CHRIS ARROYO · DISEÑO WEB

GUÍA PRÁCTICA

¿CUÁNTO CUESTA *tu web?*

Qué hay detrás de cada presupuesto, cuánto se paga en España y cómo comparar propuestas sin llevarte sorpresas. Con plantillas para rellenar.

Webs · Tiendas online · SEO · Rediseños

Edición noviembre 2026

ANTES DE EMPEZAR

PARA QUÉ SIRVE ESTA *guía.*

Si pides precio a cinco profesionales, vas a recibir cinco cifras muy distintas. Casi nunca es que alguien quiera aprovecharse: cada uno está presupuestando una web diferente, porque nadie ha definido antes qué necesitas.

Esta guía te ayuda a hacer eso: entender qué mueve el precio, saber qué rangos son normales y comparar propuestas con el mismo criterio. Las páginas 8, 9 y 10 son para imprimir y rellenar.

01	Los cinco factores que mueven el precio	LEER
02	Cuánto cuesta una web en España	LEER
03	Cuánto cuesta una tienda online	LEER
04	Cuánto cuesta el SEO cada mes	LEER
05	¿Toca rediseñar? Test de siete señales	MARCAR
06	Tu brief en una página	RELLENAR
07	Comparador de propuestas	RELLENAR
08	El coste real a tres años	RELLENAR
09	Señales de alarma antes de firmar	LEER
10	Cómo trabajo yo	LEER

Los precios de esta guía son rangos orientativos de mercado para trabajos profesionales con WordPress en España. No son una tarifa ni una oferta: cada proyecto se estudia antes de dar una propuesta.

01 · EL PRECIO

CINCO COSAS QUE MUEVEN EL *precio.*

Una «web para mi negocio» puede ser una página con tu teléfono y una foto, o un sitio con veinte servicios, blog, formularios conectados a tu CRM y versión en inglés. Las dos son webs. El trabajo no tiene nada que ver.

01
PÁGINAS Y FUNCIONES

No cuesta lo mismo una web de cinco páginas que una de treinta, ni un formulario de contacto que un sistema de reservas, un área privada o un catálogo con filtros. Cada función es tiempo de desarrollo y de pruebas.

02
PLANTILLA O A MEDIDA

Con una plantilla adaptada se trabaja más rápido, pero tu web se parecerá a muchas otras. Un diseño a medida parte de tu marca y de tus clientes. Lleva más horas y suele convertir mejor.

03
TEXTOS Y FOTOS

Es lo que más se subestima. Si tú los entregas, el precio baja; si hay que escribirlos pensando en el SEO o hacer una sesión de fotos, sube. Muchas webs se retrasan meses esperando los textos.

04
SEO DE BASE

Palabras clave por página, títulos bien estructurados, imágenes optimizadas, velocidad y Search Console. Algunos presupuestos lo incluyen y otros no. Pregunta siempre.

05
IDIOMAS, INTEGRACIONES Y TIENDA

Cada idioma multiplica el trabajo de contenidos y revisión. Conectar con tu CRM, tu programa de citas o tu ERP también suma. Y vender online ya es otra categoría de proyecto.

+
LO QUE VIENE DESPUÉS

Dominio, hosting y mantenimiento se pagan cada año. Una propuesta que no los menciona no es más barata: simplemente no te lo está contando.

Consejo: antes de pedir precios, rellena el brief de la página 8 y envía el mismo a todos. Así comparas propuestas de la misma web.

02 · WEBS

CUÁNTO CUESTA UNA *web.*

Rangos habituales en España para trabajos profesionales con WordPress. Según el INE, el 84,5 % de las empresas de 10 o más empleados ya tiene web: tu cliente da por hecho que la tienes. La pregunta es si le convence.

500–1.500 € PAGO ÚNICO	**Landing page** Una sola página para una campaña o un servicio concreto. Suele estar en una o dos semanas.
1.500–4.000 € PAGO ÚNICO	**Web corporativa profesional** De cinco a diez páginas, diseño a medida, formularios y SEO de base. De cuatro a ocho semanas desde que hay textos y fotos.
4.000–8.000 € O MÁS	**Web grande o con funciones especiales** Varios idiomas, reservas, áreas privadas o integraciones con tus programas.

