

Sometimos nuestro propio sitio a la revisión que les hacemos a los clientes. Estas son las notas.

2 de septiembre de 2026 · Daniel Lewis · Léelo en línea: <https://ocsolutions.tech/es/insights/our-own-website-under-review>

Nuestro sitio saca 95 en la prueba de velocidad de Google, los textos son lo mejor que hemos escrito, y aun así tenía los mismos problemas que encontramos cada semana en los sitios de nuestros clientes. Así que construimos una máquina de revisión, la apuntamos hacia nosotros mismos, publicamos las notas y empezamos a reconstruirlo a la vista de todos. Aquí abajo están las notas, y hay un PDF que te puedes quedar.

Todo sitio web hecho con IA en 2026 tiene las mismas señales. Las etiquetitas en letra de máquina, tipo /02, antes de cada sección. Un puntito que parpadea para decir que hay alguien disponible. La misma tarjeta oscura, cuarenta veces, con la misma flechita en la misma esquina. Las vimos en nuestro propio sitio, y admitirlo incomoda, porque nosotros vendemos sitios web.

El problema grande estaba escondido debajo del cosmético. Un sitio puede ser rápido, accesible y estar bien escrito, y aun así no mostrar lo que vende. El nuestro tenía un titular del que estamos orgullosos puesto encima de un fondo decorativo, 32 servicios vestidos con el mismo marco idéntico, y un visitante que llegaba desde Google a una página de servicio sin una forma clara de actuar. Esos son exactamente los problemas que encontramos cada semana en los sitios de nuestros clientes. Lo honesto era calificarnos como calificamos el sitio de un cliente antes de empezar un trabajo, y publicar el resultado.

La máquina de revisión

Nosotros construimos máquinas, así que construimos una para esto. Cuarenta y ocho revisores especializados, cada uno con una sola tarea, trabajando sobre el sitio en vivo, el código fuente y 130 capturas de pantalla en tamaño de celular, tableta y computadora. Primero pasaron siete críticos: un director de arte que juzga sitios premiados, un director de movimiento, un arquitecto de información, un especialista en conversión, un ingeniero de rendimiento y accesibilidad, un guardián de la marca, y un comprador escéptico que leyó el sitio dos veces, una como techador en su celular entre trabajos y otra como directora de operaciones de una clínica en su escritorio.

Los hallazgos de cada crítico pasaron a un escéptico cuyo único trabajo era demostrar que estaban equivocados. Lo que no sobrevivió esa discusión se descartó, y aquí abajo solo cuenta lo que sobrevivió. Después, seis diseñadores de concepto tomaron cada uno una idea semilla para una escena de scroll distintiva, y tres jueces calificaron cada concepto: un director de arte por el oficio, un comprador por si un desconocido lo entiende en veinte segundos, y un ingeniero por si se puede construir sin volver lento el sitio. Dos arquitectos propusieron cómo organizar el catálogo y cómo comprar desde él, y dos críticos atacaron cada plan. Un último revisor hizo la lista de todo lo que los demás pasaron por alto. Cuarenta y tres minutos de tiempo de máquina, y luego un editor humano lo unió todo en un solo informe.

Esta es la misma revisión que le hacemos al sitio de un cliente antes de tocarlo. La diferencia esta vez es que el sitio era el nuestro, y estamos publicando las notas.

Las notas

Las notas son sobre diez. La disciplina de velocidad y accesibilidad sacó siete, que es donde la ingeniería del sitio siempre ha sido fuerte. Todo lo que el dueño de un negocio necesita para actuar de verdad sacó cuatro.

Dirección de arte, 6: la mejor versión posible de la plantilla oscura de agencia, con tipografía y textos de nivel premiado sobre una composición genérica. Movimiento, 5.5: disciplinado, pero una biblioteca de patrones en lugar de una pieza, con seis pantallas de scroll antes de que aparezca la primera máquina. Arquitectura de información, 4: información excelente, arquitectura ausente, tres puertas de entrada sin jerarquía a los mismos 32 servicios. Conversión, 4: el camino hacia la compra se detiene un clic antes del dinero en casi todas las páginas. El comprador escéptico, 4: el techador le puso tres y la directora de la clínica, cinco. Rendimiento y accesibilidad, 7. Marca, 6: fiel a los colores pero no al motivo, porque el corchete de nuestro logo es nuestra mejor idea visual y lo estábamos usando solo como logo.

