

Conceptualització, proposta tècnica,  
prototipatge i estratègia de màrqueting  
pel llançament d'un portal web  
d'Escalada i Alpinisme a Catalunya

**MEMÒRIA DE PROJECTE FINAL DE MÀSTER**

Màster en Aplicacions Multimèdia (UOC) - Itinerari professional

**WWW.ESCALADA.CAT**

**Autor**

**JAUME VILLAR MARTÍNEZ**

**Consultor**

Sergio Schvarstein Liuboschetz

**Data de lliurement**

15 de Juny de 2015

## CRÈDITS / COPYRIGHT

Aquesta obra està subjecte a una llicència de **Reconeixement No Comercial  
Compartir Igual**. Això vol dir que es permet a qualsevol persona mesclar, adaptar i  
construir a partir del present treball sense finalitat comercial, i sempre que es  
reconegui l'autoria i es mantinguin les llicències en les noves creacions.



---

**RECONEIXEMENT-NOCOMERCIAL-COMPARTIRIGUAL<sup>1</sup>**  
**CC BY-NC-SA**



---

<sup>1</sup> Veure el resum de la llicència - <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode>

Veure el codi legal - <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

## ABSTRACT

This master's thesis describes the definition of a web portal aimed at the climbing and alpinism community in Catalonia which includes dissemination, consulting and reference content. Through the performance and analysis of a poll targeted at mountain lovers I have identified the main available research, consumption and divulgation tools. Based on the user behavior studied, I conceptualize the technical solution which consists of a new web page, with responsive design, that will serve a very specific target: climbing and alpinism practitioners in Catalonia. The thesis also presents the definition of the website structure, a high definition mockup and an interactive responsive wireframes exercise. Finally I present a marketing plan and the launching strategy.



## KEYWORDS

Platform web, website, technical solution, multidevice, responsive design, marketing strategy, climbing, alpinism, Catalonia, Master thesis, wireframes

## RESUM

Aquest treball final de màster (TFM) aborda la definició d'una nova solució digital que tindrà la intenció de convertir-se en un portal web de divulgació, consulta i referència dintre la comunitat escaladora i alpinista a Catalunya. A partir d'un anàlisi realitzat mitjançant enquestes s'ha intentat identificar les principals metodologies de consulta, consum i divulgació d'informació relacionada amb la pràctica esportiva de l'escalada en totes les seves modalitats. Un cop analitzat el comportament dels usuaris, es planteja en el present treball la conceptualització i la solució tècnica d'un nou portal web que s'adaptarà a tots els dispositius i que serà un servei per un target d'usuaris molt concret: practicants d'escalada i alpinisme a Catalunya. Aquest treball també presenta la definició de l'estructura que tindrà el site, un exercici d'alta definició de mockups, uns wireframes responsive navegables i el pla de màrqueting i de llançament del portal.



### PARAULES CLAU

Plataforma web, portal web, solució tecnològica, multidispositiu, disseny responsive, estratègia de màrqueting, escalada, alpinisme, Catalunya, treball final de Màster, wireframes

# TAULA DE CONTINGUTS

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Capítol 1: Introducció</b>                                   | <b>9</b>  |
| <i>Introducció</i>  | 9         |
| <i>Descripció</i>   | 9         |
| <i>Objectius Generals</i>                                       | 10        |
| Objectius Principals  | 10        |
| Objectius Secundaris  | 11        |
| <i>Metodologia i procés de treball</i>                          | 11        |
| <i>Planificació</i>   | 13        |
| <i>Pressupost</i>   | 16        |
| Dimensionar el projecte   | 16        |
| Tarificació del projecte  | 17        |
| <i>Estructura del document</i>                                  | 18        |
| <b>Capítol 2: Anàlisi</b>                                       | <b>20</b> |
| <i>Estat de l'art</i>   | 20        |
| <i>Conceptualització arquitectura de continguts</i>             | 25        |
| Realització d'enquestes   | 26        |
| Promoció enquesta   | 26        |
| Conclusions generals a partir dels resultats                    | 28        |
| <b>Capítol 3: Definició funcional del producte</b>              | <b>29</b> |
| <i>Definir i analitzar el mercat actual</i>                     | 29        |
| Blogs personals   | 29        |
| Mitjans de comunicació especialitzats                           | 29        |
| Botigues especialitzades  | 30        |
| Organismes públics que regulen l'activitat                      | 30        |
| Clubs de muntanya   | 30        |
| Marques   | 30        |
| <i>Anàlisi de les mancances existents?</i>                      | 30        |
| <i>Descripció de la proposta</i>                                | 31        |
| Directori de ressenyes  | 31        |
| Agregador de notícies   | 35        |
| Plataforma 2.0  | 35        |
| Calendari d'esdeveniments                                       | 36        |
| Report incidències  | 36        |
| Canals socials  | 36        |
| Escalada.tv   | 36        |
| Fòrum   | 37        |
| Formulari de contacte   | 37        |
| Espai per l'usuari  | 37        |
| <b>Capítol 4: Proposta d'estructura i d'arbre de continguts</b> | <b>38</b> |
| <i>Buscador de ressenyes</i>                                    | 39        |
| <i>Portada</i>  | 40        |
| <i>Secció Ressenyes</i>   | 43        |
| Segon pas   | 44        |

