

Factores que influyen sobre el precio final del desarrollo de un sitio Web

Factors influencing on the final price of the development of a Website

Mirta Valdés Morris

Doctora en Medicina Veterinaria. Empresa de Tecnologías de la Información y Servicios Telemáticos Avanzados (CITMATEL). La Habana. Cuba.

RESUMEN

Cuánto cuesta crear un Web es una pregunta frecuente en la actualidad; sin embargo, no por frecuente resulta fácil de responder y la respuesta a menudo resulta incomprensible para quien la recibe, sobre todo, en los casos donde no se acompaña de una clara y cuidadosa explicación. Quienes pretenden utilizar los servicios de empresas o especialistas dedicados al desarrollo Web deberían disponer de alguna información previa al respecto, pero de no ser así, deben contar con el apoyo decidido de quienes se dedican a dichos servicios. Educar al cliente forma también parte de su labor diaria. Cada sitio Web presenta sus propias características. Por ello, su tratamiento y precio son diferentes. Sobre esta base, sus creadores utilizan distintos métodos para determinar el precio y ello conduce a que no exista una respuesta única al respecto o igual a otra. Es imprescindible conocer con claridad las características del proyecto y el presupuesto disponible. También deberá diferenciarse entre el trabajo profesional y el aficionado y las diferencias en relación con la calidad, las facilidades y las garantías, porque los precios se hallan en relación directa con estos elementos.

Palabras clave: Sitios Web; precios; usuarios.

ABSTRACT

How much does it cost to create a Website is a common question at present; nevertheless, it is not easy to respond and the answer is often incomprehensible for those who receive it, mainly, when there is not a clear and careful explanation. Those who pretend to use the services of enterprises or specialists dedicated to the Web development should have some previous information on this regard, but if it is not so, they should have the determined support of those devoted to these services. Educating the client is also part of their daily work. Each Website has its own characteristics. For this reason, its treatment and price are different. Based on it, its creators use different methods to determine the price, and that's why there is no a unique answer or a response equal to another. It is essential to know with clarity the characteristics of the project and the available budget. Differences should be established between the professional and amateur work and among quality, facilities and guarantees, since prices are closely related to these elements.

Key words: Website; prices; users.

Muchas instituciones aspiran a tener una representación en Internet, sobre todo, como consecuencia de la importancia que ha adquirido este medio para la comunicación, el comercio y la vida en general en la sociedad actual. La cuestión no radica en disponer de una página -hoy casi nadie utiliza esta forma-, un sitio o un portal del tipo que sea, sólo por tenerlo. Puede que en un inicio esto fuera suficiente, pero de la misma forma que la red creció con respecto al número de usuarios, creció también el total de instituciones que trasladaron sus negocios, promociones y servicios a este nuevo medio, y con este desplazamiento, la competencia también se trasladó a un espacio cada vez más importante. Surgió entonces la necesidad de contar con sitios de calidad, "usables" y atractivos, con vistas a conquistar la lealtad de sus usuarios.

Si bien la mayoría aspira a tener un buen sitio, no muchos están dispuestos a pagar en correspondencia con lo que requieren o desean. En este caso, es esencial diferenciar entre lo que se desea y lo que se requiere. Y es en el proceso de solicitud donde debe enriquecerse la experiencia de los usuarios, identificarse con claridad los propósitos y características generales de los productos solicitados y "desmitificarse" en general el proceso de creación, implementación y mantenimiento de un sitio Web.

Son variados los eventos donde se discute reiteradamente el tema del precio Web; se trata de un tema medular en el que se mezclan factores humanos -objetivos y subjetivos-, la calidad y la cantidad de los recursos; así como las características propias de un área geográfica con un entorno económico, social y político propio. Al conjugarse tal diversidad de elementos, el rango entre un valor mínimo y máximo es muy amplio, y por ello tal vez ninguno pueda considerarse sorprendente sino que debe analizarse cuidadosamente para poder "llegar más allá" del simple dato numérico.

Los precios en esta "industria" continúan considerando aspectos como el tipo, tamaño y contenidos del Web, la experiencia y profesionalidad de quien lo realizará y el presupuesto disponible.