Lo que sobrevivió la revisión sin un rasguño importa igual. El titular. Los precios publicados y los párrafos de cuentas honestas. El sistema bilingüe. Los 32 dibujos hechos a mano, uno por servicio. Las 51 reglas escritas. Las normas de ingeniería que mantienen rápido el sitio. Nada de esto necesitaba un rediseño. Necesitaba una sola escena continua sobre lo que hacen las máquinas, un sistema de tarjetas con escala, y retirar la decoración de las secciones.

Lo que encontré, en palabras sencillas

El producto no tenía cuerpo visual. La página de inicio abría con un lema que nos gusta sobre un campo de contornos apenas visible, y la mitad derecha de la pantalla estaba vacía. Nada en la primera pantalla mostraba una máquina haciendo algo.

Todos los productos usaban la misma tarjeta. Un producto que cuesta \$99 al año y un sistema que toma semanas construir compartían el mismo marco, el mismo tamaño de letra, la misma flechita en la esquina. Un visitante buscando lo correcto no tenía ninguna escala que leer.

El tráfico de Google aterrizaba sin orientación. Nuestras visitas desde buscadores llegan a páginas de servicio y a historias, no a la página de inicio, y esas páginas asumían que el visitante ya había leído todo lo de arriba. Algunas terminaban en una lista de espera en lugar de en una forma de actuar.

Las señales estaban en nuestro propio libro de marca. La etiqueta en letra de máquina, el puntito antes de cada rótulo, la tarjeta uniforme: nuestro sistema de diseño las prescribía. Retirarlas del código sin cambiar el libro solo haría que volvieran a crecer.

Seis ideas para una escena, una ganadora

El encargo fue específico: el tipo de sitio donde un producto se desarma y se vuelve a armar mientras haces scroll, para una empresa que no vende ningún producto físico. El panel produjo seis respuestas. Una máquina en vista explotada. Un plano de cableado de un negocio. El campo de contornos ordenándose hasta convertirse en un catálogo. Un grafo de nodos vivo del laboratorio. El titular desarmándose en letras. Y una noche.

Ganó la noche, con los tres jueces votando por construirla. El scroll es un reloj. Abre a las 11:04 p. m. con el celular del dueño boca abajo. Entra una solicitud de precio desde el sitio web y se contesta en menos de un minuto. Un cliente del trabajo del martes deja una reseña desde el texto que salió al terminar. Sale el seguimiento del estimado de la semana pasada. Luego cuatro horas en las que nadie necesitó a nadie. Luego amanece, y el campo pasa del cian de las máquinas al ámbar de la mañana, con un solo correo esperando para leerse en la camioneta.

Dos decisiones se tomaron en el momento, en contra de lo que el panel había argumentado. El juez comprador quería que cada escena terminara en un precio. Decidimos que los precios pertenecen a las páginas de servicio, donde una persona con calculadora los puede encontrar, y que una escena nunca debe vender un número. Y la escena no nombra ningún servicio en particular, porque una noche se trata de resultados: la llamada contestada, la reseña ganada, el estimado que no murió. El catálogo es donde las máquinas tienen nombre.

[One night - Miami, FL]

The machines work nights so you don't have to.

11:04:07 PM

Price request from your website: roof repair, two photos.

Scroll to watch one night.

11:04 p. m. El primer cuadro ya está en pantalla antes de que alguien haga scroll.