|  |           |
|--|-----------|
| Tercer pas   | 45        |
| Quart pas o pàgina de detall de la ressenya              | 46        |
| <i>Notícies</i>  | 49        |
| Pàgina detall de Notícies                                | 50        |
| <i>Esdeveniments</i>                                     | 51        |
| <i>Escalada.tv</i>                                       | 51        |
| Pàgina detall del vídeo                                  | 53        |
| <i>Comunitat</i>   | 54        |
| <i>Header</i>  | 54        |
| <i>Funcionalitats</i>                                    | 55        |
| Afegir una ressenya                                      | 55        |
| Notícia Exprès   | 56        |
| Widget newsletter  | 57        |
| <i>Footer</i>  | 58        |
| Contacte   | 58        |
| Quin som   | 59        |
| Comunicar una incidència                                 | 60        |
| <i>Elements comuns</i>                                   | 60        |
| Potenciació de les xarxes socials                        | 61        |
| Banners publicitaris                                     | 62        |
| Paginadors   | 62        |
| <b>Capítol 5: Solució tecnològica i proposta tècnica</b> | <b>63</b> |
| <i>Justificació de la solució tecnològica</i>            | 63        |
| Content management escollit                              | 64        |
| <i>Llenguatges tècnics del projecte</i>                  | 65        |
| Costat servidor  | 66        |
| Costat client (orinador del usuari)                      | 66        |
| <i>Formularis i validacions</i>                          | 66        |
| Errors   | 67        |
| <i>Player per la secció Escalada.TV</i>                  | 67        |
| <i>Conexions amb plataformes externes</i>                | 68        |
| Detall de ressenyes                                      | 68        |
| Predicció del temps i/o butlletí d'allaus                | 68        |
| Secció de notícies                                       | 69        |
| <i>Experiència d'usuari</i>                              | 70        |
| <i>Usabilitat i accessibilitat</i>                       | 70        |
| <i>Suport multinavegador</i>                             | 72        |
| Excepcions   | 73        |
| <i>Responsive web design</i>                             | 73        |
| <i>Domini</i>  | 74        |
| <i>Seo i optimització web</i>                            | 75        |
| <i>Analítica digital i avaluació de resultats</i>        | 77        |
| <i>Allotjament i connectivitat</i>                       | 78        |
| Local (www.escalada.local)                               | 78        |
| Producció (www.escalada.cat)                             | 78        |
| <b>Capítol 6: Presentació prototipatge alta densitat</b> | <b>79</b> |

|   |            |
|---|------------|
| <i>Arbre de navegació del site</i>                            | 79         |
| <i>Prototip navegable</i>                                     | 79         |
| <i>Prototip Responsive</i>                                    | 80         |
| <i>Portada</i>  | 81         |
| <i>Secció Ressenyes</i>                                       | 82         |
| Segon pas   | 83         |
| Terçer pas  | 84         |
| Quart pas o pàgina de detall de la reserva                    | 85         |
| <i>Notícies</i>   | 86         |
| Pàgina detall de Notícies                                     | 87         |
| <i>Escalada.tv</i>  | 88         |
| Pàgina detall del vídeo                                       | 89         |
| <i>Footer</i>   | 90         |
| Contacte  | 90         |
| Quin som  | 91         |
| Comunicar una incidència                                      | 92         |
| <b>Capítol 7: Estratègia de màrqueting</b>                    | <b>93</b>  |
| <i>Presentació d'un pla de llançament</i>                     | 93         |
| Sinèrgies amb possibles actors                                | 94         |
| Plans d'expansió o creixement                                 | 94         |
| <i>Publicitat</i>   | 95         |
| <i>Creació estratègia xarxes socials</i>                      | 96         |
| Bloqueig i registre de perfils                                | 96         |
| <i>Possible Retorn de la inversió</i>                         | 97         |
| <b>Capítol 8: línies de futur</b>                             | <b>99</b>  |
| <i>Seccions 'Esdeveniments' i 'Comunitat'</i>                 | 99         |
| <i>Widget ressenyes més visitades, valorades o comentades</i> | 99         |
| <i>Secció perfil usuari</i>                                   | 100        |
| <i>Textos i avisos legals</i>                                 | 100        |
| <i>Millores en l'experiència d'usuari</i>                     | 100        |
| <b>Capítol 9: Conclusions</b>                                 | <b>101</b> |
| <b>Bibliografia</b>   | <b>103</b> |
| <b>Annexos</b>  | <b>105</b> |
| <b>Annex A: Enquesta</b>                                      | <b>106</b> |
| <i>Resultats i valoració de les enquestes</i>                 | 108        |
| <b>Annex B: Pressupost</b>                                    | <b>122</b> |
| <b>Annex C: Wireframes</b>                                    | <b>123</b> |
| <b>Annex D: Presentació Comercial</b>                         | <b>124</b> |

