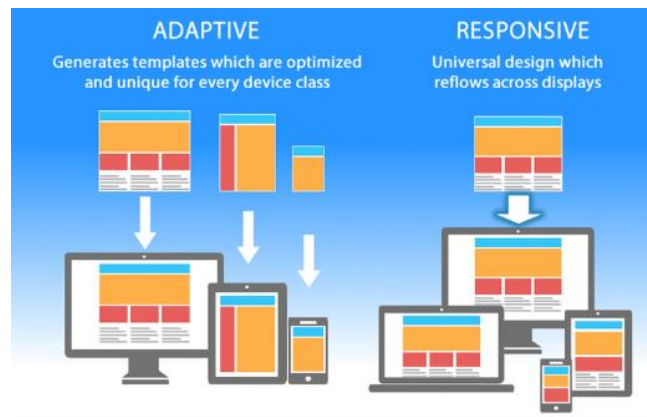


El diseño responsive es un formato de programación que permite ajustar un sitio web automáticamente al tamaño y disposición de los dispositivos de sus usuarios. Los sitios web responsive cambian para ofrecer la mejor experiencia a los visitantes desde sus teléfonos inteligentes, tabletas o computadoras de escritorio.

Diferencias entre diseño responsive y diseño adaptativo



Diseño adaptativo	Diseño responsivo
Se muestran múltiples plantillas en función del tamaño de la pantalla	Un mismo diseño se adapta a diferentes tamaños de pantalla
Las unidades absolutas son más favorables	Las unidades relativas son más favorables
Diseños fijos y estáticos	Diseño flexible y fluido
Se dirige a los dispositivos más populares	Se dirige a todos los dispositivos posibles
Mayor precisión	Enfoque más amplio

Características del diseño responsive



Adaptación

El diseño web responsive se adapta a diferentes dispositivos y tamaños de pantalla.

Flexibilidad

La flexibilidad en el diseño web responsive reorganiza elementos según el dispositivo.



Imágenes y Medios

Su optimización para diferentes dispositivos mejora el tiempo de carga y la experiencia de usuario.

Navegación Intuitiva

Aporta una navegación intuitiva mediante menús de fácil uso y elementos táctiles adecuados.



Velocidad de Carga

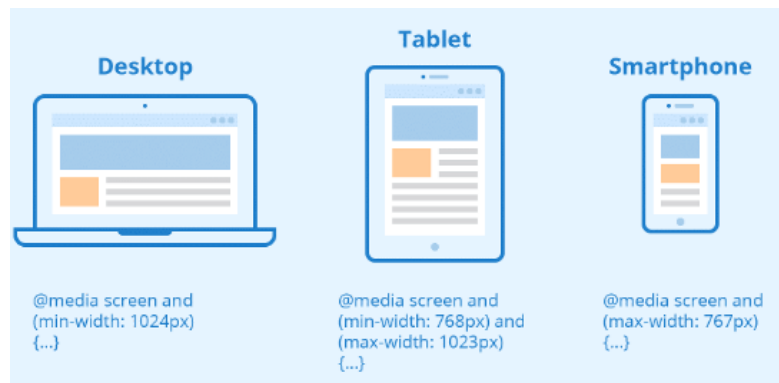
Optimizar la velocidad de carga es esencial para mejorar tanto la retención de usuario, como el SEO.

Elementos del diseño web responsive

1. Tamaño de visualización

El primer elemento que debes tomar en consideración al diseñar un sitio web responsive es el tamaño de visualización que los dispositivos de navegación ofrecen. Es decir, el espacio disponible que existe para que un usuario visualice contenidos en su dispositivo.

Los tamaños de visualización varían dependiendo del dispositivo, no obstante, existen algunas proporciones comunes (16:9 o 18:9). Averigua qué formatos son populares o están de moda y prevé las dimensiones a las que te enfrentas. Esto te ayudará a elegir la mejor disposición y tamaño de tus contenidos.



2. Tamaño de navegación

El tamaño de navegación va más allá del tamaño de visualización (lo que se ve en la pantalla a cada momento), puesto que contempla el contenido navegable por los usuarios: lo que tu página web desea mostrar, su largo y el formato.

Es común que los sitios web se vuelvan mucho más largos cuando se navega en un teléfono móvil, dado que la misma cantidad de datos tiene que ocupar un espacio más angosto. Es fundamental considerar esta longitud, pues los usuarios podrían cansarse de hacer scroll hacia abajo y sentir que nunca termina la página.

3. Contenidos textuales

Los contenidos textuales son todos los materiales en formatos de letras y números que integran tu página: títulos, párrafos, llamados a la acción (CTA), etcétera.

Estos contenidos deben estar programados para que el tamaño de las tipografías se ajuste al dispositivo de navegación y su configuración. Por regla general, las líneas de texto no deben exceder las 10 palabras para que el lector pueda comprenderlas en un tamaño legible.