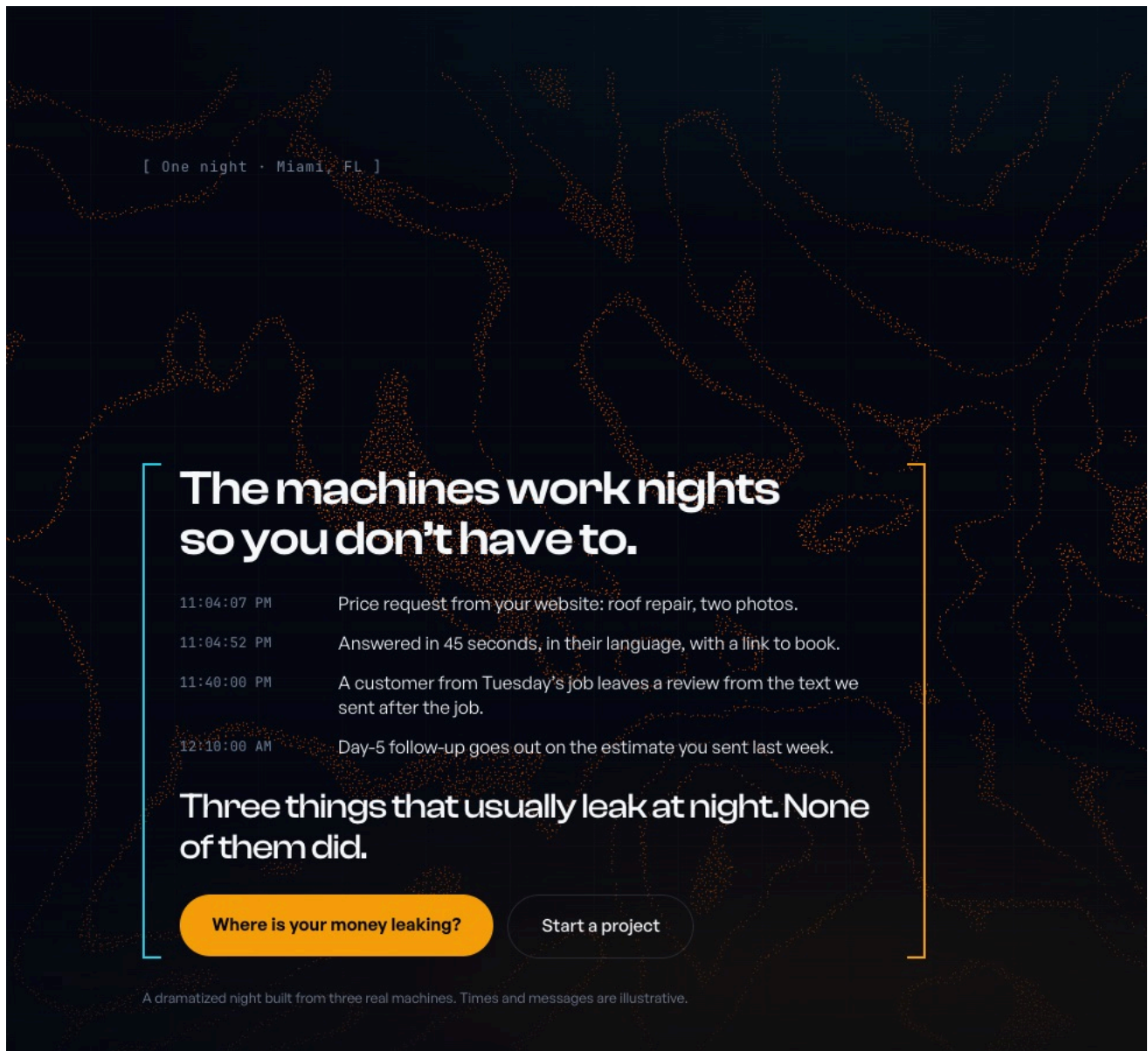
[One night · Miami, FL]

The machines work nights so you don't have to.

- 11:04:07 PM Price request from your website: roof repair, two photos.
- 11:04:52 PM Answered in 45 seconds, in their language, with a link to book.
- 11:40:00 PM A customer from Tuesday's job leaves a review from the text we sent after the job.
- 12:10:00 AM Day-5 follow-up goes out on the estimate you sent last week.

Then nothing. Four hours where nothing
needed you.

Luego cuatro horas en las que nadie necesitó a nadie.

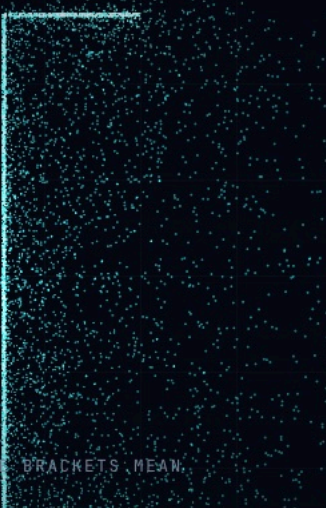


7:00 a. m. Los corchetes se cierran alrededor de lo que el dueño se queda.