No siempre la experiencia forma parte de los atributos que presenta un desarrollador Web, y muchos se lanzan a la aventura de crear sitios sin poseer los conocimientos necesarios para ello. Algunos piensan que cualquier individuo puede crear un sitio Web, otros creen que los sistemas de gestión de contenidos pueden resolver tales necesidades, y hay quienes piensan que se trata de algo muy fácil, porque existen sitios donde es posible crearse, a partir de una plantilla y la respuesta a algunas preguntas, un sitio en forma gratuita o a un bajo precio. Estas posiciones atentan contra la calidad de los sitios en general, el respeto a los profesionales que se dedican al desarrollo Web y perjudican a quienes pretenden "hacerse" de un sitio y a sus usuarios finales.

El costo de inversión en un sitio Web profesional se compara frecuentemente con el de un anuncio en un periódico, revista o semanario. De hecho, a menudo es menos caro que la colocación de un anuncio en un periódico metropolitano. Un sitio Web profesional alcanza una audiencia mundial y está abierto las 24 horas del día, los 7 días de la semana y los 365 días del año.¹ Además, cuando "está bien hecho" puede producir ahorros considerables, y por ello hay que entender que los costos de un buen sitio pueden ser elevados pero, a la vez, que los beneficios para la organización a la cual representa, pueden multiplicarse, debido a la amplitud de la audiencia a la que puede llegar, su constante funcionamiento y sus ahorros en papel, materiales de oficina, alquileres, salarios y otros renglones.

Cuando un consumidor es conocedor de lo que desea comprar, investiga sobre las opciones que le ofrece el mercado, disponibilidades y precios.² Quienes van a utilizar los servicios de empresas o especialistas dedicadas al desarrollo Web deberían disponer previamente de alguna información sobre el tema, pero de no ser así, deben contar con el apoyo de los que se dedican a prestar dichos servicios: educar y explicar al cliente todos los detalles necesarios forma también parte de su labor diaria.

Algunos creadores de sitios Web pueden desarrollar un sitio estático a razón de \$100.00 por página. Si es un sitio puramente informativo, acompañado del perfil de la empresa, puede obtenerse un sitio funcional, razonablemente atractivo, más o menos en \$700.00. Estos sitios generalmente no son desagradables, pero no se debe esperar en ellos, gráficos hermosos o efectos inteligentes.³

Tanto las organizaciones como los desarrolladores individuales mueven el rango de sus precios entre límites muy amplios. Recurrir a fuentes más "económicas" lleva con frecuencia a deficiencias de calidad en los Web, que entonces muchas veces no pueden competir con los de empresas o instituciones similares al incumplir con los principios básicos de la usabilidad, las buenas prácticas establecidas y otros aspectos que es necesario considerar desde su planeación para que los costos se conviertan y multipliquen en beneficios.

No existe entonces una fórmula única, una receta para poner precio a un nuevo Web o a su rediseño.⁴

El tiempo es otra variable importante al momento de considerar el precio de un Web pero no existen reglas comunes, cada organización tiene las suyas propias. Las compañías más experimentadas cobran generalmente precios por hora elevados.⁵

Para el desarrollo de un Web, se debe contar en todo momento con la ayuda del usuario que solicita el sitio, pero sin olvidar que éste debe comprender en cada momento qué se plantea, sus implicaciones y, sobre todo, la importancia que tiene su participación para producir lo que él requiere. Una vez concluido un trabajo de

esta clase, la corrección de los errores es sumamente costosa. Para evitar esto, la comunicación entre el cliente y el equipo de trabajo debe ser constante, armoniosa y transparente. Un ambiente de confianza mutua debe predominar en el momento de lograr acuerdos y llegar a conclusiones compartidas. La terminación de muchos sitios se dilata porque no existe la debida cooperación de los clientes.

La aceptación o rechazo de un pedido de desarrollo depende muchas veces del convencimiento del creador sobre el valor del proyecto y de la existencia de los recursos necesarios, y en esto, el solicitante tiene un papel fundamental. Ciertos proyectos no valen la pena, porque el cliente se propone objetivos ajenos a la tarea o realmente no cree en lo que se le dice y ello lleva irremediablemente a enormes pérdidas de tiempo, muchos disgustos y pobres retribuciones de las que habitualmente los desarrolladores "tratan de escapar".⁶

Existen frecuentemente grupos que desean llamar la atención de los clientes con una relación precio-calidad tan baja que dañan a la profesión. Otros, sin embargo, no abren sus puertas a usuarios que no estén dispuestos a gastar al menos 60 000 euros para conseguir una página simple de administración de contenidos.⁷

