

Definir una web en doce piezas

Todo lo que hay que decidir antes de que alguien abra el editor

FORMATO

Cuaderno de trabajo en PDF, con las doce piezas y sus preguntas

PARA QUIÉN

Quien encarga o dirige una web: dirección general, marketing, o el estudio que quiere entregar un encargo definido en vez de un brief de tres líneas.

CUÁNTO CUESTA

Dos sesiones de tres horas, más el trabajo de mesa entre una y otra.

ÚLTIMA REVISIÓN

26 de agosto de 2026

<https://quether.com/recursos/definir-una-web>

Qué te llevas

El kit que convierte «necesitamos una web nueva» en un encargo que se puede construir: objetivo, personas, mensajes, recorrido, arquitectura, inventario de pantallas, stack, medición, diseño, riesgos y plan por fases.

- + Las doce piezas en orden, con lo que se decide exactamente en cada una
- + La regla que impide que el sitemap se llene de páginas que nadie necesita
- + La tarjeta de pantalla: los tres campos sin los cuales una página no entra al mapa
- + La disciplina de la lista de rechazados, que vale tanto como la de elecciones
- + Las tres reglas de medición que evitan las discusiones de «pero mi panel dice otra cosa»

El problema que resuelve

Casi todos los proyectos de web empiezan por la parte visible: referencias, colores, «me gusta cómo lo hace esta otra empresa». Y casi todos descubren tarde que lo caro no era el diseño, sino las decisiones que nadie tomó: para qué existe el sitio, qué conversión manda sobre las demás, qué pasa con las URLs viejas, quién mantiene esto dentro de un año.

Este kit pone esas decisiones por delante. Doce piezas: once de trabajo y una de reglas. Se usan en orden, porque lo que se cierra en una alimenta a la siguiente. Al final no hay una web, hay un encargo que se puede construir sin volver a preguntar nada.

La regla de oro

Ninguna pantalla entra en el mapa sin tres cosas

Un trabajo que hacer, una persona a la que sirve y un evento que la mide. Si no supera las tres, no es una página: es un párrafo dentro de otra. Esta única regla evita el sitemap inflado, que es el defecto más común y el más caro de arreglar después.

De ella sale su hermana pequeña: una página, un trabajo. Si «servicios» son tres líneas de negocio, es una página con tres secciones, no tres subpáginas. Cada subpágina que se abre por comodidad es una URL que hay que mantener, enlazar, posicionar y, tarde o temprano, redirigir.

Las doce piezas

Cada marco decide una cosa y solo una. Lo que se cierra ahí no se rediscute en el siguiente: si aparece la tentación, es señal de que la pieza anterior no estaba cerrada de verdad.

Decidir

Para qué existe el sitio, a quién le habla, qué dice y por dónde pasa esa persona. Es la mitad del trabajo y la que casi siempre se despacha en una reunión de media hora.

01

El objetivo

SE CIERRA CON

Un objetivo primario —uno solo—, la conversión que manda sobre todas las demás, la lista de anti-objetivos y la métrica norte con la que se mide.

02

Personas e ICP

SE CIERRA CON

Una persona por columna, el filtro de empresa en tres capas y la anti-persona: a quién tiene que repeler la web y con qué mecanismo.

03

Propuesta de valor y mensajes

SE CIERRA CON

Posicionamiento, claim, diferenciadores, con qué se prueba cada uno y los guardarraíles de voz —incluida la lista de palabras prohibidas—.

04

El journey

SE CIERRA CON

Cada etapa con cinco filas: qué le está pasando, qué se pregunta, dónde ocurre, qué tiene que ver o sentir, y con qué evento se mide. Sin evento, la etapa no existe.

Dibujar

Cuántas páginas hay, cómo cuelgan y qué hace cada una. Es la primera decisión que se vuelve cara si se hace mal.

05

Arquitectura de información

SE CIERRA CON

El mapa con las URLs definitivas y, si hay sitio anterior, el mapa de redirecciones desde el inventario de URLs viejas.

06

Inventario de pantallas

SE CIERRA CON

Una tarjeta por pantalla con su trabajo, su persona y su estado. Lo que no tiene tarjeta, no se construye.

Construir y sostener

Con qué se hace, cómo se mide, cómo se ve y en qué orden se levanta. Aquí es donde un proyecto se vuelve mantenible o se vuelve una deuda.

07

Stack tecnológico

SE CIERRA CON

La elección de cada capa —framework, contenido, datos, pagos, hosting, analítica— y, al lado, la lista de rechazados con su motivo.

08

Medición

SE CIERRA CON

Un evento por paso del embudo, la fuente de verdad de cada número y un solo KPI por canal.

09

Sistema de diseño

SE CIERRA CON

Paleta con el rol de cada color, dos familias tipográficas como mucho, reglas de forma y de dónde sale cada valor. Si no está en el sistema, no se usa en una página.

10

Riesgos, huecos y decisiones

SE CIERRA CON

Tres listas: lo decidido, lo abierto y —marcado aparte— lo abierto que bloquea a todo lo demás.

