

WordPress vuelve a dominar, en 2021, el mercado de la gestión de contenidos

Un 80% del total de páginas webs con gestor de contenidos desarrolladas en el mundo se han construido a partir de WordPress. Juan José Toral Parejo, cofundador de Versus Byte, opina que el triunfo de WordPress se debe a su baja curva de aprendizaje, relativa facilidad de uso y un ecosistema de complementos comprensible para personas y empresas con cualquier nivel de conocimiento en programación

Joost de Valk, creador de Yoast, uno de los plugins más exitosos para WordPress, acaba de publicar su estudio Mercado de los CMS en Internet. En dicho informe se señala, entre otros datos que, entre los sistemas de gestión de contenidos existentes, WordPress es el líder destacado (43%), seguido de «ninguno concreto» (sitios webs hechos a medida, 29%) y Shopify (4%). Según Juan José Toral Parejo, experto en el desarrollo de servicios de IT y marketing digital –además de cofundador, junto al CTO Mario Villar García, de Versus Byte- “excluyendo los sitios sin CMS, WordPress domina más del 80% del mercado e gestión de contenidos”.

Amado y odiado entre los desarrolladores

Stack Overflow, con más de 50 millones de usuarios, es una de las plataformas de referencia para programadores de todo el mundo. En una encuesta publicada por el site, y elaborada a lo largo de los años 2019 y 2020, se fueron recogiendo opiniones de amantes y detractores del uso del Wordpress. Los resultados señalan la evidente existencia de una brecha entre ambas comunidades. Para el responsable de Versus Byte, el éxito que ha tenido Wordpress, desde que fuera lanzado en el año 2003, se debe a que “blogueros y pequeñas empresas han podido desarrollar sitios web sin necesidad de tener conocimientos de programación. Simplemente había que elegir una plantilla de temas ya prediseñados, personalizarla y listos. El problema es que, si se quiere optimizar una página para SEO, hay más de 4.000 temas y 50.000 opciones de complementos entre los que elegir. Y esa es una tarea que, habitualmente, tan sólo un profesional con experiencia va a saber hacer”.

Diseñado para todos

Desde la perspectiva del usuario final/cliente, una de las principales ventajas de Wordpress es que responde a las necesidades de casi cualquiera. En palabras del cofundador de Versus Byte, esto se debe a que el popular sistema de gestión de contenidos ofrece “una baja curva de aprendizaje, relativa facilidad de uso y un ecosistema de complementos que capacita a personas y empresas, de cualquier nivel de conocimiento. Otra cosa es pretender que la página se posicione en Internet y esté optimizada para SEO. En estos casos, lo habitual es que se necesiten los conocimientos de un profesional y no alcancen los conocimientos nivel aficionado de nuestro cuñado. Tampoco, por lo general, de un desarrollo low cost”.

La versatilidad de WordPress se debe, en gran parte, a que su desarrollo se basa en código abierto. Toral Parejo señala que, cuando una empresa quiere utilizar su web, por ejemplo, para posicionar sus productos o buscar nuevos nichos de clientes “surge el impedimento de que, al estar diseñado de un modo estándar, el site puede que se encuentre con la dificultad de introducir actualizaciones que resultan básicas en términos de velocidad, seguridad y psicionamiento”-.

Víctima de su propio éxito

Más de 64 millones de páginas webs en todo el mundo. Con ese nivel de penetración de mercado es difícil satisfacer a todo el mundo. Según el desarrollador Ronan O’Leary, creador de app’s y webs utilizadas, diariamente, por millones de usuarios en todo el planeta, “uno de los problemas del Wordpress es adaptarse a sistemas de gestión de contenidos Headless CMS. Estos sistemas son agnósticos y no entienden de plantillas, capas de presentación ni diseño. Almacenan el contenido en un formato puro para poder ser servido a través de una API. A menudo, el resultado no suele gustar a los responsables de marketing de las empresas”.

O’Leary explica que este problema tiene una solución con resultados muy positivos, aunque su aplicación queda fuera del alcance de un buen número de programadores aficionados “se puede desarrollar el site en Contentful, una plataforma basada en la nube y que permite estructurar y personalizar libremente la página, en vez de tratarla mediante plantillas. Luego, con un extra de seguridad y velocidad, los desarrollos se pueden migrar a Wordpress”. Es lo que han hecho mega corporaciones como Mercedes-Benz o firmas de importante arraigo internacional como Home Depot, Reuters o diversas empresas incluidas en el listado Fortune 500.

Datos de contacto:

Pepe Varela
659 277 275

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Finanzas Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>