

PLANTILLA

El encargo de una web nueva lo que el despacho debe aportar

Siete hojas con campos para entregar a quien hace su web: objetivo, páginas, mensajes, formulario, medición, datos legales y accesos

El encargo de una web nueva

Qué preguntar al proveedor y cuánto cuesta cada partida ya lo explican [Cuánto cuesta una web para un despacho](#), [Rediseñar o arreglar la web](#) y [la guía completa de la web de un despacho](#). **La parte nueva de esta plantilla es el folio completo:** lo que el despacho debe aportar, en campos, para que el proveedor no tenga que adivinarlo.

Cómo se usa

- Rellene una hoja por sentada y deje en blanco lo que no sepa: un campo vacío es una pregunta pendiente, y conviene verla antes de empezar.
- Entregue las siete hojas juntas y pida a todos los proveedores que presupuesten sobre ese mismo documento.
- Los ejemplos están rotulados «ejemplo inventado para mostrar el formato». No son de un despacho real ni prometen nada.

Hoja 1. El despacho y lo que debe conseguir la web

- **Nombre del despacho y ciudad o zona:**
- **Acción principal que debe provocar la web (llamar, escribir, reservar):**
- **Cómo sabrá que lo ha conseguido (consultas al mes que consideraría un buen punto de partida):**
- **Materias por orden de prioridad (1 es la que más quiere vender):**
- **Público (particulares, pequeños negocios, empresas):**
- **Idiomas de atención:**

Ejemplo inventado para mostrar el formato: «Acción: que escriban por el formulario o llamen. Materias: 1 herencias, 2 familia, 3 arrendamientos.»

Elija pocas materias: [una lista larga diluye el mensaje](#).

Hoja 2. Mapa de páginas

Para cada página: acción principal, quién escribe y fecha de entrega al proveedor.

- **Portada** ([los seis bloques](#)):
- **Materia 1:**
- **Materia 2:**
- **Materia 3:**
- **Sobre el despacho** ([qué debe llevar](#)):
- **Contacto:**
- **Blog (sí o no, y quién lo mantendrá):**
- **Textos legales (hoja 6):**

- **Quién aprueba los textos en el despacho y en cuántos días:**

Ejemplo inventado para mostrar el formato: «Herencias. Acción: escribir por el formulario. Escribe: la socia responsable. Fecha: 15 de noviembre.»

Un proyecto parado por falta de textos es el coste que más se olvida: fije la fecha de cada uno.

Hoja 3. Mensajes y pruebas comprobables

Solo datos que el despacho pueda demostrar. Un superlativo no se anota aquí.

- **Año de alta y años de ejercicio:**
- **Colegio y número de colegiado:**
- **Formación específica en cada materia:**
- **Sedes y horarios:**
- **Los tres pasos para empezar a trabajar con el despacho:**
- **Reseñas que puede enseñar (enlace a su ficha de Google):**

Ejemplo inventado para mostrar el formato: «Colegiada desde 2009. Atención en español e inglés. Primera consulta por teléfono o en la sede.»

Hoja 4. Contacto y formulario

- **Campos del formulario (mínimo: nombre, una forma de contacto y qué le ocurre):**
- **Teléfono y WhatsApp que se publican, y quién atiende cada uno:**
- **Quién recibe las consultas y en qué correo:**
- **Plazo de respuesta (se escribe junto al botón y hay que cumplirlo):**
- **Quién responde si esa persona no está:**

Ejemplo inventado para mostrar el formato: «Recibe: la secretaria. Respuesta el mismo día hábil o el siguiente.»

Cuántos campos pedir está en [Formularios de nueve campos](#). Los detalles del asunto se dejan para la llamada.

Hoja 5. Medición

Defina qué se cuenta antes de construir la web, no después.