## IL·LUSTRACIONS, TAULES I WIREFRAMES

### IL·LUSTRACIONS

|   |    |
|---|----|
| IL·LUSTRACIÓ 1 - PLANIFICACIÓ MODIFICADA DEL PROJECTE .....                           | 15 |
| IL·LUSTRACIÓ 2 - CAPTURA DEL MEU PERFIL DE TWITTER PERSONAL - PROMOCIÓ ENQUESTA ..... | 27 |
| IL·LUSTRACIÓ 3 - PROPOSTA ARBRE DE CONTINGUTS.....                                    | 38 |
| IL·LUSTRACIÓ 4 - ESTRUCTURA CERCADOR DE RESSENYES.....                                | 39 |
| IL·LUSTRACIÓ 5 - PROPOSTA ESTRUCTURA HOME .....                                       | 40 |
| IL·LUSTRACIÓ 6 - PROPOSTA ESTRUCTURA PÀGINA RESSENYES – PRIMER PAS .....              | 43 |
| IL·LUSTRACIÓ 7 - PROPOSTA ESTRUCTURA PÀGINA RESSENYES – SEGON PAS.....                | 44 |
| IL·LUSTRACIÓ 8 - PROPOSTA ESTRUCTURA PÀGINA RESSENYES – TERCER PAS.....               | 45 |
| IL·LUSTRACIÓ 9 - PROPOSTA ESTRUCTURA PÀGINA RESSENYES – PÀGINA DETALL.....            | 46 |
| IL·LUSTRACIÓ 10 - PROPOSTA ELEMENT MENÚ NOTICIES .....                                | 49 |
| IL·LUSTRACIÓ 11 - PROPOSTA DETALL NOTICIES.....                                       | 50 |
| IL·LUSTRACIÓ 12 - PROPOSTA ELEMENT MENÚ ESCALADA.TV .....                             | 51 |
| IL·LUSTRACIÓ 13 - PROPOSTA DETALL ESCALADA.TV .....                                   | 53 |
| IL·LUSTRACIÓ 14 - ELEMENTS DEL HEADER.....  | 54 |
| IL·LUSTRACIÓ 15 - ELEMENT PER AFEGIR UNA RESSENYA.....                                | 55 |
| IL·LUSTRACIÓ 16 - WIDGET PER REBRE BUTLLETINS.....                                    | 57 |
| IL·LUSTRACIÓ 17 - ESTRUCTURA FOOTER.....  | 58 |
| IL·LUSTRACIÓ 18 - ESTRUCTURA PÀGINA 'QUI SOM' .....                                   | 59 |
| IL·LUSTRACIÓ 19 - ESTRUCTURA FORMULARI PER COMUNICAR INCIDÈNCIA.....                  | 60 |
| IL·LUSTRACIÓ 20 - FUNCIONALITAT COMPARTIR A LES XARXES SOCIALS.....                   | 61 |
| IL·LUSTRACIÓ 21 - WIDGET SEGUEIX-NOS A LES XARXES SOCIALS .....                       | 61 |
| IL·LUSTRACIÓ 22 - FORMATS PUBLICITARIS TIPUS BANNER .....                             | 62 |
| IL·LUSTRACIÓ 23 - EXEMPLE PAGINADOR .....   | 62 |
| IL·LUSTRACIÓ 24 - DIAGRAMA FUNCIONAMENT PÀGINA WEB.....                               | 65 |



### TAULES

|   |    |
|---|----|
| TAULA 1 - DIMENSIONAR EL PROJECTE - DEDICACIÓ PER BLOCS .....             | 16 |
| TAULA 2 - DIMENSIONAR EL PROJECTE - TOTAL DEDICACIÓ PER PERFIL.....       | 17 |
| TAULA 3 - DIMENSIONAR EL PROJECTE - TARIFES PER PERFIL I COST TOTAL ..... | 18 |
| TAULA 4 - FITXA TÈCNICA ENQUESTA.....                                     | 26 |
| TAULA 5 - COMPARATIVA FUNCIONALITATS EN ELS CMS MÉS COMUNS.....           | 64 |
| TAULA 6 - ESTIMACIÓ INGRESSOS PER PUBLICITAT FORMAT BANNER.....           | 97 |



