



Universidad de Jaén

Facultad de Ciencias Sociales
y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

Estudio Centralizado de las
Plataformas de Desarrollo Web y
las Ecommerce

Francisco Javier Muñoz Anguita

Octubre 2020

INDICE

1. MOTIVACION, DESCRIPCION DEL PROBLEMA, OBJETIVOS.

A) Motivación

B) Descripción del Problema

C) Objetivos

2. FUNDAMENTACION Y CONCEPTOS CLAVE

2.1 Fundamentación

2.2 Conceptos Clave

3. COMPARATIVA PLATAFORMAS DE DISEÑO WEB Y COMERCIO ELECTRONICO.

wix	Squerspace
webnode	Site 123
jimdo	One.com
Weebly	Godaddy
1&1 ionos	Pagina.mx

4. DISEÑO

4.1 Café Bar Mi Casa

4.2 Paradores Muñoz

5. CONCLUSIÓN

1. Motivación, descripción del problema y objetivos

a) Motivación.

La sociedad tecnológica en el siglo XXI se ha desarrollado a un ritmo frenético, la globalización ha permitido la hiperconexión de las personas, y objetos (IoT) hasta el punto de permitir a los usuarios la interacción a tiempo real.

Esto ha llevado a las empresas a evolucionar y adaptarse a la actualidad. De esta manera surge, a raíz del desarrollo web, la creación de sistemas de comercio que permiten la compra-venta de productos y servicios, o lo que actualmente se conoce como e-commerce.

El desarrollo tecnológico de un país viene influenciado por la cultura, tenemos ejemplos claros de países que han crecido a un nivel exponencial en función de la distribución y expansión de la información invirtiendo en tecnología, de esta manera han cobrado la importancia que tienen hoy día las plataformas de desarrollo web que nos permiten crear portales de interacción virtual.

¿El comercio electrónico ha pasado su mejor momento o sólo está descansando?

Mientras que los negocios y las expectativas del mercado de valores no se han cumplido, las transacciones en línea en la industria de los viajes y el turismo están en continuo aumento, a pesar de problemas económicos difíciles en este ámbito, y menos viajeros en general.

Mientras que otras industrias están mostrando un mayor apego a los procesos tradicionales, la industria del turismo está siendo testigo de una aceptación del comercio electrónico, en la medida en que toda la estructura de la industria está cambiando.

La web se usa no sólo para reunir información, sino también para ordenar servicios. Un nuevo tipo de usuario está emergiendo, uno que actúa como su propio agente de viajes y construye un paquete de viaje personalizado.

En 2003, más de 64 millones de estadounidenses, casi el 30% de la población adulta de EE.UU usó internet para buscar información sobre los destinos o para comprobar precios y horarios. Dos tercios de ellos, fueron reservados a través de internet, lo que provocó un aumento del 8% con respecto a 2002 según la asociación de la industria de viajes de América (www.tia.org).

En el mismo periodo, la empresa europea aumento sus ventas de viajes en línea en un 44% alcanzando más de 14 millones de dólares, según el centro Danés para la investigación regional y de turismo (www.crt.dk).

Una encuesta predijo que para el 2007, el 30% de todas las transacciones de B2C (business to customer) de habla alemana se realizarían a través de internet. Mientras que unos institutos de investigación de mercado han hecho predicciones que apoyan este desarrollo ascendente, muchos otros siguen postulando y manteniendo que el mercado tradicional no ha muerto y que este tipo de usuario se inclina a ambos lados.

b) Descripción del problema

Todas estas estadísticas son problemáticas, cuyas prácticas se ven entre dichas por los propios investigadores, que utilizan diferentes variables y métodos de medición, y algunos de ellos distinguen entre negocio electrónico, y comercio electrónico, pero incluso considerando esta falta de estandarización, todas las estadísticas para el dominio de viajes apuntan hacia arriba.

Además, términos como el comercio y el negocio electrónicos se quedan cortos para encapsular el turismo; tales términos están orientados a las transacciones y a los negocios, e ignoran el hecho de que la web es también un medio de entretenimiento de creación de comunidades virtuales, de mera diversión, todo lo que puede y lo que no puede dar lugar a la realización de negocios.

El producto turístico en si tiene que ver con experiencias emocionales, no es solo un negocio.

La industria de los viajes y el turismo como industria global demuestra lo siguiente:

- Los viajes y el turismo representan aproximadamente el 11% del PIB del mundo entero según el World & Travel y el consejo de turismo.
- La Organización Mundial del Turismo predijo mil millones de llegadas internacionales solo para el año 2010, el promedio de crecida del turismo es mucho más rápido que el de otros sectores económicos.
- Como industria paraguas, relaciona muchos sectores como la cultura o los deportes. más de 30 componentes e industrias han reconocido que sirven a viajeros, lo que explica la heterogeneidad de la industria.
- La oferta y la demanda forman una red mundial, donde tanto la producción como la distribución se basan en la cooperación.
- El producto es perecedero y complejo. (una cama de hotel no vendida representa la pérdida de ingresos), el riesgo de pérdida del proveedor puede reducirse si se tiene acceso a la información.
- El producto turístico en sí mismo es un paquete de productos.
- Los productos deben tener interfaces bien definidas con respecto a las necesidades de los consumidores, los precios y los canales de distribución.

El turismo es un negocio basado en la información, a simple vista es imposible hacer una evaluación completa de sus cualidades ya que implica que los turistas dejen su entorno diario para consumir el producto. En el momento de la toma de decisión, solo hay disponible un modelo abstracto del producto, basado en la información adquirida a través de múltiples canales como la televisión, folletos, boca en boca o en la web.

Los productos turísticos requieren que se recopile información tanto del lado del consumidor como del lado de la oferta, y por lo tanto implica altos costes de búsqueda de información. Tales imperfecciones del mercado de la información conducen al establecimiento a comparar la información y las cadenas de valor.

c) Objetivos.

Para lograr los objetivos propuestos, este artículo presenta la siguiente estructura. La sección después de esta introducción detalla la literatura de fondo, a continuación se presenta la sección de resultados, que clasifica la literatura y describe los resultados y contribuciones de las líneas y sublíneas de investigación identificadas, las lagunas y futuras líneas de investigación, y posteriormente la discusión, implicaciones y limitaciones del estudio. La última sección incluye las conclusiones.

- *Ofrecer una visión de los aspectos vinculados al Ecommerce y el turismo.

- *Realizar una comparativa de la oferta de páginas de desarrollo web.

- *Detallar el proceso de implementación en dos plataformas.

- Identificar futuras líneas de investigación.

Para poder ofrecer una visión clara de los aspectos vinculados al Ecommerce, y realizar una comparativa de las páginas de desarrollo web, primero tenemos que poner sobre el terreno las ideas clave que desarrollaran nuestro proyecto. Por lo tanto hemos de definir y describir la importancia de las plataformas de desarrollo web y los sistemas de comercio electrónico.

- Plataformas desarrollo webs

Las plataformas web son la base para la ejecución de cualquier software, es el ambiente o el entorno donde se van a generar y desenvolver la programación necesaria de un grupo de aplicaciones. El sistema viene definido por una arquitectura de hardware y una plataforma de software sin el cual no podría hacer funcionar los distintos módulos compatibles con dicho sistema. Este soporte es vital para albergar el lenguaje de programación para el correcto funcionamiento del sistema operativo.

Actualmente podemos enumerar cientos de plataformas para el desarrollo de webs pero existe un grupo más reducido, mucho más funcional para aquellos usuarios inexpertos que quieran desarrollar una página web sin necesidad de tener conocimientos de programación.

Con un soporte de creación de portales interactivos en pocos pasos podemos tener un boceto de lo que sería nuestra página web. Estas plataformas se ayudan de editores visuales como WYSIWYG, que viene a ser “lo que ves es lo que obtienes”, de esta manera con una serie de plantillas de manera sencilla puedes ir gestionando lo que posteriormente será tu portal. Básicamente estas herramientas como “wix” “jimdo” o “weebly”, son las que nos proporcionarían lo necesario para la creación de nuestra web. La diferencia entre ellas la marca la sencillez de la plataforma, el precio, sus plantillas, a que tipos de negocios van dirigidas...

Las ventajas que proporcionan es que son fáciles, muy fáciles, no necesitamos conocimientos de HTML ni JavaScript o similares, ahorran tiempo ya que sus plantillas no nos quitan más de dos días de diseño, y por otra parte no son caras ya que encontramos hosting que por 11€ al año cubren las necesidades básicas de mantenimiento rediseño y seguimiento de nuestra web.