Es importante entonces realizar un balance entre calidad, profesionalidad y precios al momento de seleccionar la agencia que puede entregar lo mejor con arreglo al presupuesto disponible.⁸

Durante el proceso de desarrollo Web, debe seguirse con atención su calidad y estimular la participación en este de personas que funjan como usuarios de los módulos terminados, y que desconozcan las intenciones y propósitos de los autores, con vistas a validar e identificar deficiencias en el sistema que puedan arreglarse antes de que concluya el proceso completo. Ello, aunque añade ciertos costos al proyecto, mejora la calidad final del producto.

Para realizar una comparación simple, puede decirse que tratar de saber a priori cuánto cuesta un sitio Web es similar a la tratar de saber el precio de una casa sin conocerla. Todo depende de los detalles, las condiciones, el mercado y muchos otros factores, por demás con una influencia fluctuante según el momento.⁹

Pero no todos reaccionan de la misma manera ante argumentos tan sencillos como éste e insisten en que debe existir una media, un más o menos, un cálculo según la experiencia de los desarrolladores.

Las variaciones en los precios entre distintas organizaciones, pero incluso en una misma organización, son enormes. Unos cobrarán por páginas; otros, según grandes divisiones del sitio, creadas con arreglo a criterios como: estructura, complejidad, espacio, cantidad de empleados que deben utilizarse para su realización, tiempo de desarrollo, servicios de valor añadido que incluye, educación del cliente, pruebas de funcionamiento y usabilidad, uso de tecnologías y técnicas novedosas, experiencia requerida de los especialistas, el nivel de la organización y el presupuesto del cliente, entre otros factores. Se pueden aplicar todos los criterios de una vez, o agruparse según lo que cada organización considere.

Pero en todo esto sí queda claro algo: cada Web es diferente, tiene características propias y requiere de un tratamiento individual para su desarrollo y por ello, su costo es diferente a otra aparentemente similar.

El cliente, por su parte, debe reconocer al desarrollador de su sitio Web como un elemento clave del equipo que dará forma a la imagen comercial en línea de su

negocio, y que desempeñará un papel decisivo en el éxito o fallo de dicho negocio.¹⁰

LA EXPERIENCIA Y LA EDUCACIÓN DE LOS USUARIOS

En la medida en que quienes solicitan el desarrollo de un sitio Web posean un mayor conocimiento sobre lo que desean obtener y la razón por la cual lo necesitan, mejores serán las relaciones entre clientes y creadores, fluirá mejor la comunicación y los resultados finales presentarán mayor calidad.

Y son diversos los conocimientos requeridos, por ejemplo:

En el mercado de producción de sitios Web existen muchas organizaciones, con diferentes niveles de calificación y profesionalidad, los de más experiencia pueden pedir precios elevados, mientras los que se inician pueden trabajar por precios más bajos. Obviamente, la diferencia de habilidades establece precios diferentes. Si se opta por los precios más bajos, probablemente estemos optando por resultados de menor calidad.¹¹

Para obtener información sobre la calidad del trabajo de cierta organización, puede solicitársele que nos relacione o muestre algunos de los sitios realizados, o nos ofrezca referencias de clientes que recibieron sus servicios. Se debe también "explorar" la tecnología que emplean; así como solicitar un estimado de la duración del proyecto.

Como en otros servicios, se deben buscar ofertas y comparar no sólo los precios. Muchos ofrecen de forma gratuita sus cuotas de pago y estimados, esto nos puede proporcionar una idea de lo que puede costar el Web que nos pretendemos poseer. Siempre se recomienda que exista un contrato firmado que registre los requisitos, acuerdos, deberes y derechos de las partes involucradas y, por supuesto, el costo final del producto que se solicita. Un contrato debe ser lo más concreto posible. Pero también debe evaluarse la reputación de la organización que realizará el trabajo. No sólo es importante la rapidez con la que se ejecute el trabajo, sino también la ética y la profesionalidad de la organización, la calidad de los procesos y el producto final, así como las garantías y otras facilidades ofrecidas.