Y CADA AÑO

10–30 € AL AÑO	**Dominio** Siempre a tu nombre, aunque te ayuden a contratarlo.
80–300 € AL AÑO	**Hosting para WordPress** Un alojamiento decente. El muy barato suele salir caro en velocidad y soporte.
30–150 € AL MES	**Mantenimiento** Actualizaciones, copias de seguridad y vigilancia. En WordPress no es opcional: la mayoría de los problemas vienen de plugins sin actualizar.

¿Y una web de 300 €? A veces cumple. El problema es cuando el precio bajo sale de recortar lo que no se ve: el dominio a nombre del proveedor, una plantilla cargada de plugins, nada de SEO y nadie a quien llamar si falla.

03 · TIENDAS ONLINE

CUÁNTO CUESTA UNA *tienda online.*

El comercio electrónico facturó más de 114.800 millones de euros en España en 2025, un 20,6 % más que el año anterior (CNMC). Hay sitio, pero una tienda improvisada se nota.

2.500–4.000 €	**Tienda pequeña** Hasta 50 productos, pagos y envíos estándar.
4.000–6.000 €	**Tienda mediana** Cientos de productos, variantes de talla o color, filtros y cupones.
Desde 6.000 €	**Tienda avanzada** Integraciones con ERP o facturación, venta a empresas, varios idiomas o mucho catálogo.

LOS GASTOS QUE VIENEN DESPUÉS

- Hosting con más recursos que una web informativa.
- Mantenimiento con copias diarias: un fallo es dinero perdido.
- Plugins de pago de envíos, facturación o filtros.
- Comisión de la pasarela de pago en cada venta.
- Envíos y embalaje, que deciden tu margen.
- Captación: SEO, publicidad o redes. Sin visitas no hay ventas.

CÓMO AHORRAR SIN ESTROPEARLA

- Empieza con lo que más vendes, no con todo el catálogo.
- Prepara tú fotos y datos en una hoja de cálculo.
- Pasarelas y transportistas estándar antes que integraciones a medida.
- Deja la publicidad para cuando la tienda convierta.
- No recortes en mantenimiento ni en seguridad.

OJO CON LA FACTURACIÓN

Si tu tienda emite las facturas con un plugin, ese plugin tendrá que cumplir Verifactu. Consúltalo con tu asesoría antes de elegir.

04 · SEO

CUÁNTO CUESTA EL SEO *cada mes.*

En la encuesta de Ahrefs a profesionales del SEO, la cuota mensual más habitual estaba entre 500 y 1.000 dólares. Para una pyme local en España, estos son rangos habituales:

300–600 € AL MES	**SEO local básico** Un negocio de una ciudad con pocas páginas de servicio.
600–1.500 € AL MES	**Sectores competidos o varias ciudades** Más contenido, más análisis y más competencia.

QUÉ DEBERÍA INCLUIR CADA MES

- Revisar Search Console y Analytics.
- Corregir errores técnicos que aparecen.
- Mejorar páginas y crear otras nuevas.
- Enlaces internos y menciones de calidad.
- Ficha de Google, reseñas y directorios.
- Un informe claro: qué se hizo, qué pasó y qué sigue.

CÓMO SABER SI FUNCIONA

- **Impresiones** en Search Console: crecen primero.
- **Clics** a tus páginas de servicio, no solo al blog.
- **Posiciones** en búsquedas que traen clientes.
- **Contactos y ventas** desde Google.
- **Tiempo:** lo sólido suele tardar de cuatro a seis meses.

Antes de una cuota mensual, lo normal es empezar con una auditoría SEO para saber de dónde partes. Muchas pymes hacen primero un proyecto cerrado (auditoría y correcciones) y después una cuota más pequeña.

05 · TEST

¿TOCA *rediseñar?*

Marca las que se cumplan en tu web actual. Hazlo mirándola desde el móvil, como la ven tus clientes.

- [ ] **No se ve bien en el móvil.**
  Textos diminutos, botones que no se pueden pulsar, menús que no abren.
- [ ] **Es lenta.**
  Google recomienda que el contenido principal cargue en menos de 2,5 segundos. Compruébalo gratis en PageSpeed Insights.
- [ ] **Ya no explica lo que haces.**
  Servicios que ya no ofreces, otros nuevos que no aparecen, fotos antiguas.
- [ ] **No trae contactos.**
  Tienes visitas, pero nadie escribe ni llama.
- [ ] **Te da miedo actualizarla.**
  Plugins sin mantener, una plantilla abandonada o nadie sabe cómo se hizo.
- [ ] **Tu competencia se ve mejor.**
  Al compararlas, la tuya transmite menos confianza.
- [ ] **No cumple lo básico.**
  Textos legales, aviso de cookies o accesibilidad.