Como bien hemos comentado antes tenemos varios ejemplos como el de “wix” que es un lugar de desarrollo para los más creativos, estando a la cabeza de este mercado en continua expansión. Seguido de “webnode” cuyo punto fuerte es la posibilidad de crear un portal multilingüe. Esta última es una de las plataformas más veteranas con su creación en 2008, sin duda es muy intuitiva y fácil de usar, el único inconveniente es que a modo de funcionalidad se queda un poco atrás con su obsolescencia en cuanto a simplicidad de ecommerce y por no tener un buen sistema de blogging, pero sin lugar a duda para usuarios amateur es ideal.

- Sistemas de comercio electrónico (Ecommerce)

Dadas las circunstancias, y como ya sabemos, hoy en día encontramos en un solo click, miles de productos a nuestro alcance ofrecidos por miles de plataformas online, o como las podemos llamar “tiendas en la web”. Estas empresas utilizan y

aprovechan las herramientas que proporciona internet mediante equipos que les permiten realizar negocios electrónicos, convirtiéndolos así, en sistemas de negocios electrónicos de alta rentabilidad ofreciendo la oportunidad de comprar y vender productos en línea.

Las plataformas de comercio crean un centro digital de datos de clientes y productos que permiten a las empresas personalizar la información del producto, administrar el contenido web, rediseñarlo y ajustar la plataforma en función de las necesidades del usuario en línea.

Los sistemas de comercio electrónico no solo tienen una cara frontal de compra-venta y desarrollo del producto, sino que también tienen una parte más profunda que lleva todo el ámbito de la gestión de la entidad, como puede ser el historial de pedidos de clientes o las funciones que administran el inventario.

El comercio digital atraviesa su mejor momento. A diario surgen webs donde los usuarios pueden comprar e incluso vender sus productos, de forma sencilla y rápida, eliminando inconvenientes tales como intermediarios o el hecho de tener que trasladarte a otro lugar para realizar la transacción. Las plataformas de e-commerce son herramientas realmente eficaces, cualquiera desde su hogar puede crear su propia tienda online.

Este nuevo mundo del comercio digital tiene ciertas ventajas como la inmediatez, evitar largas colas, un catálogo de producto muy vasto... etc., pero también genera inconvenientes tales como contacto humano, el acercamiento que propicia la empresa minorista que une producto-cliente. Esto siempre ha generado cierta confianza en la toma de decisiones del usuario.

Entre otras ramas del mundo digital, los e-commerce son una gran oportunidad para emprender y dar vida a un negocio en el mundo de internet.

Para poder comprender de manera transparente la funcionalidad de estos sistemas de interacción como son las ya mencionadas plataformas web y Ecommerce debemos ver que tendencias siguen los sistemas informáticos de ambiente turístico.

El escenario comercial emergente, se basa en la flexibilidad de estructuras de red y una creciente integración de los consumidores. Si uno añade el ciclo de vida del turista, tomando como referencia la movilidad de los viajeros, se puede vincular las respectivas fases turísticas, con los distintos procesos de las entidades.

Los procesos obviamente atraviesan las fronteras de la compañía, lo que lleva a aplicaciones distribuidas B2B2C, apoyando tanto la cooperación de la empresa como la comunicación móvil con los consumidores. La tecnología basada en una infraestructura común dominante se hará transparente, o invisible para el consumidor, y la información estará disponible en el hogar, el trabajo y durante los viajes. En tal escenario, los sistemas informáticos deberían:

- Apoyar formatos de datos y negocios heterogéneos así como las fuentes de datos distribuidas. Esos sistemas deben tener en cuenta diferentes tipos de entidades participantes, con sus diferencias funcionales;

- Ser escalables y abiertas con respecto a la geografía y extensiones funcionales. Apoyarán a todo el ciclo de vida del consumidor y todas las fases de negocio

- Permitirán la plena autonomía de los respectivos participantes pero mejoraran el comportamiento cooperativo, proporcionando herramientas sofisticadas para los proveedores así como configuraciones de red dinámicas;

- Integrar los servicios móviles y fijos, permitiendo acceso multicanal a los servicios prestados por varios usuarios.

- Apoyar las interfaces de usuario atentas y la personalización mediante una amplia explotación del modelo, teniendo en cuenta el comportamiento del usuario y la cognición, así como los aspectos emocionales.

Werthner, H., & Ricci, F. (2004). E-commerce and tourism. Communications of the ACM, 47(12), 101–105. doi:10.1145/1035134.1035141

2. Fundamentación y conceptos clave

2.1. Fundamentación.

Con respecto a una diferenciación funcional estas empresas están al mismo nivel que los grandes jugadores como las aerolíneas. Los tour operadores pueden ser vistos como los recopiladores de productos, y los agentes de viajes actúan como intermediarios, proporcionando al consumidor final la información pertinente y los servicios de reserva.

Estos son los CRS/GDS los que permiten que se lleve a cabo todo el proceso, los sistemas centrales de reserva y los sistemas de distribución global derivados de los sistemas de reserva de las líneas aéreas desarrollados en los años 60, que incluyen productos como paquetes vacacionales o medios de transporte. Los intermediarios son como la conexión profesional entre la oferta y la demanda, por lo tanto son relevantes para la gestión, planificación y marcación de un destino.

La web está cambiando, las necesidades de los consumidores que son cada vez menos leales, escogen vacaciones con más frecuencia y de menor duración, y también dedican menos tiempo entre la elección del destino y el consumo del producto turístico.

La web también está forjando nuevas formas de satisfacer las necesidades de los consumidores, ya que permite una “informatización” de toda la cadena de valor del turismo, lo que se traduce en numerosas estrategias de generación de valor.

Vamos a enumerar algunas de estas estrategias que nos servirán para el desarrollo del estudio y pondrán de manifiesto lo mencionado anteriormente;

- Extracción de valores - ejemplos de esta estrategia, que aumenta la eficiencia y reduce los costes, incluye la automatización de procesos y la subcontratación de clientes, como el auto chequeo de los huéspedes del hotel.
- Captura de valores - extracción de datos para la previsión o el rendimiento, que información del cliente y de la venta apoya los objetivos del marketing.
- Valor añadido - esta estrategia implica una combinación de productos y servicios para crear paquetes de productos más ricos, un ejemplo es la

vinculación de los servicios móviles y los sitios web existentes, a aconsejar a los turistas durante su viaje.

- Creación de valor- el enfoque aquí es el efecto en la red. Implicando a los turistas que participan en la definición y planificación del servicio de un destino.

Con tales estrategias, los procesos están cambiando. Se pueden diseñar nuevos servicios, ampliar la gama de opciones para personalizar y configurar el producto. La personalización describe el proceso de individualización del producto o servicio, basado en la habilitación masiva de información por parte de la tecnología.

La agrupación de diferentes componentes de productos o servicios, configura la oferta integrada, por lo que las empresas combinan sus productos principales con capas de servicios.

Dada la dinámica del sector y el mercado electrónico competitivo., todas las partes interesadas han implementado sus estrategias.

El turismo también se ha convertido en el terreno de juego para nuevos participantes, ya sea empresas de nueva creación o empresas del sector de los medios de comunicación. El turismo es un negocio basado en la información por lo tanto encaja bien con sus respectivos antecedentes. Uno puede observar una tendencia hacia una mayor especialización y una deconstrucción en curso de la cadena de valor, paralelamente por la integración de nuevos jugadores y productos. Las empresas compiten y cooperan simultáneamente y los límites dentro de la industria se están difuminando, cada usuario del mercado se ve afectado.

* Los turistas desempeñan un papel más activo en la especificación de sus servicios.

* Los agentes de viajes ven disminuir su canal de venta y se ven obligados a poner más énfasis en consultoría y ofrecer productos más complejos.

* Los sitios de viajes por internet están proporcionando un nuevo mercado, centrándose en herramientas inteligentes personalizadas para cada viajero.

* Las organizaciones de gestión de los destinos están elaborando modelos de cooperación dentro del destino.

* Basándonos en la personalización masiva y la configuración flexible, los operadores turísticos descentralizaran los límites entre el viaje individual y el paquete de viaje.

* Los proveedores formaran cada vez más alianzas y apoyaran la venta electrónica directa aumentando y diferenciando precios con respecto a la competencia.

En resumen, se redefinirá el proceso del cliente, como por ejemplo con el billete electrónico o la facturación automatizada.