El cliente debe considerar también el mantenimiento y desarrollo futuro del sitio y bajo ninguna circunstancia puede caerse en el error de pensar que esto es tarea de cualquiera. La inexperiencia también cuesta. Algunos afirman que por cada 5 horas empleadas en generar nuevos contenidos, debe asumirse una hora adicional para su colocación en el sitio cuando falta la experiencia.

Aunque existen formas de crear Web gratuitamente o a muy bajo costo por medio de la propia red, puede que se pague muy caro por esta forma inocente de razonar, mucho más caro que por la contratación de un grupo profesional debidamente reconocido.

Las Web realizadas gratuitamente con frecuencia:¹²

- Presentan un URL demasiado largo (difícil de recordar y deletrear por teléfono), que indica dónde se creó la página y ello, nos pone en evidencia ante los visitantes que pueden constatar que se utilizó alguna forma de gratuidad para su diseño, algo que resta prestigio y confiabilidad a la organización.

- No se registran por los buscadores -y por lo tanto, no aparece entre los resultados que entregan sistemas como Google, Yahoo, MSN y otros-, algo fatal para el contacto con los clientes.
- Poseen un diseño limitado a las opciones que ofrecen los sistemas para la creación de sitios Web.
- Imposibilitan añadir funcionalidades personalizadas.
- Colocan anuncios, deseados o no.
- Carecen de estadísticas sobre el tráfico -quién visita el sitio y cuándo, desde dónde, u otras.
- Deben permitir que sus creadores se reservan el derecho de utilizar, y posiblemente vender, el contenido del Web sin recompensa alguna.
- No ofrecen ninguna garantía de disponibilidad.
- Poseen un espacio limitado para su alojamiento.
- Hacen a sus usuarios dudar de la credibilidad del Web.
- Pueden no ser realmente gratuitas.

Los buscadores cuando encuentran un sitio que es muy pequeño, por ejemplo; sin un dominio oficialmente reconocido, y con todas las apariencias y características de la realización gratuita; o no se encuentran debidamente actualizados; dudan de su seriedad y no lo incorporan a su base de datos. Otros sitios lo juzgarán de la misma manera y no lo enlazarán desde sus páginas. En estas condiciones, el sitio dista mucho de la profesionalidad que exige el mundo moderno y la mayoría se alejará de él. Los sitios gratuitos generalmente son efímeros y ésta es otra razón para que no se consideren. Ellos no son útiles para el comercio electrónico, porque los visitantes sienten reservas con respecto a ellos y desconfían de sitios con estas características.

Cuando el trabajo se realiza sobre la base de plantillas o de sistemas de gestión de contenidos, los usuarios desconfían de ellos, porque esto puede tomarse como una evidencia de falta de profesionalidad. Si el resultado final presenta una falta de calidad apreciable, esto reforzará las dudas de ciertos clientes potenciales de las empresas creadoras de sitios sobre los beneficios que produce realmente disponer de un Web en Internet.

Un aspecto a considerar en el tema de la calidad de un sitio es su seguridad ante amenazas y ataques potenciales provenientes de la red. La mayoría, por no decir todos los que ofrecen servicios gratuitos y carentes de un alto rigor profesional, descuidan los aspectos relacionados con la seguridad de los sitios, y con ello dejan a sus usuarios a merced de la multitud de malhechores que pululan en Internet.

El desarrollo de los contenidos, donde se incluyen elementos como: textos, imágenes, gráficos, sonido, animaciones y su manejo: edición, selección, adecuación, traducción, desarrollo de relaciones y todo lo que incumbe a la información que aparece en el Web, es otro punto vital en la creación de un sitio y requiere de profesionales experimentados provenientes de diversas ramas del conocimiento. Los contenidos son lo más importante en el sitio y en Internet.

En cualquier caso, la adecuación de los contenidos debe verificarse cuidadosamente. Y esto es una tarea que el cliente debe realizar antes de entregar su solicitud de diseño Web al equipo de trabajo que lo atenderá; su disposición para el intercambio con el equipo sobre este aspecto, debe ser también permanente. El empleo de especialistas en contenido en el equipo de trabajo aumentará los costos del proyecto.¹³

El hospedaje y el mantenimiento del sitio son otros dos aspectos que cuentan en el precio. Los precios del hospedaje no son elevados generalmente y se pagan en cuotas por períodos de tiempo; el precio del mantenimiento depende de quién lo realizará, el cliente o la empresa que diseñó el sitio.

