



Octubre 2016 - ISSN: 1696-8360

TENDENCIAS DE DISEÑO Y DESARROLLO WEB PARA COMPETIR EN EL MERCADO

¹ **Ing. Comercial Fernando Xavier Proaño Sánchez**

MBA ESEUNE Business School y Mgs. En Economía ESPOL.

² **Econ. Walter Javier Román Franco**

Mgs. en Administración de Empresas de la Universidad de Guayaquil

³ **Ing. Carlos David Loor Rodríguez**

Ingeniería en Informática y Multimedia UIDE

¹ Docente de la Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas

² Docente de la Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social

³ Docente de la Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social

1 fernando.proanosa@ug.edu.ec

2 walter.romanf@ug.edu.ec

3 carlos.loorr@ug.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Fernando Xavier Proaño Sánchez, Walter Javier Román Franco y Carlos David Loor Rodríguez (2016): "Tendencias de diseño y desarrollo web para competir en el mercado", Revista Contribuciones a la Economía (octubre-diciembre 2016). En línea: <http://eumed.net/ce/2016/3/web.html>

Resumen

Las páginas web como todo en este mundo, se encuentra en una constante evolución con el pasar del tiempo adaptándose a los cambios sociales y tecnológicos en la actualidad. Vivimos en un mundo en donde la internet ocupa un lugar muy importante en la vida de las personas convirtiéndose en una necesidad en el mundo entero, pero en especial, para aquellas que se dedican a alguna actividad laboral ya sea en el ámbito comercial como en el ámbito dedicado a la prestación de servicios, es aquí donde juega un papel importante esta herramienta de impacto mundial, que mejor manera de darse a conocer y alcanzar el éxito para su empresa ofreciendo sus productos y servicios en la internet mediante una página web. Pero ¿porque muchas empresas no alcanzan el mismo éxito que otras si ofrecen los mismos productos y servicios por internet? En este artículo te lo explicaremos de manera detallada además de darte a conocer las tendencias que deberías tomar en cuenta para mejorar la situación laboral de tu empresa en el internet.

Palabras claves: Tendencias, Sitios web, Evolución, Internet, Comercial, Situación Laboral, Productos, Servicios, Éxito, Empresa.

Abstract

The Websites like everything in this world is in a constant evolution over time to adapt to social and technological changes today. We live in a world where the Internet plays a very important role in the lives of people instead becoming a necessity in the world, but especially for those engaged in some work activity either in the commercial field and in the area dedicated to the provision of services, this is where this plays an important role worldwide impact tool called the Internet, what better way to get noticed and achieve success for your company offering their products and services on the Internet via a website. But because many companies do not achieve the same success as others if they offer the same products and services online? In this article I'll explain in detail in addition to letting you know those trends and tips to help you improve the employment situation of your company on the internet.

Keywords: trends, websites, development, internet, business, employment status, products, services, successful, company.

I. INTRODUCCION

El mundo entero se encuentra en cambios constantes en el ámbito tecnológico con la integración de tecnologías portables (celulares, laptops, Tablets, etc.) lo que obliga a las empresas a buscar nuevas soluciones para promocionar sus productos y servicios por estos medios y así poder lograr acaparar un mercado que es considerado uno de los más importantes y con mayor demanda llamando la atención de sus usuarios en todas partes del mundo.

Pero de qué manera se puede ingresar a este mercado y lograr captar la atención de clientes en todo el mundo.

La solución más factible y la escogida por muchas empresas es la de integrarse por medio de un sitio web, hay otras como promocionarse mediante redes sociales o publicidad prepagada que son muy buenas opciones pero que no nos pertenecen o dependen de grandes cantidades de dinero que no favorece en nada en especial a las microempresas o empresas que recién inician alguna actividad comercial.

Las redes sociales por su parte ofrecen opciones publicitarias de manera gratuita pero a esto va ligada una serie de enlaces publicitarios muy molestos para muchos usuarios y para las empresas, publicidad que no tiene que ver en nada con tu actividad comercial pero están allí como parte de pago por promocionar tu empresa.

Esto es factible para empresas que se están iniciando y no cuentan con recursos aun para poder expandirse y dar paso al siguiente nivel en su actividad comercial, pero que pasa con aquellas empresas que tienen su actividad comercial formada y estable esto ya no es factible para ellos, empresas en este nivel necesitan algo propio que los identifique como tal en el mercado sin publicidades de terceros un sitio web dedicado

específicamente a su actividad comercial un lugar que les permita entrar en competencia con empresas de renombre a nivel mundial.