Este desarrollo llevara a cabo una evolución de mercado que mejor se describe como una interacción continua entre la concentración de los principales sitios de viajes en línea como, Expedia, Orbiz, o Travelocity, y la entrada simultanea de nuevos usuarios. El aumento de esta complejidad asociado a esta evolución, exige innovaciones técnicas, para generar servicios superiores para el consumidor, como un acceso transparente, una visión del mercado y comparaciones de precios.

Schuster, A. A Delphi survey on electronic distribution channels for intermediaries in the tourism industry: The situation in German speaking countries. In Proceedings of the Enter 2002 Conference. Springer Verlag, Wien, NY, 224–234

-Sweet, P. Designing interactive value development. Phd. Thesis, Dept. of Business Administration, Lund. Univ., Lund Business Press. Sweden, 2001.

2.2. Conceptos clave.

- **CRM** - Customer relationship management. Un CRM es una forma tecnológica de almacenar distribuir y gestionar toda la información referente a los datos completos de sus clientes de forma que el hotel o cadena pueda realizar análisis y consultas de forma individualizada.
- **ERP** - Enterprise resource planning. Se traduce como la planificación de los recursos empresariales. Un programa de este tipo permite a las empresas dedicadas al sector turístico, controlar todos los datos del negocio desde una única herramienta, este tipo de programa. Esta herramienta busca siempre reducir costes, optimizar recursos, mejorar la rentabilidad y agilizar todos los procesos diarios de manera que la empresa se adapte al actual mercado en continuo dinamismo.
- **CMS** - Content management system. Es el sistema de gestión de contenidos, este software informático se utiliza como base de datos para la gestión de todo el contenido, y también se utiliza para el desarrollo de cualquier sitio web.
- **WYSIWYG** - What you see is what you get. Es un acrónimo inglés que significa “lo que ves es lo que obtienes”. Esta frase es aplicada a los procesadores de textos y editores de texto. Permiten escribir un documento mostrando directamente el resultado final. En el área de diseño web existen también herramientas WYSIWYG dentro de los CMS.
- **IoT** - Internet of things. La internet de las cosas, (por sus siglas en inglés) es un sistema de dispositivos relacionados, maquinas digitales y mecánicas, objetos, animales o personas que tienen identificadores únicos y la capacidad de transferir datos a través de una red, sin la necesidad de interacciones entre humanos.

- **STARTUP** - Empresa emergente. Este tipo de término se utiliza para definir aquellas empresas nacientes, que se encuentran en su primer nivel, el de creación y emersión. A diferencia de las pymes estas empresas se caracterizan por su temprana edad y la capacidad de crecimiento escalable que las coloca en el marco de un gran abanico de posibilidades.
- **CRS**- Central reservation system. Es el sistema central de reservas online, programa informático que se utiliza para actualizar la información de inventario y tarifas para la gestión hotelera que permita gestionarl as a tiempo real.
- **GDS** - Global distribution system. Es una red informática masiva, y una herramienta de reserva que envía el inventario y las tarifas a los hoteles, a los agentes de viajes y les permite realizar reservas.
- **IT**- Information technology. La información de la tecnología o la tecnología informática es el estudio, diseño, desarrollo, innovación, puesta en práctica, ayuda o gerencia de los sistemas informáticos computarizados, según la “asociación de la tecnología informática de América (ITAA)”.
- **PMS** - Property management system. El sistema de gestión de la propiedad es un sistema de administración de hoteles que se define como una plataforma que les permite administrar tareas como la recepción, las reservas, el registro de entrada y salida, la asignación de habitaciones, la gestión de las tarifas...
- **B2B** - Business to business. El término “negocio a negocio” hace referencia a las transacciones comerciales entre empresas, es decir, a aquellas que típicamente se establecen entre un fabricante y el distribuidor de un producto, o entre un distribuidor y un comercio minorista.

Un modelo de negocio B2B puede ser, por ejemplo, el de aquellas empresas que proveen de contenidos web a otras, ya sea a través de entradas en un blog, tweets, trabajo de posicionamiento web o de redes sociales, o portales promocionales en Internet.

- **B2C** - Business to consumer. El término “negocio a consumidor” se refiere a la estrategia que desarrollan las empresas comerciales para llegar directamente al [cliente](#) o [consumidor final](#). B2C es el tipo de operación que realiza una compañía cuando los clientes son muchos y donde se espera un predominio de la dirección de mercadotecnia.
- **Hosting** – Esto es lo conocido como el alojamiento web. El “hosting” es un servicio en línea que te permite publicar en la web. Este servicio, básicamente es el que provee a los usuarios de un espacio en un servidor donde se puede almacenar todos los archivos y datos necesarios para que el sitio web funcione correctamente.
- **SEO** - Search Engine Optimization. Es el posicionamiento o la optimización en motores de búsqueda. Son una serie de herramientas y técnicas para que tanto webs como buscadores se puedan leer de forma más fácil y rápida.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Business-to-business>

https://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa_inform%C3%A1tica

<https://es.wikipedia.org/wiki/Business-to-consumer>

3. [Comparativa plataformas diseño web y comercio electrónico.](#)

En este apartado vamos a realizar un estudio de los sistemas de comercio electrónico y las plataformas de desarrollo webs, haciendo una comparativa de las características generales de las mismas que hay disponibles en la actualidad. Se analizan sus características, se clasifican, se valoran sus ventajas e inconvenientes, y por último se realiza un cuadro resumen y decimos cuales son las que vamos a utilizar y por qué.

Se discute la forma en que el comercio electrónico puede cambiar la estructura de la industria de los viajes y el turismo. El despliegue de servicios más especializados, las configuraciones flexibles de la red y una mayor integración de los consumidores darán lugar a mercados inteligentes que integren a todos los interesados. El escenario subyacente de la tecnología de la información omnipresente permite y refuerza este desarrollo, demostrando que el turismo es un campo de aplicación interesante, así como de investigación.

Como bien hemos mencionado en apartados anteriores, son un sinfín los lugares de compraventa vía internet, pero para que estas plataformas se desarrollaran fueron necesarios una serie de herramientas que les permitieran diseñarlos e implementarlos. A continuación voy a enumerar los diez soportes de diseño más actuales y los organizare en función de sus parámetros, cualidades y asequibilidad al usuario.

Los creadores web, más actuales son los siguientes; “wix”, “webnode”, “jimdo”, “weebly”, “1&1ionos”, “squarespace”, “site 123”, “one”, “godaddy”, y “pagina.mx”.

- **Wix**

La plataforma de diseño web llamada “wix” fue fundada en el año 2006 por los hermanos Abrahami y Giora Kaplan. La motivación que les impulso al desarrollo de la plataforma fue la frustración ante las complejidades y conocimientos necesarios que presenta la creación de sitios web. Juntos consiguieron una forma revolucionaria en la que tanto particulares como empresas, pudiesen generar y administrar sus propios sitios web. Actualmente tras once años de trayectoria Wix sigue proporcionando ayuda a 110 millones de usuarios los cuales no cuentan con las destrezas necesarias para crear una presencia online. Wix, es la única plataforma de diseño HTML que ofrece la función de arrastrar y soltar, además de cientos de plantillas con diseños sin igual generados por profesionales cualificados.

La creación de la web es gratuita, la conexión del dominio tiene un coste de 4,5€ y asciende en función de las limitaciones y profesionalidad que el usuario quiera implantar. Posee excelentes plantillas (valga la redundancia), es muy flexible, puedes añadir animaciones, como desventaja podemos mencionar el precio, la imposibilidad de cambiar de plantilla, así como la velocidad de carga.

- **Webnode**

El soporte de diseño “webnode” nace en 2008, se caracteriza por su sencillez. Es el creador web políglota por excelencia, desde su nacimiento ha permitido a más de 40 millones de usuarios la oportunidad de la propiedad de una web, sin importar si la necesidad es profesional o particular, ofrece las herramientas adecuadas para crear la web como quieras, sin necesidad de contratar programadores o diseñadores ni pagar un hosting.

La creación de la web es gratuita y el límite de profesionalidad lo pone el usuario lo que modifica los precios. Se caracteriza por ofrecer sitios multilingües, posee un

SEO excelente. Como inconvenientes podemos decir que no es apto para Ecommerce, tiene un blog básico, y le faltan funciones.