## WIREFRAMES

|  |    |
|--|----|
| WIREFRAME 1 - PORTADA.....                                       | 81 |
| WIREFRAME 2 - SECCIÓ RESSENYES - PRIMER PAS.....                 | 82 |
| WIREFRAME 3 - SECCIÓ RESSENYES - SEGON PAS .....                 | 83 |
| WIREFRAME 4 - SECCIÓ RESSENYES - TERCER PAS .....                | 84 |
| WIREFRAME 5 - SECCIÓ RESSENYES - QUART PAS O PÀGINA DETALL ..... | 85 |
| WIREFRAME 6 - PÀGINA NOTICIES.....                               | 86 |
| WIREFRAME 7 - DETALL NOTICIA .....                               | 87 |
| WIREFRAME 8 - PÀGINA ESCALADA.TV .....                           | 88 |
| WIREFRAME 9 - DETALL ESCALADA.TV .....                           | 89 |
| WIREFRAME 10 - DETALL CONTACTE.....                              | 90 |
| WIREFRAME 11 - DETALL QUI SOM .....                              | 91 |
| WIREFRAME 12 - DETALL COMUNICAR UNA INCIDÈNCIA.....              | 92 |

## CAPÍTOL 1: INTRODUCCIÓ

### INTRODUCCIÓ

*El que faré en aquest treball final de màster és la primera gran peça per el naixement d'un projecte que fa molt de temps que vull engegar. Ajuntant dues de les meves principals passions, per una banda el coneixement de les plataformes digitals i per l'altre el hobby de la meua vida, vull conceptualitzar -i per tant donar forma de la millor manera possible- un portal web de referència dedicat exclusivament a la pràctica de l'escalada i l'alpinisme en totes les varietats de la disciplina al territori català. Oferint així un servei a la comunitat en forma de plataforma que serveixi d'agregador d'informació i com a punt d'intercanvi d'informació dels usuaris.*

*A més, aquest TFM és la culminació dels estudis del Màster en Aplicacions Multimèdia, per tant em servirà per posar en pràctica els coneixements adquirits al llarg d'aquests estudis i ho faré de la millor manera possible: conceptualitzant tant bé com pugui una nova plataforma web que fa temps crec que serà molt útil per la comunitat escaladora i alpinística d'arreu del territori català.*

### DESCRIPCIÓ

*L'objectiu del present document és intentar definir tots els estrats de la proposta. És a dir, des de la conceptualització i definició de l'arbre de continguts que tindrà el site, fins a la proposta de solució tecnològica, i finalment el pla de màrqueting i estratègia de llançament del portal. Perquè un cop presentat el treball, aquest es pugui convertir en una realitat: una web responsive adaptada a multidispositius que*

*sigui un gran directori de contingut i un centre de referència on els usuaris trobaran informació relacionada amb la pràctica de l'escalada i l'alpinisme al territori català.*

*A més, un cop presentat el treball com que ja estaré alliberat de la càrrega lectiva que suposa cursar un màster mentre igualment es treballa a jornada completa, la idea és tirar aquest projecte endavant. M'agradaria poder fer d'aquest TFM una plataforma real i que aquesta serveixi de forma clara i funcional a la comunitat d'esportistes que practiquen l'escalada i l'alpinisme, ja que això suposaria sentir-me realitzat i haver ofert de forma altruista una nova eina d'intercanvi i consulta d'informació.*



## OBJECTIUS GENERALS

Aquest treball segueix un seguit d'objectius que podríem separar en funció de la seva importància entre principals i secundaris. A continuació els llisto:

---

### OBJECTIUS PRINCIPALS

- Aconseguir una plataforma digital que esdevingui un portal de referència en l'escalada amateur a Catalunya.
- Oferir un arbre de continguts clar i concís.
- Assolir una plataforma amb una solució tecnològica compacta, eficaç i escalable.
- Realitzar un document funcional que doni resposta a tots els requisits i necessitats plantejats.
- Atènyer un pla de màrqueting i de comunicació de llançament pel portal efectiu, realista i factible.

- Fer un projecte que ajudi i ofereixi un servei real a la comunitat

---

## OBJECTIUS SECUNDARIS

- Aprendre de l'analítica web i ser capaç de prendre decisions a partir de la seva interpretació.
- Conèixer el potencial real de les solucions tecnològiques gràcies al seu estudi.
- Fer d'una passió una possible font d'ingrés.



## METODOLOGIA I PROCÉS DE TREBALL

Donada la meva formació acadèmica, sóc llicenciat en Ciències Polítiques i en Periodisme, no tinc suficients coneixements tècnics com per afrontar un TFM de desenvolupament. Tot i que he cursat l'itinerari professional, doncs tenia gran curiositat pels diferents llenguatge tècnics que s'utilitzen en el món digital així com els processos i sistemes que el fan possible. És per això que vaig plantejar-me el treball basat en 4 grans eixos, més un eix que no serà objecte del treball però que si m'agradarà començar a treballar:

1. **Conceptualitzar el producte.** En aquesta primera etapa es tractarà de definir, analitzar i observar què demanda el mercat. Caldrà que faci una definició completa del producte, un plantejament de l'estructura que tindrà la web (amb totes les seves seccions i funcions), definir l'arquitectura i l'abast dels continguts. Aquí prendrà molta importància el mòdul de cerca de ressenyes, un dels principals serveis que oferirà el producte i que, de ben segur, caldrà delimitar i definir bé.
2. **Proposta tècnica.** Un cop definit l'abast del projecte, el que intentaré fer és una proposta tècnica solvent. La idea és argumentar clarament quins són els motius que m'han portat a aquesta elecció, i plantejar un model escalable que

serveixi amb garanties al producte. La solució tècnica estarà enfocada a resoldre totes les necessitats d'aquest **projecte WEB**, prenent especial importància la definició del **Content Management System (CMS)**. El portal serà **Multidispositiu**, la seva definició estarà centrada en **l'experiència d'usuari** i garantirà **l'Optimització SEO**.