Construido el mismo día

No nos quedamos en el informe. Esa misma tarde, dos escenas quedaron en vivo en una vista previa privada para que el dueño pudiera recorrerlas en su propio celular. Debajo de las dos hay un solo campo de partículas: 16,000 puntos en computadora que viajan entre formas mientras haces scroll, desde el mapa de contornos con el que ya abre el sitio, hacia los corchetes de nuestro propio logo tomados del logotipo real, hacia cualquiera de los 32 dibujos hechos a mano de los servicios, y de vuelta.

No carga ninguna librería de animación nueva, respeta la configuración de movimiento reducido con un cuadro fijo diseñado, funciona sin WebGL en celulares, y mantiene la regla del sitio de que nada en la primera pantalla espera por JavaScript. Las capturas de esta página son de esa vista previa, no de una maqueta.



WHAT THE BRACKETS MEAN.

Everything we build sits inside these.

You own every account, every login, every row of data. The
brackets hold it safely.

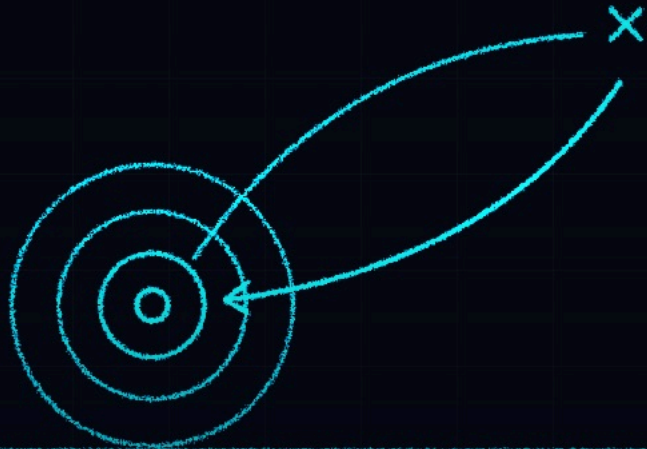
— — — — —

El campo reuniéndose en los corchetes.

WHAT LEAKS AT NIGHT

The call you couldn't answer.

A call rings out. Thirty seconds later the caller has a text
from your business, before they can dial the next company.



Los mismos puntos, ahora uno de los 32 dibujos hechos a mano.

2:00:16 AM

**The machines
work nights so
you don't have to.**

11:04:07 PM

Price request from your website: roof repair, two photos.

11:04:52 PM

Answered in 45 seconds, in their language, with a link to book.

11:40:00 PM

A customer from Tuesday's job leaves a review from the text we sent after the job.

12:10:00 AM

Day-5 follow-up goes out on the estimate you sent last week.

**Then nothing. Four hours
where nothing needed you.**



En un celular: el registro y el reloj, sin WebGL.

Lo que cambia ahora, en orden

Primero las señales. Se van las etiquetas numeradas, el parpadeo, la flechita en cada enlace y la tarjeta uniforme, y el libro de marca cambia en el mismo commit para que no puedan volver. Luego las páginas que cargan con el negocio: cada página de servicio muestra lo que necesitas para decidir en la primera pantalla, y cada tarjeta del catálogo dice claramente si lo puedes ordenar hoy, si conviene hablar primero, o si te apuntas a la lista. El catálogo recibe una escala, sistemas, máquinas y entradas, para que un producto de \$99 y un sistema completo nunca vuelvan a vestir el mismo marco. Luego la escena de la noche reemplaza la portada. Luego las pruebas: las reglas publicadas como documento, una página de arquitectura de la plataforma médica que construimos, y los términos en los dos idiomas.

Más o menos un trimestre de trabajo, a la vista de todos, una vista previa a la vez, con el dueño aprobando cada paso desde su celular antes de que nada salga.

Qué significa esto si nos contratas

La revisión que acabas de leer es la revisión que recibe tu sitio antes de que cotizemos nada, y lo que recibes son las notas, no un discurso de ventas. Cada máquina que vendemos la usamos primero en nuestros propios negocios, y esa regla ahora también cubre el sitio web. Si los números o los hallazgos de tu sitio no son favorecedores, los vamos a imprimir igual que imprimimos los nuestros.