Hoy en día los sitios web son muy populares gracias a la gran acogida que tienen entre sus usuarios, lo cual favorece en gran medida a aquellas empresas que toman la decisión de integrar a su empresa en la internet, este medio para muchos no solo ha sido una puerta para alcanzar el éxito y haber logrado todas sus expectativas sobre su empresa, lograr ser competencia dentro de un mercado exigente y en constante crecimiento es el objetivo principal de toda empresa en el ámbito comercial en la internet.

II. ANTECEDENTES, DEFINICION Y CLASIFICACION

En un principio las páginas web eran sólo texto, pero a medida que ha evolucionado la tecnología, tanto los ordenadores como las redes de telecomunicaciones, se ha generado nuevas formas de desarrollar la web. La inclusión de imágenes fue la evolución más significativa, pero también debemos mencionar el video y la animación, o los espacios 3D, lo que aporta valores estilísticos, de diseño y de interactividad jamás imaginados antes.

El diseño de páginas web se ha desarrollado a medida que ha evolucionado Internet. En 1992 sólo había alrededor de 50 sitios web. Las últimas estadísticas nos confirmaban que actualmente rondan los 8.000 millones de sitios web, a los que diariamente se les suma a raíz de 4400 por día.

Rápidamente, su importancia alcanzará las mismas cotas que la televisión o el teléfono. Datos recientes estiman que hay alrededor de 2 mil millones de páginas colgadas y se espera que en los próximos años llegue a los 8 mil millones, excediendo el número de habitantes del planeta. Sin embargo, sólo una fracción de este número es visitado habitualmente por la mayoría de los usuarios (sólo alrededor de 15.000 sitios webs, el 0,4% del total).

A partir de estos datos se puede entender la necesidad de concentrar los esfuerzos para atraer y mantener la atención de los usuarios. Junto con un desarrollo efectivo de la estructura web y del contenido, el diseño y el uso del color son la llave para atraer y ser identificado, formando vínculos en el subconsciente del usuario y generar esquemas para captar y fidelizar a nuevos visitantes.

Al mismo tiempo que la evolución de los aparatos y de su introducción en los hogares, también ha aumentado la calidad de las transmisiones a través internet y ha bajado su precio. A medida que la tecnología ha solventado estas dificultades, ya no nos encontramos con problemas de forma sino de contenido.

Hoy en día por lo general para integrarse en el mercado del internet las empresas optan por los siguientes métodos:

- Gestor de contenidos o CMS (Content Management System)
- Profesional en diseño y desarrollo web (Webmaster)

1. Gestor de contenidos (CMS)

Sistema de gestión de contenidos, en inglés: (Content Management System) más conocido por sus siglas CMS, es un programa informático que permite crear una estructura de soporte (framework) para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los administradores, editores, participantes y demás usuarios.

Los sistemas de gestión de contenidos se utilizan principalmente para facilitar la gestión de webs, ya sea en Internet o en una intranet, y por eso también son conocidos como gestores de contenido web (Web Content Management o WCM). Hay que tener en cuenta, sin embargo, que la aplicación de los CMS no se limita sólo a las webs.

Funciones

- Editor de texto WYSIWYG a través del navegador.
- Herramienta de búsqueda.
- Comunicación entre los usuarios (foros, correo electrónico, chat).
- Noticias.
- Artículos.
- Ciclo de trabajo (workflow) con diferentes perfiles de usuarios y grupos de trabajo.
- Fechas de publicación y caducidad.
- Webs personales.
- Carga y descarga de documentos y material multimedia.
- Avisos de actualización de páginas o mensajes en los foros, y envío automático de avisos por correo electrónico.
- Envío de páginas por correo electrónico.
- Páginas en versión imprimible.
- Personalización según el usuario.
- Disponibilidad o posibilidad de traducción al catalán y al castellano.
- Soporte de múltiples formatos (HTML, Word, Excel, Acrobat, etc.).
- Soporte de múltiples navegadores (Internet Explorer, Netscape, etc.).
- Soporte de sindicación (RSS, NewsML, etc.).
- Estadísticas de uso e informes
- Control de páginas caducadas y enlaces rotos.

Un sistema de administración de contenidos siempre funciona en el servidor web en el que esté alojado el portal. El acceso al gestor se realiza generalmente a través del navegador web, y se puede requerir el uso de FTP para subir contenido.