- **Jimdo**

Desde su fundación en 2007 la empresa “ jimdo” ha ganado numerosos premios que le han ayudado a consolidarse como empresa innovadora. La apuesta revolucionaria para la creación de páginas web ha hecho de jimdo una de las empresas software de mayor crecimiento en Alemania. Sus años de experiencia, sus 25 millones de páginas web y su capacidad de disponibilidad en 7 idiomas distintos, la ha convertido en una de las soluciones escogidas por pequeñas empresas.

La característica de jimdo, es que posee su propio CMS, que funciona como un editor de WYSIWYG, sin necesidad de construir la página mediante HTML. Al igual que las demás plataformas, son gratuitas en su creación, esta, también lo es, y a medida que profesionalicemos nuestra web se nos modificara el precio. Tiene una facilidad de uso excelente, posee SEO aceptable, permite la posibilidad de App para móviles, su soporte es envidiable, exceptuando sus plantillas rígidas y la ausencia de tienda online, es un creador muy asequible.

- **Weebly**

Esta plataforma está dedicada a la creación de páginas web gratuitas y de pago en función de las necesidades del usuario. Creada en 2006 por Rusenko, Fanini y Veltri. Este soporte de diseño web te lo pone de la manera más fácil posible, por lo que hace de su uso muy intuitivo, sus plantillas son muy adaptables, posee un centro de aplicaciones, también permite la gestión de equipos, sin embargo, sus

diseños son inflexibles, y no ofrece la posibilidad de páginas multilingües. En 2007 fue seleccionada para el programa de capitalización de empresas de Silicon Valley llamado. YC, “Y combinator.”

- **1&1 ionos**

La compañía fue fundada en 1988, con la idea de acercar la tecnología y la información a todo el mundo, de manera fácil y sencilla para todo tipo de usuario. Esta empresa de hosting en el mercado se compromete a ofrecer un producto potente, confiable y seguro, combinando los años de experiencia la idea estratégica ha sido siempre crear un líder de hosting completo. En 2018 la empresa utilizó su visión de potenciarse aprovechando la tecnología más actual, combinando líneas de productos de alojamiento web, aplicaciones, servidores...y reafirmando así su dedicación a la innovación y a la orientación al cliente.

La plataforma 1&1 ionos se puede decir que es el chico para todo, ofrece sitios multilingües, un soporte telefónico, la oportunidad de crear copias de seguridad, la posibilidad de importar blogs. Uno de sus inconvenientes es que no posee ningún plan gratis, y tampoco un marketing muy agresivo.

- **Squerspace**

Esta plataforma no es muy conocida entre los hispano hablantes, pero cada vez más usuarios empiezan a saber y a hablar bien de ella. Es un soporte perfecto para blogs, tiene todo lo que usualmente se necesita para hacer una web, integrado en la plataforma. Sin necesidad de instalar ningún tipo de plugin, posee la posibilidad de crear una tienda online, herramientas de SEO que facilita el seguimiento para el

día a día, integra otras redes sociales, tiene plantillas y el diseño de las mismas, permite Ecommerce con usuarios registrados, ofrece soporte, como inconvenientes cabe destacar que no está en español, el editor no es muy intuitivo, los precios son algo elevados, no tiene vista previa y aunque posea SEO su velocidad no es estándar.

- **Site 123**

El editor web “site123” es el creador de sitios online más intuitivo y fácil de usar del mercado. Es mucho más eficiente que los constructores de arrastrar y soltar convencionales. Es un servicio relativamente nuevo, su historia se remonta a 2016 con su lanzamiento en los Ángeles. Este editor es ideal para usuarios inexpertos sin requerir conocimientos de diseño o codificación, permite varios idiomas, el plan es gratuito, como ya hemos dicho su facilidad de uso es envidiable, pero como todo en esta vida nada es perfecto por lo que no podemos dejar en el tintero sus salvedades, como el exceso de anuncios, los diseños y plantillas son muy homogéneos y una vez que accedes a mas funcionalidades compruebas muchas similitudes en diferentes diseños , al igual que su acceso es muy limitado hasta que profesionalizas la página y aportas las cuantías que aparecen en sus tarifas, lo que te permite la personalización y el desbloqueo de la mayor parte del soporte.

Por último y para no ser muy repetitivo ya que al fin y al cabo todas las plataformas y editores web poseen similares características variándose algunas de sus funcionalidades, mencionaré las 3 últimas destacando algunas de sus cualidades.

- **One.com**

Es un creador web muy económico, posee plantillas adaptables, y como desventajas podemos mencionar la falta de blog integrado, y un soporte que se puede mejorar en todos sus ámbitos.

- **Godaddy**

Como hemos mencionado antes, un nuevo creador web, “los mismos problemas de siempre”. Tiene plantillas adaptables para móviles, su uso es intuitivo y fácil, pero como salvedad, su blog es demasiado básico, tiene pocas plantillas donde elegir, y un soporte relativamente malo.

- **Pagina.mx**

Esta plataforma de diseño es poco conocida, pero tiene un buen Ecommerce, su variedad de funciones le permite competir con demás editores web, pero sus diseños están anticuados, es relativamente caro y su funcionalidad y uso son complicadas a nivel usuario.

4. DISEÑO WEB

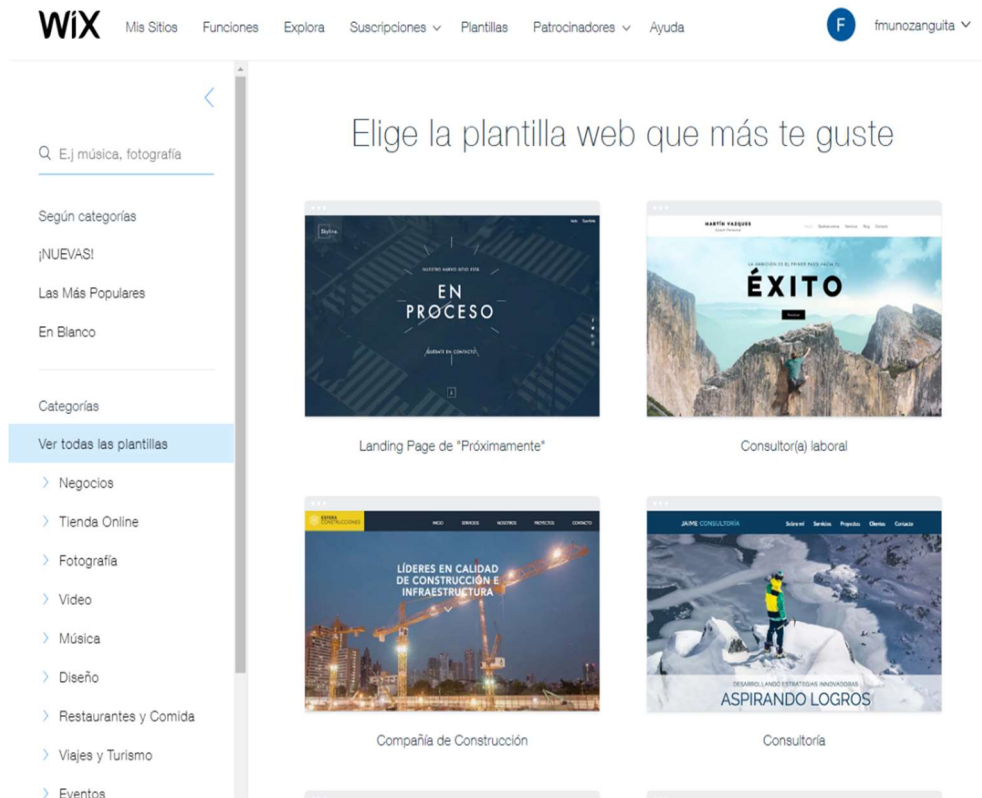
1.1. Café Bar Mi casa

Para comenzar la descripción del desarrollo de la plataforma, la cual he basado sobre lo que sería la cara visible de un lugar relacionado con la hostelería, lo primero es la elección del soporte web, que tras una deliberada comparativa he escogido la página “wix.com” para la creación de mi primera plataforma, ya que creo que su funcionalidad es la que mejor se adapta a lo que se desea plasmar.

Al inicio de la página, en primer lugar debemos registrarnos, posteriormente se nos envía un email de confirmación donde comienza la edición de nuestro futuro portal,

al pinchar en el enlace se nos abre la pantalla siguiente; que nos indica que tipo de plantilla necesitamos las cuales vienen predeterminadas.

Una vez que tengamos nuestra plantilla elegida, el siguiente paso corre por parte de nuestra imaginación.