Los creadores del Web pueden dedicarse a tiempo parcial o completo al desarrollo de un sitio y ello influirá también sobre su precio final. La forma de trabajo y el tiempo total que se dedique a la creación de un Web depende de sus requerimientos y de las exigencias del cliente.

El usuario debe recibir ayuda para determinar "lo que quiere" y "cómo lo quiere". Los arquitectos de información pueden generar prototipos del sitio, útiles para las labores posteriores de diseño, junto a clientes y equipo de trabajo. El arquitecto trata de determinar las necesidades de clientes y usuarios y las refleja en una especie de mapa donde se muestra la ubicación y las relaciones entre los diferentes elementos que conforman el Web. Esto lleva a la determinación de los requerimientos del sitio. No se debe aspirar a disponer de un sitio por una simple moda y porque muchos tienen alguno, sino que deben existir ciertos objetivos, una audiencia y determinados requerimientos para ellos.

Una vez "concluido" el Web y entregado al cliente, este debe estar consciente y suficientemente informado de que su mantenimiento y actualización son procesos ulteriores imprescindibles, que de no prestarle atención, llevará a la pérdida de todo el tiempo, esfuerzo y recursos empleados en su confección, y que sus beneficios iniciales se "evaporaran". Cuando la actualización se asume por el creador del sitio, este aspecto pasa a formar parte también de los costos.

El tiempo que se emplee en la discusión del total de los aspectos concernientes al desarrollo del sitio, ahorrarán con posterioridad tiempo y recursos al quedar claros desde un principio.

Una cuidadosa atención al cliente permitirá que este aprecie la profesionalidad y experiencia de sus interlocutores; evalúe sus posibles resultados; analice con respecto a la competencia y finalmente, tome su decisión sobre quién creará y atenderá su Web.

Las versiones del sitio en diversos idiomas, los textos que sea necesario teclear y traducir, los contenidos a editar, si todo esto o parte, corre por el equipo de trabajo, sin dudas tendrá su repercusión en el precio final.

La importancia de la calidad de un Web ha crecido significativamente producto del desarrollo alcanzado en esta área; la competencia aprovecha los resquicios y las pérdidas pueden ser cuantiosas, y hasta se entablan procesos legales, por esta razón. No son pocos los que solicitan la creación de un Web que preste especial atención a estos aspectos, y también son más cada vez, los que se percatan de la necesidad de un rediseño a partir de la realidad actual.

La decisión para un rediseño parte del momento en que es impostergable atender nuevas necesidades de los usuarios, se han producido cambios en el entorno y la

competencia, han surgido herramientas más modernas de tratamiento de la información o ha ocurrido un cambio de visión y se busca con él obtener una mayor eficacia en su relación con ellos; así como una mejoría de su imagen como organización. Para un rediseño la opinión de los usuarios del sitio y el estudio de las prácticas de los mejores competidores es muy importante.

La certificación de calidad del Web antes de la entrega al cliente es un servicio de valor añadido que no todas las organizaciones prestan, pero es un factor determinante a la hora de adquirir un Web terminado. Por supuesto que también se debe valorar la veracidad y nivel de la certificación. Cuando es real, ella es una garantía importante para el producto y "vale la pena" pagar por ello.

No hay que dejarse deslumbrar tampoco por los constantes cambios que se producen en la esfera tecnológica. Internet es un medio sumamente cambiante y cada día aparecen nuevos avances, que pueden ser o no buenos y duraderos. Por ello, no podemos dejarnos llevar por el impulso de adquirir el último producto, cada herramienta debe ser probada con cuidado y demostrados sus beneficios para condiciones y objetivos particulares.

Cabe ahora aquí una interrogante: ¿cuánto tiempo consume crear un Web?

Cuando una organización sin una amplia cultura en el tema tratado piensa en la necesidad de disponer en Internet de un Web, también generalmente cree que debe "hacer algo" en forma rápida y bajo precio.

Pero el desarrollo Web es caro, comprende a muchos especialistas, se realiza frecuentemente con mucha indefinición del cliente y lleva tiempo.¹⁴

Desarrollar un sitio con calidad comprende muchos más aspectos de lo que muchos imaginan, que incluyen desde la planeación hasta la "educación" del cliente para que pueda comprender qué representa disponer de un Web en Internet y la necesidad de su adecuado mantenimiento, siempre que se desee que este presente las características cualitativas y de rendimiento que le permita "llegar" a los clientes para "hacerlos leales", así como lidiar con él y mantenerse en la competencia.