3. **Prototipatge.** Faré un prototipatge d'alta densitat per mostrar com serà el producte. Intentaré definir les principals pàgines i lògiques de comportament. Aquest prototip serà una versió navegable de les principals seccions de la web i, a més, aquests prototips seran responsive. Així aconseguiré un exemple real i viu del que serà el producte, ideal per poder ensenyar i explicar el producte, però també per cercar possibles mancances o defectes en la definició o en l'estructura. Es treballarà amb l'Axure per fer els prototipatges i amb el Photoshop per treballar els possibles elements de disseny que pugui necessitar.
4. **Estratègia de màrqueting.** En aquest apartat del treball miraré de plantejar un pla de llançament per la plataforma que s'adeqüi a les expectatives que tinc, i que pugui oferir certa garantia d'èxit. Estratègia en el seu sentit més ampli, ja que com ja he defensat la idea és que aquest projecte sigui una realitat i que es converteixi en una plataforma de referència. Gran part dels meus esforços aniran enfocats en aquest sentit.
5. \* **Desenvolupament (entorn de testeig).** Tot i que no formi part del propi treball, com que aquest màster m'ha despertat moltes curiositats tècniques, sí que m'agradaria poder començar a desenvolupar la plataforma fins allà on em vegi capaç de fer. El desenvolupament del producte, un cop presentat el projecte, crec que l'externalitzaré, doncs com he comentat vull que aquest sigui una realitat vull sortir al mercat amb una plataforma solvent, sòlida i

funcional, i per això necessito d'un desenvolupador sènior. En qualsevol cas, si que vull conèixer el cor de la plataforma i és per això que m'agradaria poder experimentar amb ell.

La metodologia que he seguit per a la realització del treball ha estat la de complimentar les diferents PACs en els terminis estimats, però sobretot la de intentar seguir al màxim la planificació inicial que vaig proposar en base a la definició del abast del projecte. No és fàcil complir totes les fites en calendari que un mateix es proposa, sobretot quan un té obligacions laborals, socials o familiars que ha de complir, però més enllà d'un petit canvi que vaig haver de fer en la definició de l'abast inicial del projecte –que va suposar endarrerir tota una pràctica una setmana- amb la resta de fites plantejades he complert escrupolosament.

