

Diseño web · Guía previa

Checklist para definir el sitio web de tu empresa

Seis decisiones que conviene resolver antes de elegir plantilla, herramienta o proveedor. Márcalas una por una; si alguna queda en blanco, ahí empieza el trabajo.

01

Objetivo

- ☐ Escribí la frase: «Esta web existe para que [persona] haga [acción]»
- ☐ La acción principal está definida (contacto, formulario, demo, venta)
- ☐ Los objetivos secundarios existen, pero se nota cuál es el primero

02

Audiencia y decisión

- ☐ Describo a la persona y su situación (problema, qué probó antes, qué le preocupa)
- ☐ Listé las 5 preguntas que mis clientes hacen antes de comprar, con sus palabras
- ☐ Sé si llega comparando proveedores o si ya decidió

03

Oferta

- ☐ Explico qué hago, para quién y qué resultado busca el cliente en 2 o 3 frases
- ☐ Dije para quién no es el servicio
- ☐ Muestro precios de partida o explico de qué depende el precio

04

Estructura

- ☐ Inicio, una página por servicio, quiénes somos, casos, contacto y páginas legales
- ☐ El menú pone primero lo que decide la compra y el contacto siempre se ve
- ☐ Cualquier página se alcanza en 2 clics desde el inicio

05

Contenido

- ☐ Titular y subtítulo de cada página, escritos
- ☐ Texto principal de inicio y de cada servicio
- ☐ Preguntas frecuentes reales
- ☐ Datos de contacto definitivos
- ☐ Cada imagen tiene una razón de estar

06

Marca

- ☐ Logo para fondos claros y oscuros
- ☐ Paleta con usos definidos y contraste suficiente
- ☐ Tipografías con licencia para web
- ☐ Guía de tono de voz

Diseño y móvil

- ☐ Se diseña primero pensando en el teléfono
- ☐ Probé completar la acción principal con el pulgar
- ☐ Texto normal con contraste mínimo de 4,5 a 1 (WCAG 2.2)

Tecnología

- ☐ Sé quién actualizará el contenido y con qué frecuencia
- ☐ Anoté qué funciones necesita la web hoy y en dos años
- ☐ Revisé límites de rendimiento y de migración de la herramienta

SEO base

- ☐ Título único por página
- ☐ Descripción breve y única por página
- ☐ Direcciones (URL) con palabras que se entienden
- ☐ Enlaces internos con texto descriptivo
- ☐ Imágenes con texto alternativo

Velocidad

- ☐ LCP de 2,5 s o menos
- ☐ INP de 200 ms o menos
- ☐ CLS de 0,1 o menos (medido en el percentil 75, móvil y escritorio)
- ☐ Pocos scripts de terceros

Medición

- ☐ Definí qué acciones cuentan como éxito (formulario, clic a WhatsApp, llamada)
- ☐ Search Console, GA4 y mapas de calor (Clarity) configurados antes de publicar

Datos y legales

- ☐ Política de privacidad que explica qué datos se recopilan y para qué
- ☐ Casilla de aceptación en cada formulario
- ☐ Canal de contacto para solicitudes sobre datos
- ☐ Información sobre cookies y analítica
- ☐ Revisé las normas de cada país donde atiendo (en Colombia, Ley 1581 de 2012)

Qué hacer esta semana

- ☐ Escribir la frase de objetivo
- ☐ Listar las 5 preguntas de mis clientes
- ☐ Dibujar en papel las páginas y el menú
- ☐ Redactar titular y subtítulo de inicio y de cada servicio
- ☐ Reunir los materiales de marca y anotar lo que falta
- ☐ Decidir quién mantendrá la web
- ☐ Definir qué acciones voy a medir

Con esta hoja resuelta, elegir herramienta, proveedor y presupuesto es una conversación mucho más concreta.



¿Quieres crear tu sitio web?

Ofrecemos soluciones en WordPress o podemos realizarlo con IA.

guillequinterot.com/contacto

Basado en el artículo «Cómo crear una página web para una empresa: qué decidir antes de diseñar». Las métricas de velocidad vienen de web.dev (Core Web Vitals), el contraste de W3C (WCAG 2.2) y las recomendaciones de SEO de Google Search Central. Los datos y legales son orientación general y no reemplazan la asesoría de un abogado.