Cuando se realizan cambios en lo acordado, tanto en planeación como en arborización del Web, esto incide directamente en el costo del sitio y en el tiempo de creación, porque ellos obviamente no se consideraron desde un principio. Esto debe aclararse al cliente desde el primer encuentro con los representantes de la empresa.

La gerencia de esta clase de proyectos es una alta responsabilidad y por eso debe ser atendida por un profesional experimentado, que pueda dirigir, tanto a los especialistas que participan en el proceso de creación como a los clientes, a los que debe ayudar, educar y guiar a lo largo de todo el proceso de desarrollo del Web. Su experiencia en la conducción de esta clase de proyectos permitirá organizar el trabajo de manera que se ahorre tiempo, pero el tiempo total depende de múltiples aspectos y por ello no existe una respuesta absolutamente exacta.

Y entonces, los precios...De los elementos expuestos puede inferirse que el precio de la creación de un sitio es el resultado de la influencia de disímiles factores aunque ellos coinciden en cierta medida entre las empresas que laboran con más seriedad y profesionalidad. Pero en cualquier caso nunca se tratará de un producto barato desde el punto de vista económico tradicional pero tampoco caro desde la perspectiva de los beneficios que puede producir. Las características, sobre todo económicas, de cada país, también influyen en los precios.

En los sitios de comercio electrónico, si se ofrece un catálogo en línea, se requerirá de un inventario regular de la mercancía, carro de compras y catálogo. Con frecuencia, se construye un sitio a partir de bases de datos, que se programan en un rango de entre \$1 000 a \$3 000. Para los sitios grandes, este rango se eleva y oscila entre \$25 000 y \$75 000, y obedece en gran medida a la complejidad de la programación que se requiere. Los costos de un Merchant account -una estación remota virtual conectada con una cuenta bancaria que permite al vendedor aceptar el pago por tarjeta de sus clientes y al mismo tiempo, recibir el dinero de las ventas para las transacciones-, también incide en el precio del producto final.

Los costos de cada aspecto considerado y sus características particulares -de ser necesario-, se registran en una ficha de costo que se emplea para establecer el precio del Web. La complejidad del sitio; las aplicaciones necesarias; el tiempo que consumirá su desarrollo; la cantidad, tipo y experiencia de los especialistas que lo crearán; los idiomas en que aparecerá; el desarrollo de contenidos; su actualización una vez concluido y entregado; el dominio; el hospedaje en los servidores de la empresa, su tamaño y tiempo de alojamiento; son algunos de los factores fundamentales. Pero sobre todo, se insiste en la necesidad de investigación profunda sobre los aspectos presentes en cada caso, la consistencia de la solicitud del cliente, el proceso de planeación, el trabajo en equipos multidisciplinarios y la gestión de la calidad del proceso y el producto, por etapas y al final, como elementos que posibilitan ahorrar recursos y reducir los precios.

CONCLUSIONES

- Informar al cliente detallada y cuidadosamente desde un inicio sobre las particularidades del desarrollo de un Web y los beneficios que ofrecerá a su empresa una vez instalado, permite al cliente comprender los factores y la relación costo-beneficio que implica el precio total producto que aspira a obtener.
- Una respuesta precipitada sobre el precio de Web puede llevar a graves errores y malentendidos posteriores en la relación empresa-cliente.
- El apoyo constante al cliente, desde los momentos iniciales de su contacto con la empresa, facilita la comunicación con él y desarrolla su confianza en el quehacer de ella.
- Las características de la institución que desarrollará el sitio deben exponerse detalladamente al cliente.
- Si se trata con profesionalidad al cliente en el primer encuentro, esta primera impresión influirá en la decisión final del cliente con respecto a cuál empresa elegirá para el desarrollo de su proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. GNC Web Creation. Is the cost of a website affordable? Disponible en: <http://www.gnc-web-creations.com/pricing.htm> [Consultado: 2 de junio de 2008].
2. Solo Signal. Web site design, development, and hosting Cost? Demystifying website development for business-minded people how much should Web site