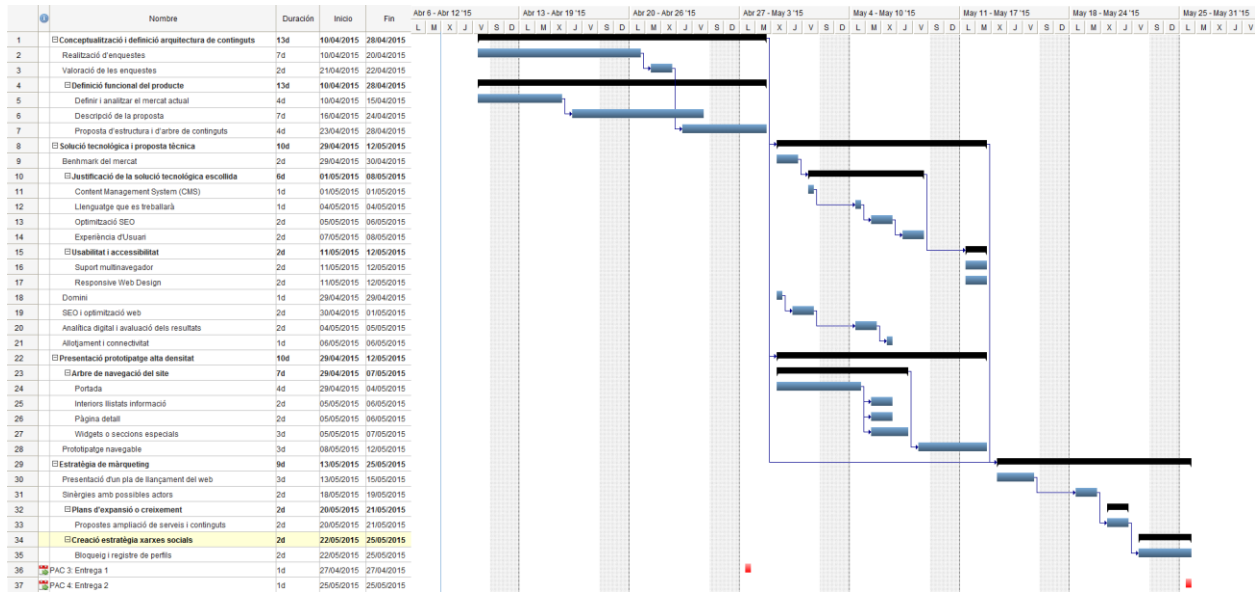


## PLANIFICACIÓ

Així doncs, com ja avançava en el punt anterior, la metodologia del treball s'ha basat en seguir les diferents fites que m'havia proposat al inici del projecte. La idea va ser tenir tots els punts definits en l'abast del projecte repartits en les dues PACs que representaven el gruix del treball, per així poder centrar-me en la memòria i els retocs un cop tot entregat.

La idea de la planificació va ser acabar la primera fase de Conceptualització i Definició de l'Arquitectura de Continguts –que era la més costosa i important - coincidint amb la primera PAC, per després entrar en la resta de continguts de cara a la segona entrega.

Vaig ser conscient en tot moment que un dels riscos més grans era jo mateix i la meua pressió laboral, doncs sovint no és fàcil compaginar el màster amb la feina. Per això el que vaig fer va ser esponjar en el temps, tant com vaig considerar, les diferents tasques i intentar fer coincidir les entregues parcials (al projecte, no com a PACs) en cap de setmanes. D'aquesta manera la planificació que vaig definir va ser la següent:

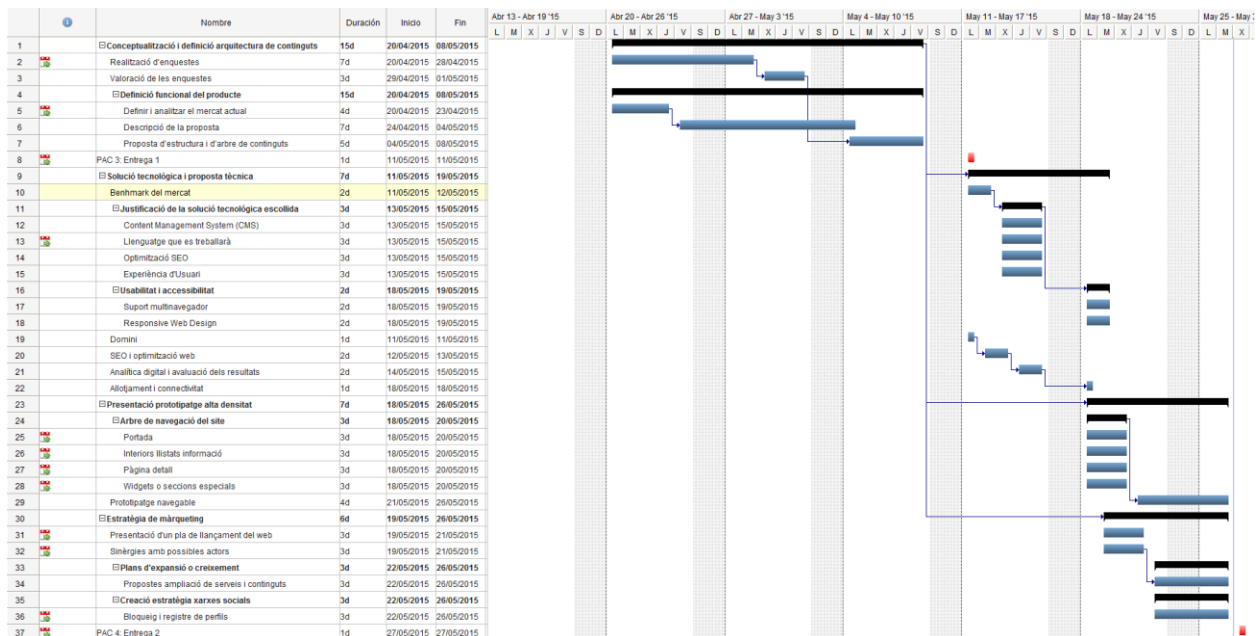


Il·lustració 1 - Planificació inicial del projecte

A pesar de la bona voluntat en seguir el calendari previst, degut a la pressió laboral i a la realitat del meu dia a dia, el calendari es va veure mínimament afectat. A nivell general i abans d'entrar a concretar, podria dir que tot i començar una setmana tard en les tasques previstes vaig fer un gran esforç per aconseguir entregar, poc més de un dia tard, el quart exercici amb tots els continguts que havia previst.