SI DECIDES REDISEÑAR, QUE NO SE PIERDA LO QUE YA POSICIONA

- Exporta de Search Console las páginas que traen visitas y las búsquedas que las traen.
- Decide qué páginas se mantienen, cuáles se unen y cuáles desaparecen.
- Pide redirecciones 301 de cada dirección antigua a la nueva.
- Revisa Search Console las semanas siguientes a publicar.

Cómo leer el test: una sola señal se suele arreglar con mejoras puntuales. Si marcas varias, y sobre todo «no trae contactos» o «te da miedo actualizarla», probablemente compense rehacerla en lugar de seguir poniendo parches.

06 · PARA RELLENAR

TU BRIEF EN *una página.*

Rellénalo una vez y envía el mismo a todos los profesionales a los que pidas propuesta.

Tu negocio en una frase

Qué haces, para quién y dónde.

¿Qué tiene que conseguir la web?

☐ Llamadas ☐ Formularios ☐ Citas o reservas ☐ Ventas online ☐ Imagen y confianza ☐ Otro

Tu cliente ideal

Quién es y qué busca antes de contratarte.

Páginas que crees que necesitas

Funciones

☐ Formulario ☐ WhatsApp ☐ Blog ☐ Reservas ☐ Tienda ☐ Idiomas: ___ ☐ Área privada
☐ Conexión con CRM o ERP

Contenidos

☐ Tengo los textos ☐ Necesito que los escriban ☐ Tengo fotos propias ☐ Necesito sesión de fotos
☐ Tengo logo y colores

Tres webs que te gustan y por qué

¿Para cuándo la necesitas?

Rango de inversión que manejas

Decirlo no te encarece la web: ayuda a proponerte lo que de verdad cabe.

COMPARADOR DE *propuestas.*

QUÉ MIRAR	PROPUESTA A	PROPUESTA B	PROPUESTA C
Precio total Con impuestos			
Páginas y funciones ¿Está la lista por escrito?			
Diseño A medida o plantilla			
Textos Quién los escribe y cuántas revisiones			
SEO de base Títulos, velocidad, Search Console			
Dominio y hosting ¿A tu nombre?			
Plazo Desde cuándo cuenta			
Forma de pago Plazos y cuándo			
Formación ¿Podrás editarla tú?			
Garantía Qué cubre tras publicar			
Mantenimiento €/mes y qué incluye			
Quién te atiende ¿Hablas con quien la hace?			
Portfolio ¿Has visto webs reales suyas?			
Mi impresión			

Si una casilla se queda en blanco porque la propuesta no lo dice, pregúntalo antes de decidir. Lo que no está por escrito no está incluido.

EL COSTE REAL A *tres años.*

La propuesta más barata hoy no siempre es la más barata. Suma lo que vas a pagar en total y compara así.

CONCEPTO	PROPUESTA A	PROPUESTA B	PROPUESTA C
Diseño y desarrollo Pago único			
Dominio Precio al año × 3			
Hosting Precio al año × 3			
Mantenimiento Precio al mes × 36			
Plugins o licencias Precio al año × 3			
SEO, si lo contratas Precio al mes × 36			
Fotos, textos, extras Lo que no esté incluido			
Total a tres años			

UN EJEMPLO

Una web corporativa de precio medio, sin SEO mensual. Las cifras están dentro de los rangos de esta guía. El mantenimiento acaba siendo más de un tercio del total: por eso conviene saber qué incluye.

Diseño y desarrollo	2.500 €
Dominio (15 € × 3)	45 €
Hosting (120 € × 3)	360 €
Mantenimiento (50 € × 36)	1.800 €
Total a tres años	**4.705 €**

09 · ANTES DE FIRMAR

SEÑALES DE *alarma.*

Si ves alguna de estas en una propuesta, pide explicaciones antes de seguir.

El dominio o el hosting quedan a su nombre.
Si te vas, empiezas de cero. Siempre a tu nombre.

No hay lista de lo que incluye.
«Web corporativa completa» no es una lista. Páginas y funciones, por escrito.