- design, development, and hosting cost? Disponible en:
<http://www.solosignal.com/how-much-should-web-site-design-development-and-hosting-cost> [Consultado: 2 de junio de 2008].
3. SOUTH WEST e-COMMERCE. How much should a website cost? en:
<http://www.southwestecommerce.com/library/websitecost.htm> [Consultado: 2 de junio de 2008].
4. Webpage FX. How much should a website cost? Disponible en:
<http://www.webpagefx.com/How-much-should-web-site-cost.html> [Consultado: 2 de junio de 2008].
5. Lillo S. How much does a website cost? Disponible en:
<http://www.webdesigntops.com/articles/how-much-does-a-website-cost-.72.html> [Consultado: 2 de junio de 2008].
6. General J. El coste de un Web profesional. Disponible en:
<http://aurea.es/blog/2007/04/30/el-coste-de-un-web-profesional/> [Consultado: 2 de junio de 2008].
7. 86400.es. ¿Cuánto cuesta una página Web? Disponible en:
<http://86400.es/2008/02/28/%C2%BFcuanto-cuesta-una-pagina-web/> [Consultado: 2 de junio de 2008].
8. JISAW Internet Solutions. How much does a website cost? Disponible en:
<http://www.boltonwebdesign.co.uk/posts/how-much-does-a-website-cost/> [Consultado: 2 de junio de 2008].
9. Caroline B. How much should a website cost? What is included? Disponible en:
http://www.linkedin.com/answers/marketing-sales/graphic-design/MAR_GRD/239131_-56610?browseCategory=MAR [Consultado: 2 de junio de 2008].
10. lucidGreen. How much does it cost? Disponible en:
<http://www.lucidgreen.net/demystified/articles/article0005.html> [Consultado: 2 de junio de 2008].
11. HowMuchDoesAWebsiteCost.com. How much does a web site cost? Disponible en:
<http://www.howmuchdoesawebsitecost.com/> [Consultado: 2 de junio de 2008].
12. Tecnotertulia. ¿Cuánto cuesta una Web profesional? Disponible en:
<http://www.tecnotertulia.com/meine-firma/%C2%BFcuanto-cuesta-una-web-profesional-la-respuesta/84> [Consultado: 2 de junio de 2008].
13. DIGITAL MOUSE Designs. What's with all the questions? Disponible en:
<http://digitalmousedesigns.com/web-design/preparation.html> [Consultado: 2 de junio de 2008].
14. Carton S. How much does a web page cost? Disponible en:
<http://www.clickz.com/showPage.html?page=3625267> [Consultado: 2 de junio de 2008].

Recibido: 12 de febrero de 2009.
Aprobado: 19 de febrero de 2009.

Dra. Mirta Valdés Morris. Empresa de Tecnologías de la Información y Servicios Telemáticos Avanzados (CITMATEL). Calle 47 s/n entre 18ª y 20 Playa. Ciudad de La Habana. Cuba. Correo electrónico: mirta@citmatel.inf.cu

Ficha de procesamiento

Términos sugeridos para la indización

Según DeCS1

INTERNET; DISEÑO DE SISTEMAS; ECONOMÍA.

INTERNET; SYSTEM DESIGN; ECONOMY.

Según DeCI2

INTERNET; SITIO WEB; DISEÑO DE SITIOS WEB; PRECIOS.

INTERNET; WEB SITE; WEBSITE DESIGN; PRICES.

1BIREME. Descriptores en Ciencias de la Salud (DeCS). Sao Paulo: BIREME, 2004.

Disponible en: <http://decs.bvs.br/E/homepagee.htm>

2Díaz del Campo S. Propuesta de términos para la indización en Ciencias de la Información. Descriptores en Ciencias de la Información (DeCI). Disponible en: <http://cis.sld.cu/E/tesauro.pdf>

Copyright: © ECIMED. Contribución de acceso abierto, distribuida bajo los términos de la Licencia Creative Commons Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 2.0, que permite consultar, reproducir, distribuir, comunicar públicamente y utilizar los resultados del trabajo en la práctica, así como todos sus derivados, sin propósitos comerciales y con licencia idéntica, siempre que se cite adecuadamente el autor o los autores y su fuente original.

Cita (Vancouver): Valdés Morris M. Factores que influyen sobre el precio final del desarrollo de un sitio Web. Acimed 2009;19(3). Disponible en: Dirección electrónica de la contribución. [Consultado: día/mes/año].