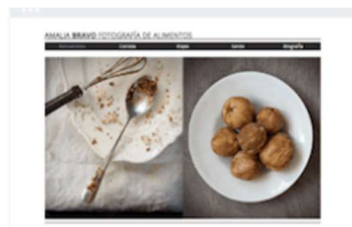
Desde el minuto uno tras registrarse en la web, la página te va informando a través de globos de las diferentes elecciones que tienes para el diseño. Nos muestra el amplio abanico de categorías a las que podemos optar.

Categorías

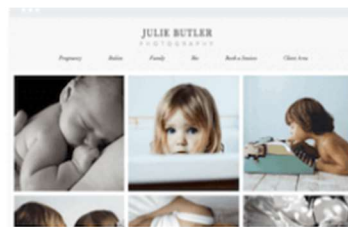
Ver todas las plantillas

- > Negocios
- ✓ Tienda Online
 - Ropa y Accesorios
 - Salud y Belleza
 - Hogar y Electrodomésticos
- > Fotografía
- > Música
- > Diseño
- > Restaurantes y Comida
- > Restaurantes y Comida
- > Hospedaje
- > Eventos
- > Portafolios y CVs
- > Blogs
- > Bienestar y Salud
- > Moda y Belleza
- > Comunidad y Educación
- > Artes Creativas
- > Landing Page

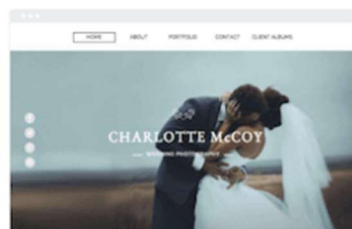
La web comienza con varias plantillas predeterminadas orientadas a los distintos sectores laborales. Posteriormente y previa elección del sector sobre el que queremos trabajar, la plantilla nos muestra un diseño orientativo en el que podemos modificar agregar o cambiar campos, arrastrando la información, imágenes o textos.



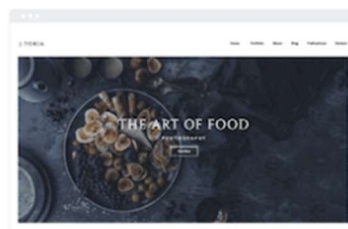
Fotografía de alimentos



Fotógrafo familiar

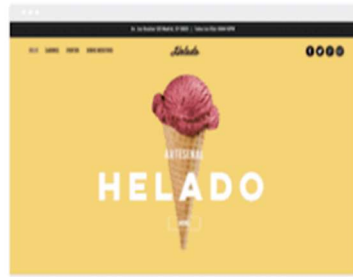


Fotografía de casamiento

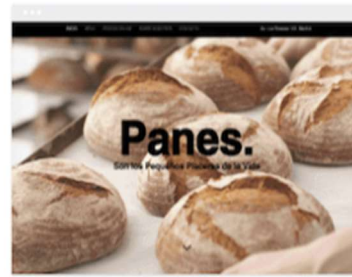


Fotógrafo de comida

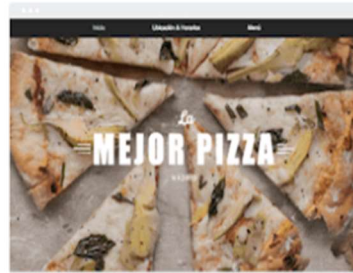
Tras seleccionar la categoría que más se adapte a nuestro proyecto se abre una amplia gama de opciones que darán forma a nuestra plataforma.



Heladería



Panadería

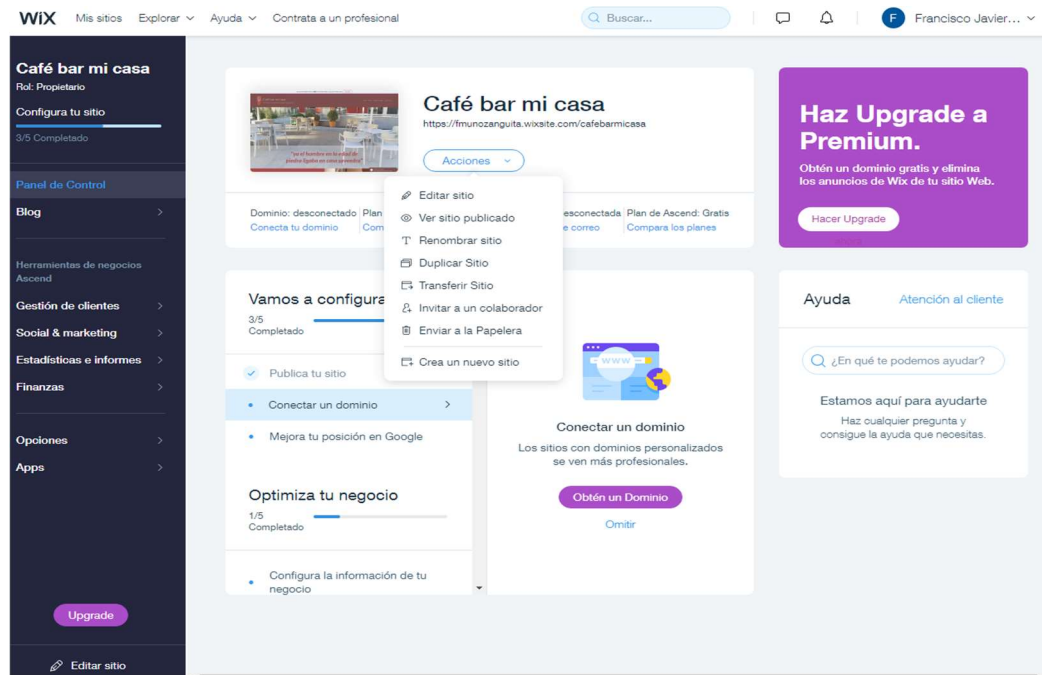


Pizzería



Cervecería

Una vez dados los pasos principales, que son registrarse, elegir una plantilla, y poner un título con gancho, se nos abriría nuestro panel de control sobre el que podremos ver, editar y personalizar nuestro espacio en la red.



Desde este panel debemos empezar a crear nuestra plataforma. Las primeras directrices que nos dan es ir diseñando el aspecto exterior de nuestra web,

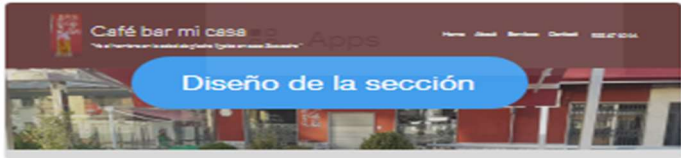
posteriormente publicar un evento, y para opciones más avanzadas conectar con un dominio existente o crear el nuestro propio y proporcionarle profesionalidad al portal, darle una buena posición en google (SEO), y finalmente hacerle un “upgrade” que optimice nuestro negocio.

Una vez tengamos la idea, solo nos queda plasmarla, y la plataforma de desarrollo te ofrece casi todo lo que necesitas. Como por ejemplo un buen encabezado, una sección de bienvenida, opciones de agregar más ítem sin necesidad de pluggin...

ENCABEZADO

Sección a la página

Página



Diseño de la sección

MENÚ DEL SITIO

Editar

✓

NOMBRE COMERCIAL

✓

Café bar mi casa

LEMA

✓

"Ya el hombre en la edad de piedra ligaba en casa Saavedra "

