equivocarse. **En ninguna ficha aparecen las palabras «cambio» ni «devolución».**

- Que la ficha arranque sin talla y diga «Elige tu talla». Y junto al botón: «Primer cambio de talla gratis».



Al abrir la ficha

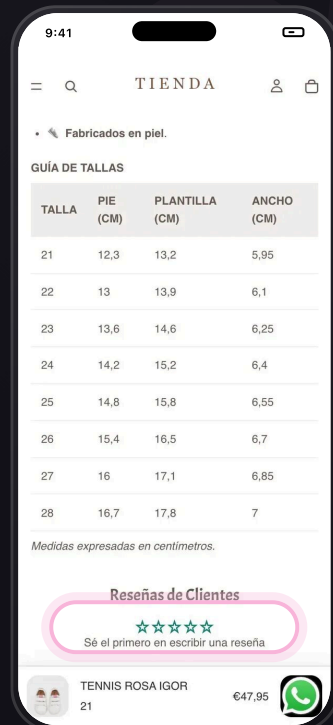
FICHA DE PRODUCTO

Fichas sin opiniones y sin un segundo producto.

Hay **7 opiniones en toda la tienda**, en 6 productos. En 123 de 129 fichas se ve el bloque vacío: «Sé el primero en escribir una reseña». En calzado infantil, lo que más convence es otra madre.

Y **132 de 135 fichas no sugieren ningún otro producto**. Con casi todo por debajo de los 49 € del envío gratis, el segundo artículo es lo que decide el pedido: las botas de agua sin el paraguas, el bañador sin la camiseta.

- Pedir la opinión unos días después de cada entrega, y activar las sugerencias automáticas que Shopify ya trae.

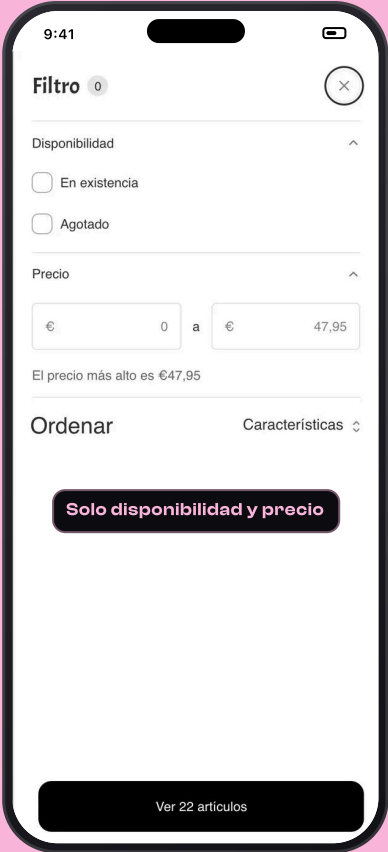


Debajo de la ficha

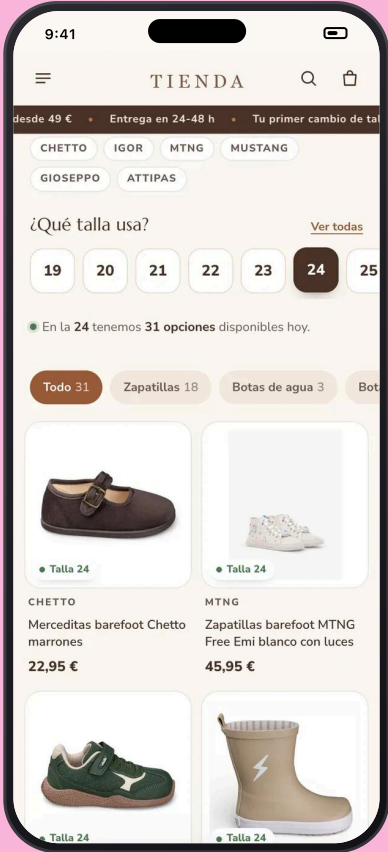
Dígannos su talla. Les enseñamos solo lo que hay.

Una compra por talla hecha con su catálogo y su stock de hoy: **50 modelos y 71 colores de calzado respetuoso**. La familia elige la talla una vez y la tienda enseña solo lo que hay. En la entrega real estaba conectada a su tienda: cada par llegaba a su cesta.

- 1 La talla primero, con el stock de hoy: en la 24 hay 31 opciones.
- 2 Cada color con su foto y sus propias tallas.
- 3 La marca correcta en cada par: Chetto, IGOR, MTNG, Mustang, Attipas.
- 4 Lo que los hace mejores, junto al botón: 24-48 h, primer cambio de talla gratis y WhatsApp.
- 5 El envío a la vista: 2,99 €, y cuánto falta para que sea gratis.
- 6 El botón de compra, sin nada encima.



HOY



PROPUESTA

Probado el 13 de octubre

Las botas de agua Chetto beige, talla 24, llegaron a su cesta real desde la propuesta. Vaciamos la cesta después; no hubo pedido.

Crecer es que todo trabaje **junto.**

En Monza nos enfocamos en el crecimiento de la tienda con todo el sistema conectado: que los encuentren en Google y en la IA, que la publicidad en Meta y en Google traiga a quien ya busca, que la tienda convierta en el móvil y que la familia vuelva. **Y saber qué trae cada venta.**



 **En el centro, la medición:** qué anuncio, qué búsqueda y qué conversación trajo cada pedido. Con eso se decide dónde poner cada euro.

● Lo operamos hoy para marcas como Eleonora Morales.

Cuatro preguntas que solo se responden con ustedes.

01 Cuántas visitas terminan en pedido.

Y en qué paso se van. Hoy no hay Google Analytics en la tienda para verlo.

02 Cuánto cuesta cada venta en Meta.

Con y sin código de descuento.

03 Qué ve Google por dentro.

Search Console y Merchant Center: qué páginas excluye y por qué no muestra sus productos.

04 Cuánto deja cada marca.

Es lo que dice cuánto se puede invertir para traer una familia nueva.

— ¿Y TU TIENDA?

Pide la tuya.

Revisamos tu tienda Shopify desde el móvil y te devolvemos lo mismo: las notas con su cálculo, lo que frena la compra con su captura y una propuesta funcional junto a tu página actual.

Gratis

3 marcas al mes

72 horas con cupo confirmado

Edgar Navarro · Monza Lab · edgar@monzalab.com · Pide la de tu tienda:

monzalab.com/shopify/radiografia. Ejemplo real con la tienda anonimizada: su nombre, su logo y los datos que la identifican se quitaron.