Cuando un usuario accede a una URL, se ejecuta en el servidor esa llamada, se selecciona el esquema gráfico y se introducen los datos que correspondan de la base de datos.

La página se genera dinámicamente para ese usuario, el código HTML final se genera en esa llamada. Normalmente se predefinen en el gestor varios formatos de presentación de contenido para darle la flexibilidad a la hora de crear nuevos apartados e informaciones.

James Robertson (2003) propone una división de la funcionalidad de los sistemas de gestión de contenidos en cuatro categorías:

- Creación de contenido
- Gestión de contenido
- Publicación
- Presentación

Creación de contenido

Para la creación del sitio propiamente dicho, los CMS aportan herramientas para definir la estructura, el formato de las páginas, el aspecto visual, uso de patrones, y un sistema modular que permite incluir funciones no previstas originalmente.

Esta herramienta es de gran aporte para aquellas personas sin conocimientos técnicos en páginas web que necesitan crear un sitio web para su empresa de manera rápida en un entorno amigable en el cual el usuario puede ver el resultado final conforme va escribiendo y agregando contenido a su web con solo unos cuantos clicks.

Gestión de contenidos

Todo lo que valla creando el usuario será depositado en una base de datos central en la cual se irán almacenando constantemente los cambios que se vayan realizando.

La estructura de la web se puede configurar con una herramienta que, habitualmente, presenta una visión jerárquica del sitio y permite modificaciones

Publicación

Si el usuario se siente a gusto con su creación con su aprobación el sistema lo publicara automáticamente y lo guardara en secciones para facilitar su futura modificación.

Presentación

El sistema se encarga de todo de acuerdo a la configuración y estructura de su diseño web, ordena esta estructura hace los respectivos ajustes y procede a publicarlo en internet para que esté disponible al público en general.

CMS según el tipo de contenido a gestionar

- **Genéricos:** Ofrecen la plataforma necesaria para desarrollar e implementar aplicaciones que den solución a necesidades específicas. Pueden servir para construir soluciones de gestión de contenidos, para soluciones de comercio electrónico, blogs, portales,... Ejemplos: Zope, OpenCMS, Typo3, Apache lenya.
- **Foros:** sitio que permite la discusión en línea donde los usuarios pueden reunirse y discutir temas en los que están interesados. Ejemplos: phpBB, SMF, MyBB.
- **Blogs:** Publicación de noticias o artículos en orden cronológico con espacio para comentarios y discusión. Ejemplos: Wordpress, Blogger, Typo.
- **eCommerce:** Son Sitios web para comercio electrónico. Ejemplo: osCommerce

- **Portal:** Sitio web con contenido y funcionalidad diversa que sirve como fuente de información o como soporte a una comunidad. Ejemplos: PHPNuke, Postnuke, Joomla, Drupal, Plone.
- **Galería:** Permite administrar y generar automáticamente un portal o sitio web que muestra contenido audiovisual, normalmente imágenes. Ejemplo: Gallery.
- **e-Learning:** Sirve para la enseñanza de conocimientos. Los usuarios son los profesores y estudiantes, tenemos aulas virtuales donde se ponen a disposición el material del curso,.... La publicación de un contenido por un profesor es la puesta a disposición de los estudiantes, en un aula virtual, de ese contenido. Ejemplo: Moodle.
- **Publicaciones digitales:** son plataformas especialmente diseñadas teniendo en cuenta las necesidades de las publicaciones digitales, tales como periódicos, revistas, etc. Ejemplo: OJS
- **Entornos para colaboración:** MediaWiki, Tikiwiki
- **Bibliotecas digitales:** Greenstone
- **Repositorios:** ePrints, Dspace.

CMS según el tipo de licencia

Se puede hacer una primera división de los CMS según el tipo de licencia escogido. Por una parte están los CMS comercializados por empresas que consideran el código fuente un activo más que tienen que mantener en propiedad, y que no permiten que terceros tengan acceso. Por la otra tenemos los de código fuente abierto, desarrollados por individuos, grupos o empresas que permiten el acceso libre y la modificación del código fuente.

Los CMS (gestor de contenidos) se clasifican según el tipo de licencia en:

CMS de código abierto

Desarrollados por individuos, grupos o empresas que permiten el acceso libre y la modificación del código fuente.