La discrepància més gran amb la planificació inicial va ser el retard en el llançament de les enquestes. Això va significar que tot el projecte comences amb 10 dies de retard. És a dir, enlloc de començar el dia 10 d'abril vaig fer la publicació el dilluns 20 d'abril al vespre. També vaig allargar 1 dia el temps que necessitava per fer la valoració, doncs em va portar més temps del previst. Això va donar com a resultat

que vaig entregar la APC3 el dissabte 9 de maig, 12 dies més tard de la previsió inicial i data d'entrega oficial. Després, un cop entregada la primera part, vaig decidir concentrar esforços i revisar al complet la dedicació en la quarta entrega. Donat que només tenia dues setmanes senceres per fer la pràctica, vaig apostar per concentrar al màxim les tasques. Així, a diferència de la primera planificació, el que vaig fer és concentrar dedicació i tasques. Enlloc de mostrar una dependència directe entre les tasques (com vaig fer a la planificació inicial) el que faig, i ha estat la realitat, és tancar-me a fer una secció sencera. Evidentment no puc escriure o conceptualitzar a la vegada, però és difícil dir quina tasca precedeix a l'altre, i realment l'objectiu va ser el de anar tancant seccions. Quedant la planificació definitiva de la següent manera:



II·lustració 1 - Planificació modificada del projecte

I els motius d'aquesta desviació bàsicament han estat dos:

- **Obligacions laborals.** Treball en una agència digital, i coincidint en el temps amb l'entrega del treball, vam haver de treballar molt intensament en la consolidació d'un client nou, cosa que va requerir de dedicació plena durant



moltes jornades. Això personalment em va suposar un augment significatiu en les hores dedicades diàriament a la feina, però, i aquest és un factor molt clau, un esgotament psíquic que impedia posar-se a treballar com caldria un cop arribava a casa.

- **Mudança.** També va coincidir en les darreres setmanes que vaig haver de cercar i firmar un nou pis.

## PRESSUPOST

Tot i que encarar faltarien algunes coses per definir per poder tenir l'abast del projecte totalment tancat, amb el que tinc fins ara he intentat fer una estimació de costos del que podria suposar tirar aquest projecte endavant. He contemplat pagar només aquells serveis que no podria desenvolupar jo directament (és a dir, menys la conceptualització i la càrrega de continguts) tota la resta.

Com mostro en el següent pressupost he fet dues coses:

### DIMENSIONAR EL PROJECTE

Per fer una bona estimació del projecte el que he fet és identificar un conjunt de tasques i associar-hi una valoració de l'esforç en hores que costaria assolir-les. A continuació mostro les tasques que he identificat:

| Instal·lació, preparació i adaptació WP | Buscador, estructura i sistema de ressenyes | Cron agregador de notícies i estructura | Esdeveniments | Escalada.tv | Comunitat    | Revisió SEO i millores d'analítica identificades | Disseny marca, línia gràfica | Adaptació disseny plantilla | Ajustos maquetació |
|---|---|---|---------------|-------------|--------------|--|------------------------------|-----------------------------|--------------------|
| 6,00                                    | 16,00                                       | 12,00                                   | 8,00          | 8,00        | 32,00        | 14,00  |                              |                             |                    |
|   |   |   |               |             |              |  | 16,00                        | 16,00                       |                    |
|   |   |   |               |             |              |  |                              |                             | 32,00              |
| <b>6,00</b>                             | <b>16,00</b>                                | <b>12,00</b>                            | <b>8,00</b>   | <b>8,00</b> | <b>32,00</b> | <b>14,00</b>                                     | <b>16,00</b>                 | <b>16,00</b>                | <b>32,00</b>       |

Taula 1 - Dimensionar el projecte - Dedicació per blocs

Donant com a resultat un esforç total per perfil. En aquesta pestanya també mostro l'import total per perfil, que és bàsicament el total d'hores estimat per el preu / hora per perfil.

| Perfil requerit     | Import     | Esforç        |
|---------------------|------------|---------------|
| DESENVOLUPADOR      | 1.920,00 € | 96,00         |
| DISSENYADOR         | 704,00 €   | 32,00         |
| MAQUETACIÓ          | 576,00 €   | 32,00         |
| <b>TOTAL ESFORÇ</b> |            | <b>160,00</b> |

Taula 2 - Dimensionar el projecte - Total dedicació per perfil

---

## TARIFICACIÓ DEL PROJECTE

Un cop dimensionat el projecte, el que faig és un sumatori de les hores totals per perfil i estableixo el preu / hora de cadascun dels perfils. Així tinc un total per perfil i un total de projecte.