LOGO

✓



Editar y reemplazar

EMAIL DEL SITIO

○

BARRA DE ACCESO DE MIEMBROS

i

Agregar

NÚMERO TELEFÓNICO

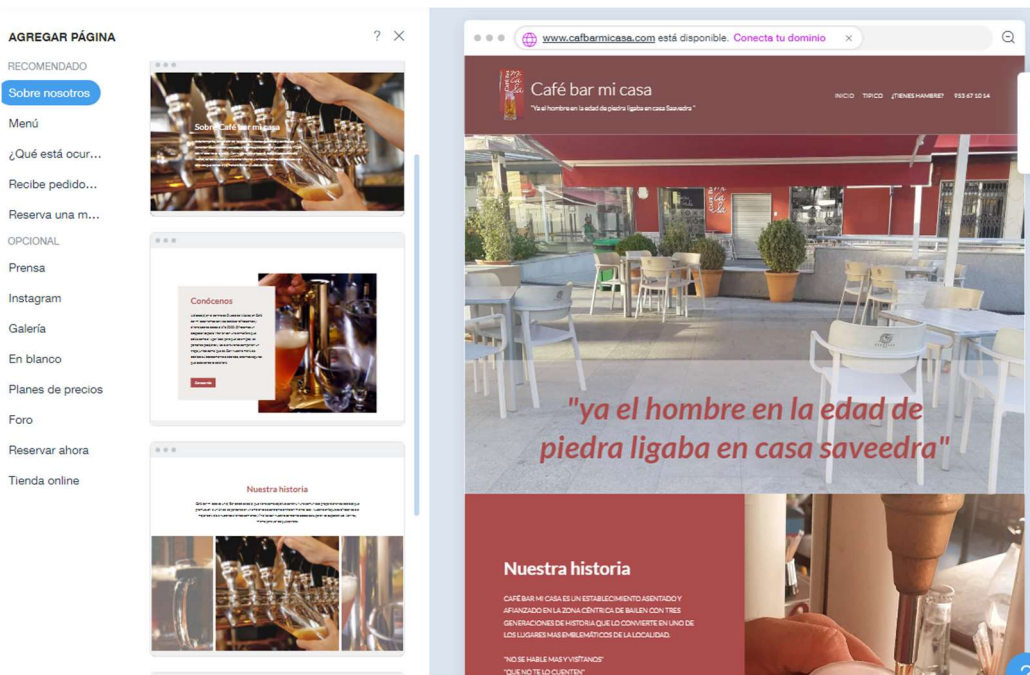
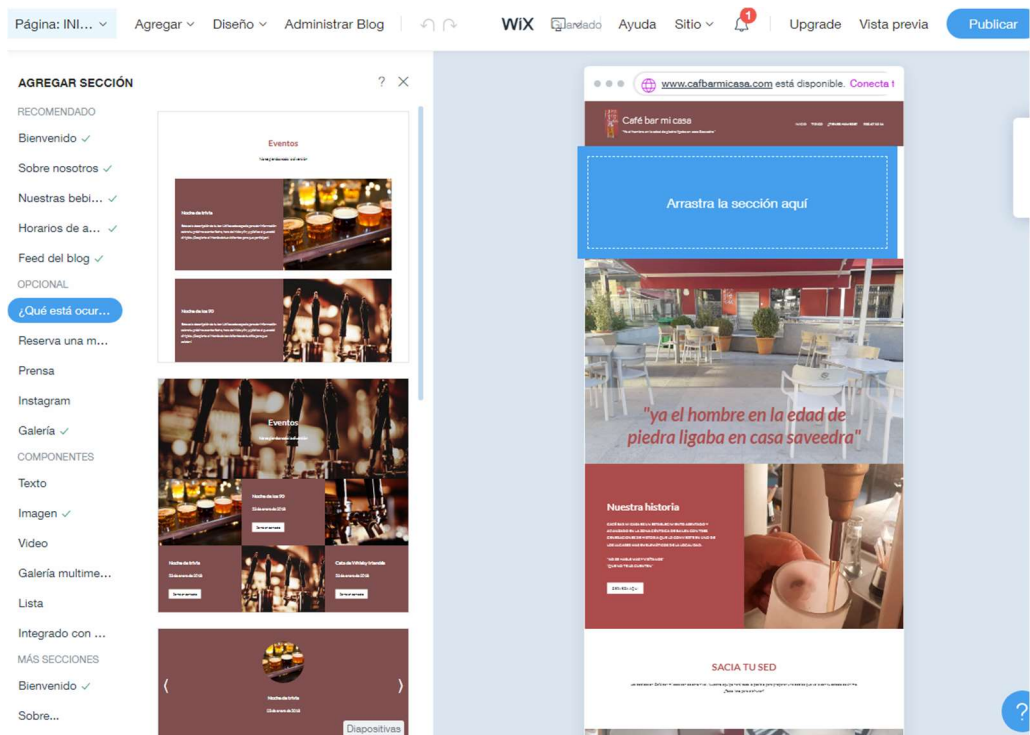
✓

953 67 10 14

BOTÓN

○

En la zona de agregar secciones y paginas tenemos numerosas opciones, desde, insertar una imagen a una galería de ellas, posibilidad de contactos, realización de listas de precios, reservas...



En la sección de diseño se muestran numerosas opciones que juegan con la posición de las fotos y el estilo del título, y tras posterior elección de nuestra foto principal la propia página te ofrece la posibilidad de búsqueda automática de colores, por lo que coge los colores principales y nos ofrece recomendaciones en función de nuestras elecciones.

SECCIÓN: DISEÑO

Personaliza el diseño de tu sección o prueba un nuevo estilo.

Dirígete a [Temas](#) para cambiar el diseño a través de tu sitio.



*"ya el hombre en la edad
de piedra ligaba en casa
saveedra"*

RECOMENDADO

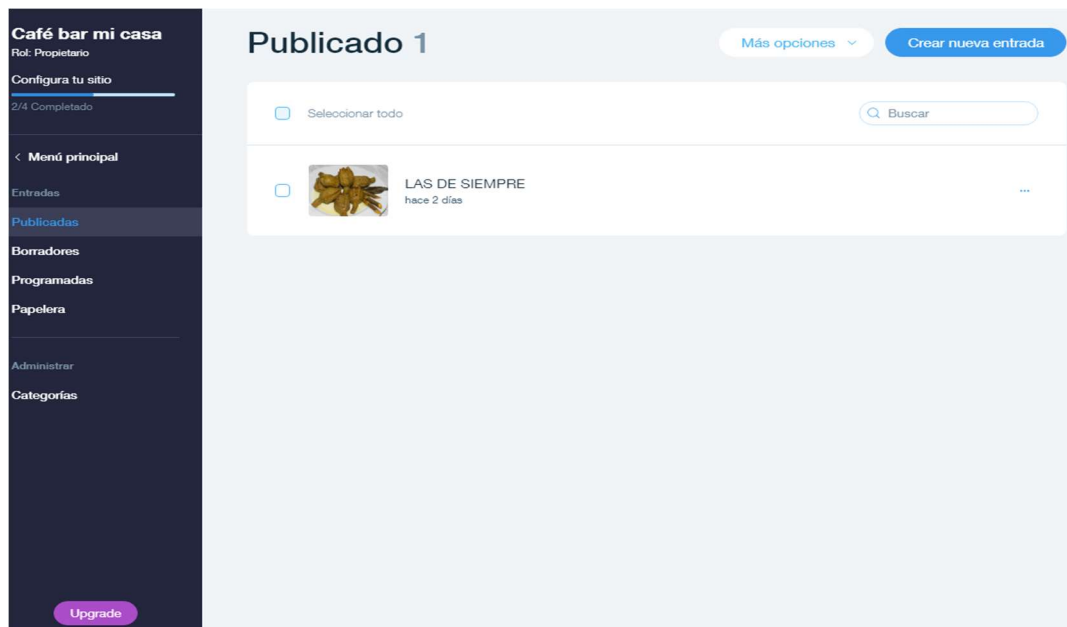


RECOMENDADO



Por ultimo una vez confeccionado lo que sería el boceto de nuestra web, página de inicio, bienvenida, diseño, y secciones, solo nos queda realizar una entrada, proporcionar a nuestro portal una sección en la que publiquemos aquello que queramos promocionar de nuestro negocio.

En este caso mi única publicación hace referencia a las “tapas” más comunes en dicho establecimiento, no he añadido más publicaciones ya que lo que quería plasmar es que se apreciara las posibilidades que ofrece la página, y me ha parecido que realizar más publicaciones y del mismo estilo, solamente sería ampliar la carta, por lo que me parecía repetitivo



Finalmente, una vez terminadas las directrices a seguir, nuestro último paso sería publicar la web en sí, para que sea visible para todos los usuarios, obteniendo algo parecido a lo siguiente:

<https://fmunozanguita.wixsite.com/cafebarmicasa>

Y este sería el aspecto definitivo de nuestro portal web.

En este caso y al ser un dominio gratuito, la web te proporciona el nombre, pero también te da la opción de comprar tu propio dominio y elegir así el nombre de la web para tu negocio en formato “www. CafeBarMiCasa.com”, por ejemplo.

En definitiva la plataforma ofrece muchas posibilidades para crear una “startup”, sin embargo, a medida que indagas en el soporte, vas viendo como las funcionalidades están limitadas, los enlaces a los hipervínculos no puedes elegirlos tú al cien por cien, casi todo el desarrollo, diseño y edición, sigue las pautas que dictamina la página, y en definitiva bajo mi punto de vista, sigues demasiado la guía que imparte la web, sin dejar opciones de libertad que son los que caracterizarían mucho mejor nuestro negocio.