Entre las características que podemos destacar de los gestores de contenido gratuitos o de código abierto tenemos:

- **Rápida instalación:** con los conocimientos justos se instala y configura en tu servidor.
- **Simplicidad:** suelen tener una interfaz amigable para la gestión de los contenidos.
- **Personalización intuitiva:** existe un gran número de plugins y themes (gratuitos y de pago) que se instalan en sencillos pasos.
- **Precio económico:** puesto que no hay que empezar de cero, el coste es bastante inferior a una web a medida.
- **Respaldo por parte de su comunidad de usuarios:** los CMS más conocidos disponen de una gran comunidad de usuarios.

CMS comerciales (de pago)

Desarrollado por empresas que consideran el código fuente un activo más que tienen que mantener en propiedad, y que no permiten que terceros tengan acceso.

Son gestores de contenido que ofrecen un plus abriendo un abanico de posibilidades solo disponibles para usuarios Premium usuarios que adquieren el servicio completo.

Para hacer una inversión para adquirir este tipo de CMS se debe tener en cuenta siempre las siguientes características que este debe ofrecer:

- Garantía de la empresa (no queremos un CMS que deje de actualizarse a los 3 meses)
- Actuación frente a problemas (servicio técnico)
- Trabajos anteriores y actuales desarrollados bajo ese CMS
- Experiencia Profesional de los diseñadores
- Estructuras del CMS adaptadas al posicionamiento
- Idiomas (preferiblemente menú en castellano)

Si no se cumplen todos estos puntos quizá lo mejor es un CMS Gratuito que esté desarrollado e implementado por una comunidad de usuarios muy elevada.

Características de los CMS

- **Intuitivo:** Fácil de entender y utilizar sin necesidad de tener conocimientos en programación.
- **Flexible:** debe permitir la personalización del sitio en todos los sentidos desde su diseño hasta su programación.
- **Extensible:** ofrecerá un abanico de herramientas que se acoplen a todas las necesidades del usuario mediante plugins o módulos (pequeños programas diseñados para aumentar la funcionalidad de un programa principal).
- **Seguro:** su seguridad garantizara que solo el autor de la página pueda realizar cambios y modificaciones en la misma.
- **Actualizado:** su estructura deberá estar a la par con las últimas actualizaciones de los estándares web al igual que el uso de buenas prácticas para la misma.
- **Eficaz:** deberá estar optimizado para asegurar un alto rendimiento además de contar con una alta velocidad para mantener el sitio entre los primeros puestos de indexación en los buscadores.
- **Ayuda:** contara con documentación y apoyo de una comunidad de expertos y usuarios que compartan sus conocimientos para despejar cualquier duda que se presente.

2. Profesional en diseño y desarrollo web (web master)

La palabra Web Master en definitiva es una palabra de origen Inglés, que si lo traducimos al castellano queda algo como Maestro Web.

Un web master es aquella persona que se encarga de todo el proyecto desde su inicio hasta su publicación, es aquel que decide que tecnologías usar que es lo que ira o no ira en el sitio web.

Este tema de lo que es ser un webmaster y un diseñador trae mucha polémica ya que muchas veces se confunden estos términos (los webmasters son webmasters y los diseñadores son diseñadores).

Pero dada las circunstancias hoy en día con el crecimiento de la web y por sí mismo de la competencia que se ha venido desarrollando en esta labor los webmaster se han visto en la obligación de especializarse también en el diseño de la web ya que de por sí la programación la manejan por naturaleza.

Funciones

Además de ser la persona encargada del completo manejo y administración del proyecto sus tareas diarias se basan en la programación en diversos lenguajes, tales como CSS, HTML, PHP, SQL, Perl y un largo etcétera para poder llevar a cabo el desarrollo de páginas y aplicaciones web diversas, tales como la creación y la administración de bases de datos etc.

Está en la obligación de contar con estudios de informática y programación, con capacidad de resolución de problemas, y dispuesto a estar formándose constantemente en nuevos lenguajes y nuevos software.

Habilidades

- Conocimiento del Lenguaje de Marcado de Hipertexto (HTML).
- Tener visión creando algo nuevo y moderno para captar la atención de los clientes.
- Estar a la par con las nuevas funcionalidades y tendencias que se presentan en su rama laboral.
- Uso y aplicación de los estándares propuestos por la W3C, como lo son XHTML y CSS
- Conocimiento de protocolos de Internet (FTP, POP, SMTP, HTTP como mínimo).
- Principios de programación en algún lenguaje para CGI (Perl, Python, PHP, ASP o Ruby, por ejemplo).
- Manipulación de medios digitales (imágenes videos y animaciones).
- Configuración básica del servidor Web (Apache, Tomcat, IIS, etc.).