Te garantizan el primer puesto en Google.
Nadie controla los resultados de Google. Tampoco los de ChatGPT.

Precio muy bajo con muchas promesas.
Suele significar plantillas pesadas, textos genéricos o enlaces de mala calidad.

No te dan acceso de administrador.
La web es tuya. Tienes que poder entrar en ella.

Permanencias largas sin poder revisar resultados.
Sobre todo en SEO: sin informe concreto no sabes si se trabaja.

Nadie habla de lo que pasa después.
Formación, garantía, mantenimiento y a quién llamar si algo falla.

Solo te hablan de diseño.
Una web de negocio tiene que conseguir algo: llamadas, citas o ventas.

SEIS PREGUNTAS QUE CONVIENE HACER SIEMPRE

- ¿Qué páginas y funciones incluye exactamente?
- ¿El diseño es a medida o una plantilla?
- ¿Quién escribe los textos y cuántas revisiones hay?
- ¿Incluye SEO de base: títulos, velocidad y Search Console?
- ¿A nombre de quién quedan el dominio y el hosting?
- ¿Qué pasa después de publicar: formación, garantía y mantenimiento?

10 · CÓMO TRABAJO YO

PROPUESTA, NO *presupuesto.*

Cuando alguien me pide precio, no le mando una cifra al momento. Primero quiero entender qué vende, a quién y qué tiene que pasar cuando alguien entra en su web. Con eso preparo una propuesta que explica qué voy a hacer y por qué. El precio llega con sentido y nadie se lleva sorpresas a mitad de proyecto.

Propuesta cerrada y por escrito
Qué incluye, qué no y cuánto cuesta. Sin letra pequeña.

Publicada en 6 semanas
Desde la reunión. Si no llego, el primer año de mantenimiento es gratis.

Primer año de hosting incluido
Y el dominio y el hosting, siempre a tu nombre.

Los textos los escribo yo
A partir de una conversación contigo, pensados para Google y para tus clientes.

Pagos en tres partes
30 % al empezar, 30 % con el diseño aprobado y 40 % al publicar.

Hablas conmigo
Sin intermediarios: la persona que te atiende es la que diseña tu web.

¿HABLAMOS?

CUÉNTAME TU *proyecto.*

Envíame tu brief de la página 8 o cuéntame qué tienes en mente. Te respondo personalmente y te digo cómo lo plantearía.

info@chrisarroyo.com · +34 645 204 458 · chrisarroyo.com/contacto

SOBRE EL AUTOR

CHRIS *Arroyo.*

Diseñador web freelance en Castellón, con más de 18 años diseñando y desarrollando webs. Trabajo con WordPress, Elementor y WooCommerce, con el SEO dentro del proyecto desde el primer día. He hecho webs para clínicas, industria, comercio, eventos y marcas personales.

Esta guía resume artículos de mi blog, donde amplío cada tema:

PARA SEGUIR LEYENDO

¿Cuánto cuesta una página web? Qué hay detrás de cada presupuesto	chrisarroyo.com/blog
¿Cuánto cuesta una tienda online? Precios y gastos que nadie te cuenta	chrisarroyo.com/blog
Precio del SEO mensual: qué incluye y cuánto cuesta	chrisarroyo.com/blog
Rediseño web: siete señales de que toca renovar tu web	chrisarroyo.com/blog
Crear una página web con IA: cuándo te sirve y cuándo compensa un profesional	chrisarroyo.com/blog
Auditoría SEO: qué revisa y cuándo la necesita tu web	chrisarroyo.com/blog

FUENTES

INE: Encuesta sobre el uso de TIC y del comercio electrónico en las empresas, 2024-2025 (22 de octubre de 2025).
CNMC: datos de comercio electrónico de 2025, publicados en julio de 2026 (vía Europa Press).
Ahrefs: SEO Pricing, encuesta a profesionales del SEO (diciembre de 2023, actualizada en agosto de 2024).
Google Search Central: Core Web Vitals y los resultados de búsqueda.
Real Decreto 1007/2023, reglamento de los sistemas informáticos de facturación (Verifactu).

Los precios son rangos orientativos de mercado y no constituyen una oferta. La información fiscal es general: para tu caso concreto, consulta con tu asesoría. © 2026 Chris Arroyo · chrisarroyo.com