Como futura línea de investigación, puedo decir valga la redundancia, la obsolescencia de la web que limita las opciones, en este caso he escogido un caso real, del lugar de mi trabajo temporal de mi localidad, que carece de portal en internet y solo aparece en breves reseñas y fotos de usuarios que lo frecuentan, que comparten imágenes en sus redes, y por lo tanto , esta elección se basa en el futuro desarrollo de un espacio virtual visible y operativo que aumente las visitas de este negocio, lo optimice, lo haga crecer de forma gradual, y lo dé a conocer permitiéndole así un lugar en el vasto mundo de la red.

1.2 Paradores Muñoz

Para inspirarme en la creación de este segundo proyecto he tomado de referencia mis recientes prácticas en el Parador de Jaén, he utilizado los conocimientos adquiridos durante mi investigación acerca de las plataformas de comercio electrónico y las plataformas de desarrollo web, junto con mi experiencia obtenida durante mi estancia en el parador, para confeccionar así, una web ficticia a modo boceto que compare Paradores de España, que nombre alguno de los más importantes y que permita el acceso a reserva de los mismos, así como información de carácter relevante.

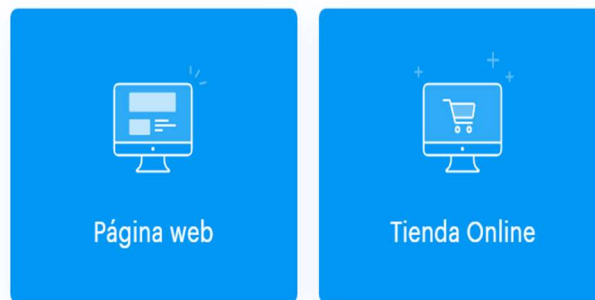
Este segundo proyecto se genera gracias a la página “www.webnode.es”, la cual fue mencionada en el punto comparativo de esta tesis, ubicándola dentro de las mejores web para la creación de soportes online.

He escogido esta plataforma ya que la considero excelente para compararla con mi primer proyecto, que carecía de funcionalidad, y limitaba la libertad de movimiento como las que ofrece la página de webnode.

Para empezar, al igual que con todas las plataformas de desarrollo web, nos exigen registrarnos para poder iniciar nuestro proyecto, así como el diseño y edición del mismo.

Como primer paso, la web te informa de tus posibilidades y antes de ofrecerte el amplio abanico de plantillas y secciones, te muestra que tipo de web desees desarrollar.

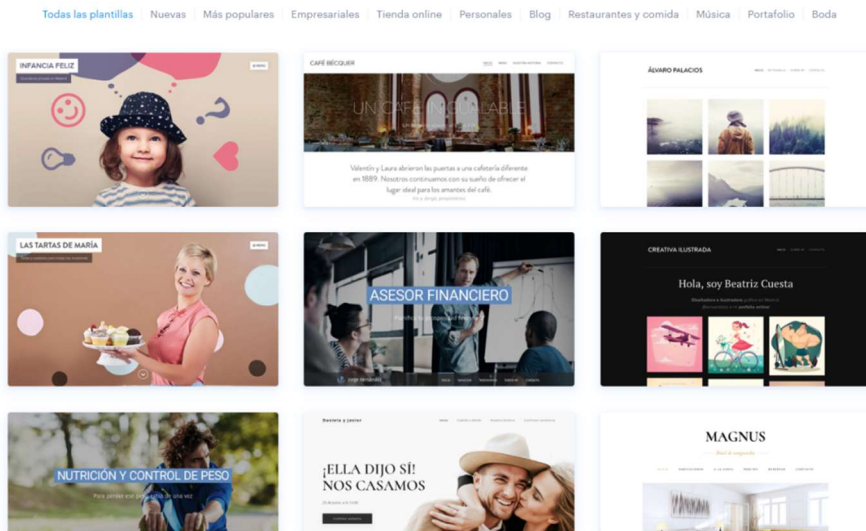
¿Qué tipo de página web necesitas?



Una vez que hemos escogido el tipo de soporte al que le vamos a dar formato, la página nos envía automáticamente un correo, en el que se nos comunica, que el registro se ha realizado satisfactoriamente y que puede dar comienzo la edición de nuestro portal, dándonos la opción de elegir lo que será nuestra plantilla previa que dará color a nuestra web.

Elige tu plantilla

Escoge una que te encante y personalízala para tu nueva web



Tras la posterior elección de la plantilla, se abriría el boceto de nuestra web con el formato prediseñado que nos proporciona la sección, una vez aquí podremos modificar todos los parámetros de nuestra creación.

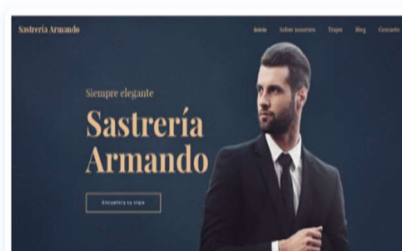
En el menú principal, una vez fuera de nuestro proyecto nos encontramos con un panel de control donde se sitúan todos nuestros trabajos, desde aquí podemos acceder a ellos para su edición, añadir más y gestionar todas sus funciones.

Mis proyectos

+ Crea tu Web

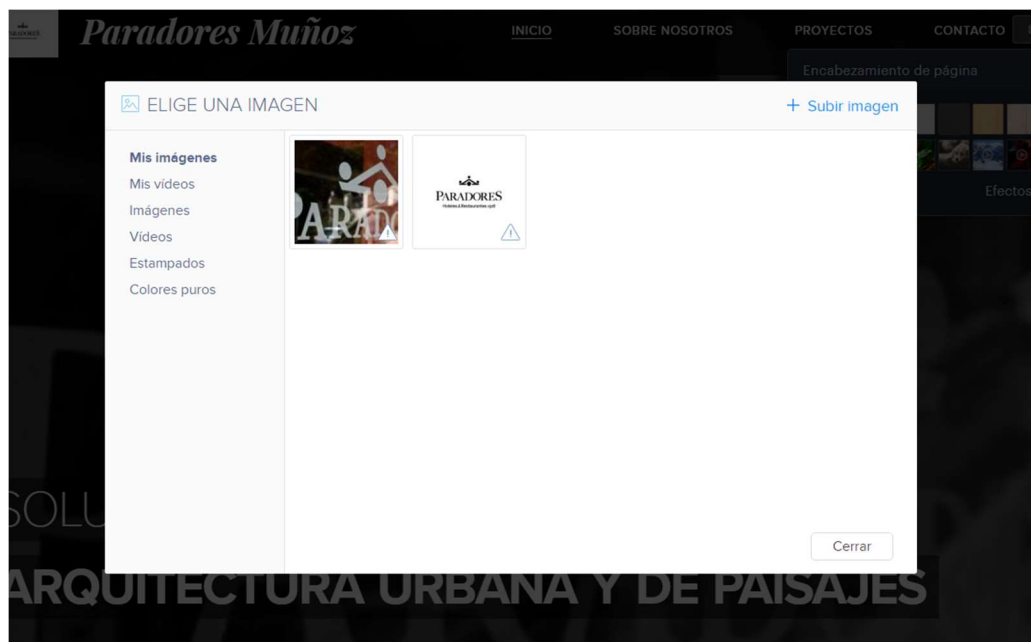


PARADORES MUÑOZ
<https://paradores-munoz.webnode.es>



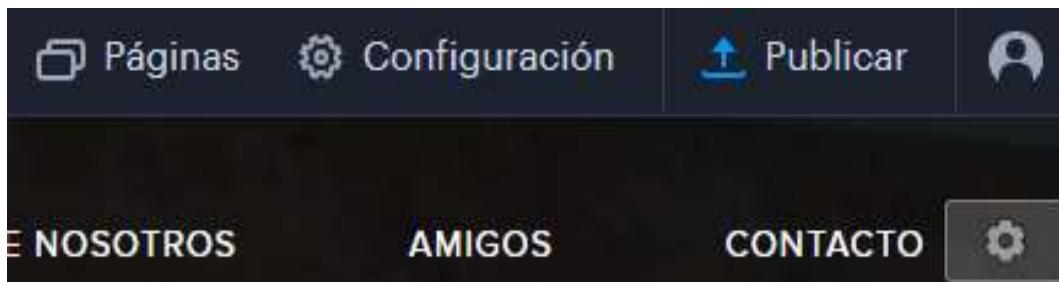
FRANPOSITIVE
<https://franpositive.webnode.es>

La principal característica de cualquier portal es la pantalla principal, nuestra cara de inicio, por lo tanto lo importante es que busquemos la forma y el estilo que le proporcione a nuestro portal lo necesario para que se asemeje en la medida de lo posible a lo que hemos imaginado, por lo tanto, en mi opinión lo principal es adaptar una buena página de bienvenida que capte lo que queremos reflejar. En primer lugar he realizado una selección de imágenes características de mi idea y las he ubicado en unos emplazamientos clave a los que se puede acceder con un solo click. Esta opción se basa en la previa selección y reemplazamiento de imágenes con la opción de subida de archivos que proporciona la web.