Tipos de webmaster

➤ **Webmaster principiante o de formatos web simples**

Son personas que comienzan con un sitio web o blog sencillo personas que están adentrándose en el mundo de la programación lo que hace que no generen ingresos por sus trabajos valiéndose solo de anuncios para ganar algo de dinero.

➤ **Webmaster de web personales o de pequeña empresa**

Son personas que se dedican a hacer un sitio web para uso personal para cursos, entretenimiento o grupos donde compartir con amigos sin generar ganancia ya que no realizan alguna actividad comercial.

La única manera en la que generan dinero es mediante la compra y venta de manera personal de productos varios a pequeña escala en estos entrarían los pequeños locales de víveres de primera necesidad papelerías o panaderías.

➤ **Webmaster de formatos web medio o mediana empresa**

En esta el webmaster tiene un nivel ya más avanzado en el cual ya cuenta con el conocimiento suficiente para crear un sitio web que reúna todos los requerimientos necesarios de un cliente siempre y cuando use sistemas de paga los cuales lo ubicaran con una mejor reputación entre otros webmasters y sobre todo entre los clientes.

Se pueden generar ingresos mediante recursos que permiten al usuario interactuar (cuadro de mensajes, salas de mini chat, servicios gratis de álbum web para usuarios, lector RSS, contadores, servicios de estadísticas, plantillas...). Este webmaster está capacitado para editar y subir formatos webs de publicidad y mercadeo, como banners propios y lista de correo electrónico.

➤ **Webmaster para clientes potenciales o empresariales**

Este tipo de webmaster tiene una gran facultad, porque sabe manejar los formatos webs que tienen que ver con el alojamiento de usuarios-clientes o usuarios-clientes potenciales, que luego realizarán compras del producto (principalmente en línea y en la propia web).

También se encarga del manejo del formato para usuarios de compra, suscripción, subasta, formulario, catálogo, portafolio, soporte, producto, servicio, promoción, etc.

El webmaster empresarial puede crear un portal web, cuyo contenido es capaz de publicitar o mercadear a la empresa, reuniendo usuarios-clientes y usuarios potenciales para la compra de un producto o adquirir de un servicio; la misma web es responsable de generar unos ingresos considerables.

Bien una vez comprendido que es un CMS y un Webmaster junto al entorno al que estos rodea ahora analizaremos sus pros y sus contras para que mediante estas

puedas tomar una decisión sobre cómo quieres que tu empresa ingrese al mundo del internet.

CMS (sistema gestor de contenidos)

Ventajas:

➤ **La seguridad en el sitio web**

Los gestores de contenido desarrollados a medida son mucho más seguro que los gestores de contenido en los que cualquier usuario tiene acceso al código fuente.

➤ **Velocidad y estabilidad del sitio web**

Más rápidos y estables pues tanto la base de datos como el código de programación son diseñados y desarrollados para responder a los requerimientos del sitio web y las directrices del mismo.

➤ **Actualizaciones y desarrollo de nuevas funcionalidades**

En una solución a medida tienes la seguridad que la persona que la ha realizado conoce al detalle cómo está desarrollado y no tendrá ningún problema a la hora de introducir cambios o actualizaciones en el gestor

Desventajas

- Mayor tiempo en la implementación y desarrollo de la web
- Si tienes que cambiar de proveedor necesitarás buscar una empresa con capacidad de continuar con el proyecto, la viabilidad del cambio está definida por la capacidad de la empresa que realizó el gestor a medida para desarrollar una codificación de calidad.
- Son más costoso porque implican más tiempo de trabajo (aunque hemos implementado soluciones de gestores de contenido a medida por menos de 1000€, por ser una solución a medida el precio depende de la complejidad del proyecto)

Webmaster (profesional en diseño y desarrollo web)

Ventajas

- Son personas capaces de darte todo un abanico de opciones para cumplir con las expectativas que tienes para tu empresa en la internet
- Contaras con una página web a la medida sin limitaciones tendrás la página tal y como la imaginaste con cada detalle que deseas integrar.
- Son profesionales en comercio electrónico y posicionamiento con experiencia capaz de ubicarte en los primeros resultados de los buscadores además de publicitar tu sitio asegurándote obtener ganancias.