- **Envío del formulario (sí o no):**
- **Clic en el teléfono (sí o no):**
- **Clic en WhatsApp (sí o no):**
- **Descarga de documentos (sí o no, cuáles):**
- **Quién del despacho accede a la analítica y con qué rol:**

- **Quién revisa los números y cada cuánto:**
- **Dónde se anota qué consultas acaban en cliente:**

Google Analytics llama «eventos clave» a los eventos que miden una acción especialmente importante para el negocio. Qué medir está en [Qué medir en el marketing de un despacho](#). Qué ocurre con la analítica antes de aceptar las cookies lo decide quien redacte la política de cookies (hoja 6).

Hoja 6. Textos legales y datos

Esta hoja recoge datos. **No contiene cláusulas ni modelos, y no sustituye a su asesor.**

El artículo 10 de la LSSI obliga a poner a disposición de los visitantes, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, unos datos de identificación. Si se ejerce una profesión regulada, incluyen los del colegio y las normas profesionales. Aporte al proveedor:

- **Nombre o denominación social, domicilio y NIF:**
- **Correo electrónico y otro dato de contacto directo:**
- **Inscripción en el Registro Mercantil u otro registro público, si corresponde:**
- **Colegio profesional y número de colegiado:**
- **Título académico oficial y Estado donde se expidió:**
- **Normas profesionales aplicables y cómo consultarlas:**
- **Códigos de conducta a los que está adherido, si los hay:**

Ejemplo inventado para mostrar el formato: «Colegio: [nombre]. Número de colegiado: [número]. Título: Grado en Derecho, expedido en España.»

Quién redacta cada texto (el despacho o su asesor):

- **Aviso legal:**
- **Política de privacidad:**
- **Política y aviso de cookies:**
- **Información de protección de datos junto al formulario:**

El artículo 13 del Reglamento (UE) 2016/679 exige dar esa información en el momento en que se obtienen los datos, y el artículo 22.2 de la LSSI pide consentimiento informado para las cookies, salvo las técnicamente necesarias. Un repaso está en [Aviso legal, cookies y RGPD](#). Ninguno de esos textos lo redacta esta plantilla.

Hoja 7. Titularidad y accesos

- **Dominio: a nombre de, y correo del titular:**
- **Alojamiento: a nombre de, y quién paga:**
- **Analítica: cuenta propiedad de, y quién accede:**
- **Quién guarda las claves y dónde:**
- **Quién edita textos y quién solo ve:**

- **Qué se entrega al terminar (accesos de administrador, copia de seguridad):**

Ejemplo inventado para mostrar el formato: «Dominio: a nombre del despacho. Edición de textos: la secretaria.»

Anótelo al empezar, no al final. Las cuatro preguntas para el proveedor están en [Cuánto cuesta una web para un despacho](#).

Qué no escribir aquí

- **Promesas de resultado** («la web nos traerá clientes»). Fije el objetivo, no la garantía.
- **Superlativos o comparaciones.** Anote datos comprobables.
- **Datos de clientes o de asuntos**, aunque no ponga el nombre.
- **Claves de acceso.** Indique solo quién las guarda.
- **Cláusulas o modelos legales.** Los redacta usted o su asesor.

Esta plantilla no es asesoramiento jurídico, y Lexia es una agencia de marketing, no un despacho.

Fuentes consultadas

Todas consultadas el 20/10/2026.

- BOE-A-2002-13758, Ley 34/2002, texto consolidado: artículo 10.1, letras a) a g), y artículo 22.2.
- Reglamento (UE) 2016/679, artículo 13, leído en el DOUE L 119 de 4.5.2016 publicado en boe.es (la página de EUR-Lex no devolvió el artículo).
- Ayuda de Google Analytics, «Eventos clave» (support.google.com/analytics/answer/9267568). El cambio de nombre desde «conversiones» no figura ahí (no verificado).

Marketing con rigor jurídico

Si prefiere repasar el encargo antes de pedir presupuestos, hablemos.
Media hora por videollamada, sin coste: cal.com/lexia-marketing/30min
lexiamarketing.com · info@lexiamarketing.com