Así mismo, la zona de inicio del portal nos permite modificar o añadir títulos, ampliar el formato, modificar el tipo de letra, la posibilidad de añadir un logo e implementar el mismo añadiéndole enlaces o hipervínculos.

En el menú configuración tenemos la opción de añadir más páginas, modificar las entradas ya predeterminadas y dentro de las mismas proporcionarles una dirección o re direccionarlas.



La plataforma te da la opción de añadir imágenes que se anclan a la pantalla, por lo tanto a medida que nosotros movemos el cursor desplazándonos hacia abajo, la imagen o la parte de ella que hayamos seleccionado, se mantendrá inmóvil a medida que la pagina avanza y viceversa, según la función que le demos. También la imagen en vez de quedarse de forma estática y aparecer, la web te da la opción de que siga un recorrido ascendente o descendente a elección del usuario. Esta función, bajo mi punto de vista, ayuda muchísimo ya que da profesionalidad a la página, le otorga un toque distintivo y aparte se le puede añadir funcionalidad.

Una vez que tengamos nuestro título y nuestro logo, el cual también se le puede añadir funcionalidad, por ejemplo, para abrir otras páginas o para re direccionar de nuevo a la página de inicio. Adaptamos nuestra página de bienvenida y la otorgamos con algo que la caracterice y haga que llame la atención, ya sea con una frase con gancho, una imagen ideal, un eslogan, o una palabra.



La plataforma ficticia que he creado tiene una forma particular. He centrado la página principal en el primer Parador creado en España, aportando algo de historia, la posibilidad de realizar una reserva en el mismo y a su vez artículos de interés que ponen de manifiesto su importancia.

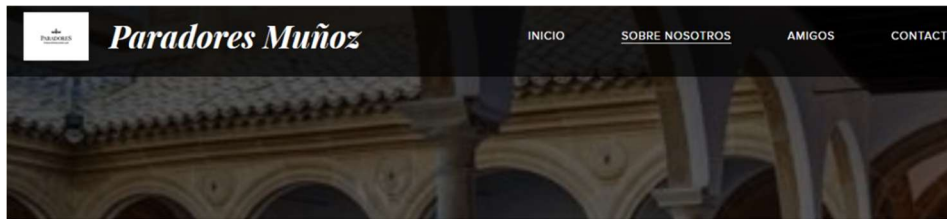
HISTORIA

Paradores cumplió en 2019 90 años de historia. Sus orígenes se remontan a 1910, cuando el Gobierno de España presidido por José Canalejas decidió encargar al marqués de la Vega Inclán el proyecto de crear una estructura hotelera, inexistente entonces en nuestro país, en cuyos establecimientos se diera hospedaje a los excursionistas y viajeros, al tiempo que se mejorara la imagen internacional de España. Al año siguiente se creó una Comisaría Regia de Turismo y al frente de esta entidad se nombró al citado marqués de la Vega-Inclán.



Hoteles desde 1928
MUCHO MAS QUE UN HOSPEDAJE

He continuado las secciones ampliándolas a “sobre nosotros”, “amigos” y “contacto”. Me ha parecido la solución más intuitiva para el usuario a la hora de acceder a la plataforma, de manera que de forma reducida pero llamativa mencionamos los puntos de interés de lo que queremos reflejar y le otorgamos a la página caracterización. La sección “sobre nosotros” la he emplazado sobre los establecimientos más conocidos (o aquellos que he considerado de mayor relevancia, por sus características), he utilizado las funciones que proporciona la página, para enfocar el diseño, adaptándolo en la medida de lo posible, para que se asemeje a la realidad, de forma que el atractivo de la web incite a la visita de la misma, así como la reserva en los lugares que en ella se mencionan.



NUESTROS EMPLAZAMIENTOS

"disfrute alojándose en lugares de ensueño"



En segundo lugar y dejando la sección amigos, que considero que es mejor mencionarla al final, continuamos la tesis describiendo la página de “contacto”, que cuenta con algunos matices característicos, como por ejemplo el hipervínculo asociado a la línea telefónica, veinticuatro horas disponible para el usuario. Dato relevante ya que es una opción que pocos conocen. Así mismo, la sección cuenta con una dirección general, un teléfono de contacto para reservas, la posibilidad del acceso a la red principal de paradores, y un pequeño menú en el que el usuario puede dejar constancia de sus opiniones o valoraciones posteriores a su reserva, o incluso solicitar información previa.

CONTACTO

servicio 24 horas, teléfono gratuito.

DÓNDE ESTAMOS

CENTRO DE OPERACIONES:

Calle de José Abascal, 2, 28003 Madrid

Central De Reservas De Paradores De Turismo De España.

Teléfono de Contacto:

(+34) 915 166 700

<https://www.parador.es>

DEJANOS TU OPINIÓN

Nombre

Email

Número de teléfono

Mensaje

Enviar

Antes de continuar cabe mencionar, la opción que ofrece la página para editar las fotos del encabezado, así como difuminarlas o darle un tono personalizado, que como se puede apreciar en la página, he utilizado la misma foto, pero con distinto formato, en distintas secciones, primero para caracterizar la sección y segundo para evidenciar, las posibilidades de edición que muestra el portal de webnode.

Por último, nombrar la sección de amigos que como he dicho la he dejado para el final, ya que bajo mi punto de vista es la más escueta, pero no por ello menos importante, y me ha parecido una buena sección para desenlazar este proyecto. Por lo tanto, culmino con la sección de amigos que ofrece la posibilidad de registro en la página oficial de Paradores, con el objetivo de pertenecer a esta gran familia así como disfrutar de las ventajas que esta tarjeta otorga a su propietario.

ÚNETE A NUESTRA GRAN FAMILIA

"En esta sección, puedes afiliarte a la gran red de Paradores de España, donde te proporcionaremos una tarjeta unida a un número de amigo que te permitirá disfrutar de increíbles ofertas con nosotros."



Como resultado final, y sin mostrar todo el potencial de la plataforma desarrollada, me gustaría permitir al lector disfrutar navegando en la misma, por lo tanto, este sería el aspecto de nuestra web una vez terminada...

<https://paradores-munoz.webnode.es/>

5. CONCLUSIÓN

En este proyecto hemos analizado las plataformas de desarrollo web, y los sistemas de comercio electrónico, y tras la lectura hemos podido comprobar cómo se complementan.

Como objetivo general hemos conocido las temáticas expuestas, hemos abordado el problema, hemos ofrecido una visión de la evolución, que han sufrido los temas debatidos, y para alcanzar dichos objetivos se ha puesto en práctica la experiencia adquirida tras el análisis y el estudio de la temática.

Uno de los aspectos que han resultado fundamentales y han permitido alcanzar de forma satisfactoria los objetivos planteados para este TFG, han sido el pre-procesamiento de los datos, es decir, la analítica y la búsqueda de información previa que ha puesto sobre el terreno las bases que han fundamentado nuestro proyecto. Haber desarrollado un proceso estructurado y adaptado al conjunto de documentos analizado, nos ha permitido extraer el conocimiento existente en los datos.

Los temas tratados y la aplicación e interpretación de los mismos, no ha ocasionado demasiadas dificultades, además gracias a ellos hemos obtenido unos resultados que identifican un amplio conjunto de temáticas.

Por tanto, el desarrollo e implementación de las web, ha generado la disyuntiva, que nos hace pensar, si este tipo de plataformas esta aun en pleno auge, ya que la facilidad de creación de una tienda o portal online a nivel usuario, pone de manifiesto de manera muy estandarizada la posibilidad al alcance de la mano de cualquiera de crear su propio negocio.

Con esto quiero animar a las generaciones actuales a indagar en este tema que posee un potencial increíble, e invito a la reflexión. ¿Por qué no crear, aunque ya este inventado, si se puede mejorar?

FIN