Desventajas

- Debido al tamaño del proyecto es probable que el tiempo de implementación sea mucho más largo.
- Los costos serían bastante altos debido a que el profesional en esta rama te construye una página web a la medida lo que conlleva a cobrar por cada cosa que integra en tu web.
- Para realizar algún tipo de modificación necesitarías recurrir de nuevo al profesional para que aplique los cambios que desees obviamente cobrando por los mismos.

III. CARACTERÍSTICAS

- **Dinámicos.-** capaces de interactuar con el cliente haciendo que este permanezca mucho más tiempo en el sitio y que a su vez se interese por algún producto o servicio y lo adquiera.
- **Autoadaptables.-** páginas web inteligentes capaces de adaptarse a cualquier dispositivo portátil manteniendo su estructura y su contenido en el lugar que le corresponde sin salirse de la resolución de la pantalla y sobre todo brindándole comodidad al usuario en la navegación por la web.
- **Compatibilidad.-** una de sus principales características es su compatibilidad sitios web compatibles con la mayoría de dispositivos portátiles a nivel mundial ofreciéndole al cliente las mismas características que puede ofrecer el sitio web en un ordenador.
- **Rapidez de carga.-** sitios modernos capaces de cargar su contenido y mostrarlo en pantalla en menos de 5 segundos adaptándose a las normas y estándares en la actualidad.
- **Ligeros.-** páginas bien estructuradas capaces de captar la atención de los clientes sin necesidad de usar excesos.
- **Indexados.-** son sitios capaces de posicionarse entre los primeros resultados en los diferentes buscadores de internet gracias a que cumplen con todos los requerimientos y normas propuestos por el W3C (World Wide Web).

IV. CAUSAS Y CONSECUENCIAS

Las páginas web se han convertido en el medio por el cual miles de empresas en el mundo han logrado triunfar ofreciendo sus productos y servicios en internet pero cuáles son las razones por las que otras empresas dedicadas a la misma actividad comercial no logran sobresalir y alcanzar el éxito como las demás aquí te explicamos algunas de sus causas y consecuencias.

Causas

- Sitios web antiguos
- Sitios web estáticos
- Sitios web muy pesados
- Sitios web muy grandes

Consecuencias

- **Sitios web antiguos:**

La mayoría de empresas en la actualidad siguen teniendo sus páginas web con una apariencia y funcionalidad rustica lo que las hace no solo lentas sino obsoletas para el uso del público en general en la actualidad por lo que hace que los clientes busquen algo más moderno.

- **Sitios web estáticos:**

Una página debe ser dinámica, debe interactuar con el cliente captando todos sus sentidos haciendo que permanezca el mayor tiempo posible en su web para asegurar una compra, si la página tiene contenido estático sin imágenes ni videos que solo contiene texto el cliente no dudara ni un segundo y optara por otra opción una que capte su atención.

- **Sitios web pesados:**

Sitios web muy pesados: esta es una de las causas más comunes que se da en muchas empresas el contenido de sus páginas es tan pesado de cargar que sus clientes tienden a optar por páginas que le ofrezcan el mismo producto o servicio de manera más rápida.

El cliente es exigente si el sitio no carga entre los 5 a 10 segundos buscara otra opción.

- **Sitios web muy grandes:**

Hoy en día un gran porcentaje de la población mundial cuenta con dispositivos portátiles que les dan acceso al internet, los hay de varios tamaños y resoluciones, si el cliente abre alguna página que no haiga aplicado aun las normas para la adaptación a los diferentes dispositivos portátiles es muy probable que la página muy aparte de dar un mal aspecto al cliente, lo espante y este decida optar por una opción que se adapte a su dispositivo portátil para su comodidad.

V. TENDENCIAS WEB 2015 PARA COMPETIR EN EL MERCADO

Sea cual sea tu elección para publicitar tu actividad comercial en el internet es el momento de darte a conocer las nuevas tendencias que deberías tener en cuenta al momento de realizar tu Sitio web ya sea por medio de un software o por medio de un profesional dependiendo de tus necesidades y de tu presupuesto.