11

El plan por fases

SE CIERRA CON

El orden de construcción y, en cada fase, qué se deja fuera a propósito. Lo que no cabe en la fase 1 no se muere: espera.

La tarjeta de pantalla

El inventario no es una lista de nombres de página. Cada pantalla se escribe en una tarjeta con los mismos campos, y esa tarjeta es el encargo de esa página.

CAMPO	QUÉ SE ESCRIBE	POR QUÉ
Ruta	La URL definitiva, decidida aquí y no durante el desarrollo.	Cambiarla después cuesta redirecciones y posicionamiento.
Trabajo	Qué tiene que conseguir esta pantalla, en una frase con verbo.	Si el verbo es «mostrar», casi siempre es una sección de otra página.
Para quién	Cuál de las personas del marco 02, por su nombre.	Una página que sirve a todos no la escribe nadie bien.
Evento	Qué se dispara cuando cumple su trabajo.	Es la condición de entrada al mapa: sin evento no se puede saber si funciona.
Estado	Escrito, pendiente de copy, pendiente de decisión o bloqueado.	Separa lo que espera a un desarrollo de lo que espera a una persona.

Lo que espera a una persona no es un retraso técnico

Conseguir el permiso de un cliente para publicar su caso, escribir el copy de la home o cerrar un precio no son tareas de desarrollo, y sin embargo son las que más proyectos frenan. Sepáralas en una lista propia desde el primer día, con nombre y fecha.

La lista de rechazados vale tanto como la de elecciones

La pieza del stack tiene dos columnas. En la primera, qué se elige para cada capa. En la segunda —la que casi nadie escribe— qué se ha descartado y por qué. Sin esa segunda columna, dentro de seis meses alguien volverá a proponer exactamente lo mismo que ya se descartó, y la discusión se repetirá entera porque el motivo no está escrito en ninguna parte.

El principio que la ordena: dominar una cosa a fondo en vez de alquilar cinco plataformas a medias. Cada servicio que se adopta es otro panel de administración, otro modelo mental y otro silo de datos. Adoptar tiene un coste que no aparece en la factura.

- + Escribe el rechazo con su motivo, no con un adjetivo: «resuelve un problema que aún no tenemos» es un motivo; «no nos convence» no lo es.
- + Di también en qué condiciones se revisaría: «se adopta si el equipo editorial pasa de dos personas» deja la puerta abierta sin reabrir el debate hoy.
- + Desconfía de cualquier herramienta que corte el recorrido del dato. Si el cliente entra por un sitio y su información acaba en un silo que no habla con el resto, has ganado una función y perdido el conjunto.

Tres reglas de medición que evitan discusiones

Se deciden antes de construir, no después. Un evento que no se instrumentó a tiempo no se puede reconstruir hacia atrás: ese dato simplemente no existe.

REGLA 1

El dinero se mide en el servidor

Una compra confirmada llega por webhook, es idempotente y no depende de que el navegador siga abierto. Cualquier cifra de ingreso medida en el navegador es una estimación, y se acaba usando como si no lo fuera.

REGLA 2

Cada herramienta cuenta una cosa distinta, a propósito

La analítica de adquisición y la de producto no tienen que cuadrar: miden momentos distintos. Escribe qué mide cada una y cuál manda en cada pregunta, o cada reunión empezará comparando dos paneles.

REGLA 3

La verdad de negocio vive en tu base de datos

El estado real de un cliente está en tus tablas, no en un panel de terceros. Todo lo demás se reconcilia contra eso. Si un número importa para decidir, tiene que poder consultarse sin depender de un servicio externo.

Y un KPI por canal, no un panel de treinta métricas. Cinco números en una pantalla, o no se mira. Lo demás vive en un informe mensual que sí se puede leer entero.

Separa lo abierto de lo que bloquea

La pieza 10 tiene tres listas, no dos. Lo decidido, lo abierto, y lo abierto que bloquea. Esa tercera lista es la que se mira en cada reunión de seguimiento, y suele ser corta: dos o tres cosas.

Un hueco se rellena con un dato o se declara pendiente; nunca se rellena inventando. Escribir «[pendiente]» en una página legal es incómodo y honesto. Escribir un identificador plausible es cómodo y falso, y nadie volverá a mirarlo.

☐ ¿Hay un objetivo primario escrito, y uno solo?

☐ ¿Cada pantalla del inventario tiene trabajo, persona y evento?

☐ ¿Existe el mapa de redirecciones desde las URLs viejas?

- ☐ ¿Están decididas las URLs definitivas, antes de escribir código?

- ☐ ¿Cada capa del stack tiene su motivo, y cada rechazo el suyo?

- ☐ ¿Hay un evento por paso del embudo y una fuente de verdad por número?

- ☐ ¿Los textos legales están revisados o marcados como pendientes de forma explícita?

- ☐ ¿Está escrito qué se deja fuera de la fase 1 a propósito?

- ☐ ¿La lista de lo que espera a una persona tiene nombre y fecha en cada línea?

Quether

Quether acompaña a líderes de medianas empresas a transformar su organización —y a sí mismos— sin perder su esencia.

Este material, siempre actualizado, en <https://quether.com/recursos/definir-una-web>