4. Contenidos visuales

Es preciso que el diseño responsive considere lo visual como un elemento crítico, en vista del incremento en el consumo de imágenes y la preferencia de los usuarios por datos expuestos en infografías, videos y gráficos.

Una estrategia responsive eficiente deberá comprometerse a crear materiales visuales específicos para la navegación móvil. Por ejemplo, si presentas una gráfica de barras con estadísticas en tu sitio de escritorio, deberás adaptarla para que se desglose vertical y no horizontalmente en tu sitio móvil.

5. Identificadores de marca

Los indicadores de marca comprenden tu logo, el nombre de tu empresa y, en caso de existir, tu slogan. Estamos acostumbrados a verlos en gran formato en los sitios de escritorio, sin embargo, las páginas responsive, al adaptar la página, deben eliminar o simplificar algunos de estos indicadores, sin perder la identidad de tu empresa.

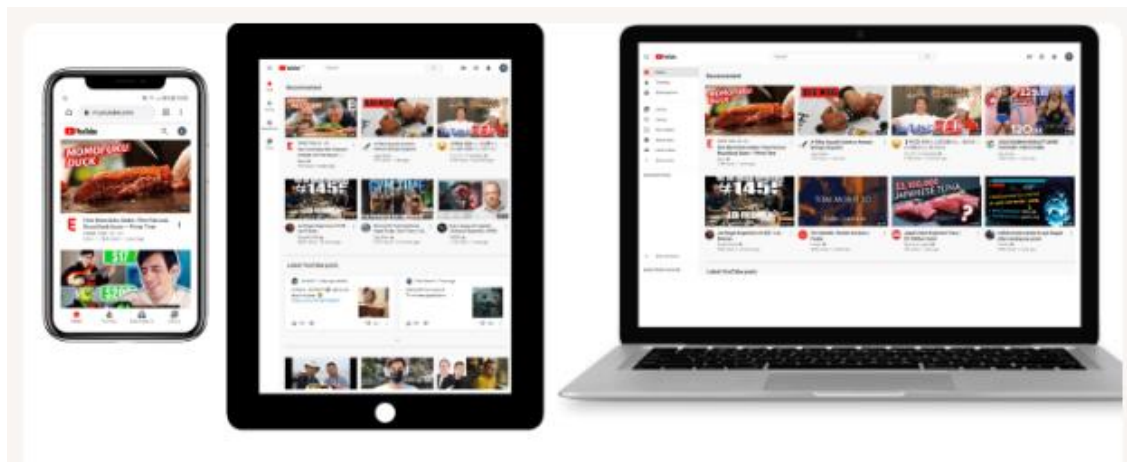
Esto se puede lograr al crear un logo simplificado para la navegación web; eliminar tu slogan o ponerlo al final de la página; dejar de lado el nombre de tu empresa o al abreviarlo. Crea una paleta de colores fuerte y representativa de tu marca para que no se pierda tu identidad en estos dispositivos.

6. Botones de acción

Los navegadores sirven para que las personas viajen de una página a otra o dentro de una misma. Y esto no sería posible sin botones de acción que extiendan las funcionalidades de la página o que los redirijan a donde esperan llegar.

Los menús y las ventanas de chat deben estar visibles y fáciles de encontrar. Por ejemplo, un menú puede indicarse con el famoso icono de hamburguesa (tres líneas superpuestas) o, en el caso de una ventana de chat, con el símbolo de WhatsApp o mensaje.

Ejemplo:



Fuente: <https://blog.hubspot.es/website/diseno-responsive>

Evidencia de producto: Taller Diseño Responsive

1. Elabore un cuadro comparativo de ventajas y desventajas del Diseño Responsivo vs Diseño Adaptativo
2. Importancia del Diseño Web Responsive
3. Elaborar un mapa mental con los elementos esenciales del diseño web responsive:
 - ✓ Media Queries
 - ✓ Fluid Grids y Flexbox
 - ✓ Imágenes Responsivas
 - ✓ Tipografía Adaptable
 - ✓ Menús de Navegación Móvil
 - ✓ Touch-Friendly Design
4. Elaborar un mapa conceptual con las mejoras y tendencias futuras en diseño web responsive
 - ✓ Tecnologías Emergentes (por ejemplo, PWA)
 - ✓ Optimización para Dispositivos Específicos (por ejemplo, 5G)
 - ✓ Diseño Web Oscuro (Dark Mode)
 - ✓ Integración con Dispositivos IoT

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

Producto a entregar: Documento con el desarrollo en formato .docx o .pdf

Aplicar las normas básicas de presentación de un documento escrito. (portada, introducción, objetivos, conclusiones, bibliografía)

Estructura APA páginas web

Apellido, A. A. (Año). Título de la página web o de la entrada. Título del portal o sitio web.

www.ejemplo.com