- **IMÁGENES Y VÍDEOS DE ANCHO COMPLETO:** Considerada una de las tendencias de mayor impacto logra captar la atención de los clientes de manera inmediata con imágenes y videos en alta definición ocupando todo el ancho posible de la pantalla dándole un aspecto visual bastante moderno y agradable al sitio web.
- **DISEÑO RESPONSIVE O ADAPTATIVO:** diseños inteligentes capaces de adaptarse a todas las resoluciones disponibles en los distintos dispositivos portátiles que existen en la actualidad dándole al cliente la comodidad de navegar en su dispositivo como si lo estuviera haciendo en un equipo de escritorio.
- **MENÚ FIJO:** una tendencia que ha causado mucho impacto entre sus usuarios ha sido la implementación de un menú sencillo pero elegante que siempre se mantiene fijo en la parte superior de la página lo cual facilita la navegación entre las diferentes secciones del sitio web de manera cómoda y rápida.
- **MENOS CLICK Y MÁS SCROLL:** Un sistema moderno y que resulta bastante factible hoy en día al desarrollar un sitio web es la implementación de sitios que vallan presentado la información sin tener que hacer scroll ni cambiar de pantalla que todo se pueda visualizar en la pantalla de inicio o bienvenida, un cambio radical a lo que era antes cuando se tenía que bajar haciendo scroll para poder seguir leyendo la información lo que a veces resultaba bastante molesta a la hora de navegar por el sitio.
- **ICONOS:** El uso de los iconos para representar a una parte de la sección del sitio es algo que nunca va a pasar de moda esta tendencia se ha mantenido mucho tiempo gracias a que al cliente se le permite saber a qué parte del sitio lo llevara ese icono que es generalmente usado como enlace para mostrar el contenido de la página cosa que facilita la navegación del cliente por el sitio web.
- **PARALLAX:** uno de los efectos que no todos tienen el lujo de conseguir en sus páginas debido a su complejidad de desarrollo y a su costo se trata de un efecto capaz de dar un aspecto 3d a su contenido cuando se hace scroll en la página esta cobra vida haciendo que su contenido se mueva cuando se valla navegando por el sitio.
- **BOTONES FANTASMA:** Los botones fantasma se han hecho tendencia gracias al uso que se les puede dar además de dar un excelente aspecto visual y ahorrar mucho espacio en la página, son botones con forma plana sin relleno que son

ubicados encima de imágenes en alta definición que pueden ser usados como enlaces a contenido en la página.

- **ÉNFASIS EN LA TIPOGRAFÍA:** Cada vez vemos más diseño tipográfico en las páginas web, lo cual nos parece un toque muy elegante y diferenciador. Una de las tendencias más destacadas y la que más ha llamado la atención ha sido el uso de tipografías llamativas y de gran tamaño que captan la atención del cliente con facilidad.

- **CARD DESIGN:** Dos estilos de diseño que hay que empezar a tener muy en cuenta, en estos se coloca la información en tarjetas, aparentemente desordenadas, rompiendo las alineaciones horizontales y verticales que resultan más aburridas y más vistas. Nos evocan los míticos cromos de cambiar y, a la vez, es una manera fácil de colocar la información. Muy válida para el e-commerce (comercio electrónico).

- **FLAT DESIGN:** El flat design o diseño plano es una tendencia que se está usando mucho hoy en día gracias a su atractivo aspecto visual que en algunos casos reemplaza a los menús tradicionales.

- **MICROINTERACCIONES:** son pequeñas pantallas que saltan en un determinado tiempo con el fin de interactuar con el cliente ya sea para registrarlo para darle un boletín de última hora o por alguna oferta publicitaria de la empresa sea cual sea el caso llaman bastante la atención con su aparición en el momento en el que menos uno se lo espera.

- **COOKIES:** El camino hacia la web 3.0 va de la mano con el creciente “acoso” de las cookies y los consejos en la publicidad de las páginas de que compres esto o veas lo otro porque has estado navegando por esos lugares. Esta tendencia, que puede gustar más o menos, irá en aumento por el avance de la web semántica y la inteligencia artificial que tenderán a dirigir la navegación. Donde más lo notamos por ahora es en las webs con más publicidad y las tiendas online. Podemos ver ejemplos en la publicidad de Facebook, de Amazon, etc.

VI. SUSTENTACION LEGAL

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

TITULO III

DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y TELEMÁTICA, LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS, E INSTRUMENTOS PÚBLICOS.

Capitulo III

De Los Derechos De Los Usuarios O Consumidores De Servicios Electrónicos

Art. 49.- Consentimiento para el uso de medios electrónicos.- De requerirse que la información relativa a un servicio electrónico, incluido el comercio electrónico, deba constar por escrito, el uso de medios electrónicos para proporcionar o permitir el acceso a esa información, será válido si:

a) El consumidor ha consentido expresamente en tal uso y no ha objetado tal consentimiento; y,

b) El consumidor en forma previa a su consentimiento ha sido informado, a satisfacción, de forma clara y precisa, sobre:

1. Su derecho u opción de recibir la información en papel o por medios no electrónicos;
2. Su derecho a objetar su consentimiento en lo posterior y las consecuencias de cualquier tipo al hacerlo, incluidas la terminación contractual o el pago de cualquier tarifa por dicha acción;
3. Los procedimientos a seguir por parte del consumidor para retirar su consentimiento y para actualizar la información proporcionada; y,
4. Los procedimientos para que, posteriormente al consentimiento, el consumidor pueda obtener una copia impresa en papel de los registros electrónicos y el costo de esta copia, en caso de existir.

Art. 50.- Información al consumidor.- En la prestación de servicios electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones, de conformidad con lo previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento.

Cuando se tratare de bienes o servicios a ser adquiridos, usados o empleados por medios electrónicos, el oferente deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes o servicios promocionados.

La publicidad, promoción e información de servicios electrónicos, por redes electrónicas de información, incluida la Internet, se realizará de conformidad con la ley, y su incumplimiento será sancionado de acuerdo al ordenamiento jurídico vigente en el Ecuador.

En la publicidad y promoción por redes electrónicas de información, incluida la Internet, se asegurará que el consumidor pueda acceder a toda la información

disponible sobre un bien o servicio sin restricciones, en las mismas condiciones y con las facilidades disponibles para la promoción del bien o servicio de que se trate.

En el envío periódico de mensajes de datos con información de cualquier tipo, en forma individual o a través de listas de correo, directamente o mediante cadenas de mensajes, el emisor de los mismos deberá proporcionar medios expeditos para que el destinatario, en cualquier tiempo, pueda confirmar su suscripción o solicitar su exclusión de las listas, cadenas de mensajes o bases de datos, en las cuales se halle inscrito y que ocasionen el envío de los mensajes de datos referidos.

La solicitud de exclusión es vinculante para el emisor desde el momento de la recepción de la misma. La persistencia en el envío de mensajes periódicos no deseados de cualquier tipo, se sancionará de acuerdo a lo dispuesto en la presente ley.

El usuario de redes electrónicas, podrá optar o no por la recepción de mensajes de datos que, en forma periódica, sean enviados con la finalidad de informar sobre productos o servicios de cualquier tipo.

CONCLUSION

En este punto ya debes tener muy clara las diferencias entre optar por un gestor de contenidos o por un profesional en el tema del desarrollo web cualquiera que sea tu elección ten siempre en cuenta que para que tu actividad comercial triunfe en la internet debes estar al tanto de las últimas tendencias de diseño, desarrollo web ya seas tú u otra persona quien sea que la diseñe tu página web procura que tu sitio implemente estas tendencias para que tu web siempre se mantenga posicionada entre los primeros resultados de los buscadores del internet acaparando la atención del cliente logrando aumentar los ingresos de tu empresa y lo mejor de todo convertirte en competencia para otras empresas que se dedican a actividades comerciales similares a las tuyas en internet.

BIBLIOGRAFIA

- Felipe Huertas, ¿Qué es un webmaster y qué tipos existen? 19 de octubre de 2012 <http://quierountitulo.com/emprendedores/que-es-un-webmaster-y-que-tipos-existen-p187>
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires Instituto de Formación Técnica Superior 13 web social: sistemas de gestión de contenidos CMS. <https://docs.google.com/presentation/d/1Kjx6BE9JD4QxbbbHkbOUk8i5UfPes8zleBaDRp7Dwg/present#slide=id.i0>
- LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS (Ley No. 2002-67)
- Pedro Perles Fundador de Seo profesional <http://www.seoprofesional.com/cms-de-pago-o-gratis/>
- Riojweb. «Historia Web: 1992 con algo menos de 50 webs». Consultado el 8 de diciembre de 2014.
- Xavier García Cuerda, Introducción a los Sistemas de Gestión de Contenidos (CMS) de código abierto, 29 de noviembre de 2004 <http://mosaic.uoc.edu/2004/11/29/introduccion-a-los-sistemas-de-gestion-de-contenidos-cms-de-codigo-abierto/>