Finalment, al total de projecte també l'hi he de sumar els costos extres obligatoris per poder sortir a producció. En aquest cas, mínim un allotjament estàndard d'un any així com la renovació anual del domini. Amb això, i com deia inicialment fent una estimació de totes les seccions tot i que encara hi ha algunes que caldria acabar de definir millor per acabar d'ajustar el preu final, estaríem parlant d'un:

---

***COST DEL PROJECTE DE 3.352 €***

---

| TARIFICACIÓ             | Preu/hora | Hores Estimades | Total             |
|-------------------------|-----------|-----------------|-------------------|
| DESENVOLUPADOR          | 20,00 €   | 96,00           | 1.920,00 €        |
| DISSENYADOR             | 22,00 €   | 32,00           | 704,00 €          |
| MAQUETACIÓ              | 18,00 €   | 32,00           | 576,00 €          |
| <b>TOTAL PRODUCCIÓ</b>  |           |                 | <b>3.200,00 €</b> |
| ALTRES (COSTOS EXTERNS) | Cost      |                 | Total             |
| ALLOTJAMENT (1 any)     | 132,00 €  |                 | 132,00 €          |
| DOMINI (1 any)          | 20,00 €   |                 | 20,00 €           |
| <b>TOTAL PROJECTE</b>   |           |                 | <b>3.352,00 €</b> |

Taula 3 - Dimensionar el projecte - Tarifes per perfil i cost total

Aquesta valoració l'he fet a partir de la mitjana aproximada del preu hora per perfil. I el preu de l'allotjament i de la renovació del domini estan basats en els costos públics que publica l'empresa CDMON en la seva pàgina web.

## ESTRUCTURA DEL DOCUMENT

Arribats a aquest punt, només queda plantejar com es presenta i s'estructura el treball. Bàsicament el treball s'organitza a partir de sis grans blocs:

- **Anàlisi.** Es farà l'estat de l'art, analitzant els comportament de la comunitat actuals a l'entorn digital i es començarà a definir l'arquitectura de continguts.
- **Definició funcional del producte.** A partir de l'anàlisi de les mancances existents i sota la primera proposta d'arquitectura, tractaré d'explicar les diferents seccions i funcionalitats del site.

- **Proposta arquitectura de continguts.** Amb tota la informació que s'ha pogut extreure es presenta una definició funcional de la plataforma, on ja veurem que la plataforma va agafant forma, doncs presento la proposta d'estructura i l'arbre de continguts.
- **Solució tecnològica i proposta tècnica.** Llistaré punt per punt tots els elements que caldrà tenir en compte per poder tirar el projecte endavant pel que a tecnologia, experiència d'usuari i posicionament es refereix.
- **Presentació prototipatge navegable d'alta densitat.** Un cop definit tot el projecte, en aquest tercer gran bloc el presento en forma de prototips d'alta definició. On mostro el comportament resposive que tindrà la plataforma i on presento les principals pàgines i funcionalitats del site.
- **Estratègia de màrqueting.** Finalment presento l'estratègia de màrqueting i el pla de llançament del portal.

## CAPÍTOL 2: ANÀLISI

### ESTAT DE L'ART

La pràctica de l'escalada, en totes les seves modalitats, requereix d'un estudi previ de la paret o del itinerari que es pujarà. Per això, des dels seus inicis, aquesta disciplina s'entén acompanyada sempre del les ressenyes: **guies que ens expliquen l'itinerari de la via, el grau de dificultat, el material que cal portar**. El consum d'aquesta informació ha estat històricament en suport físic i la seva divulgació ha recaigut en el boca orella. Apareixen per aquest motiu les agrupacions excursionistes, aquestes tenen un paper molt important en l'associacionisme a Catalunya i ajuden a la divulgació i extensió de les practiques esportives -de tot tipus- arreu del territori.

És amb l'era digital quan les ressenyes perden les limitacions físiques de comunicació i esdevenen universals. Però no només les ressenyes -que són l'element més important d'una sortida- sinó que amb l'aparició de les tecnologies també apareixen nous paradigmes comunicatius que permeten als individus i a les empreses utilitzar aquests nous canals per comunicar-se i consultar informació de forma àgil i ràpida. La previsió del temps pels dies que volem fer una sortida, ressenyes de material, possibilitat de comprar material des del mateix sofà de casa, trobar companys per anar a fer activitat, ... I un seguit de noves dinàmiques i possibilitats que apareixen gràcies al avenç tecnològic digital.

Sota aquesta idea, si fem un anàlisi de les opcions digitals que podem trobem a la xarxa i que es centren en la pràctica esportiva (escalada i alpinisme) arreu del territori podem catalogar-los en 6 grans eixos principals:

- **Blogs personals.** En aquesta categoria és on trobem la majoria de la informació penjada al núvol. Molta gent amant d'aquestes pràctiques esportives ha creat

en els darrers anys blogs per explicar les seves experiències. En aquest tipus de sites podem trobar:

- **Ressenyes.** Amb molta diferència, aquest seria l'element principal en la majoria dels sites. Gent que explica, des del seu punt de vist personal, l'activitat que ha fet: quina escalada, passos difícils, aproximació, descens de la paret, material necessari, i un llarg etcètera d'informació útil pels seus lectors. Consultar aquest tipus d'informació és una cosa gairebé indispensable per tota la comunitat escaladora actual, ja que abans de fer una activitat (sigui del tipus que sigui) un necessita documentar-se. I és en aquests blogs on s'acostuma a trobar informació fresca de primera mà.
- **Vivències personals.** Més enllà d'explicar la ressenya de l'activitat que han fet i informació relacionada, molta gent aprofita per explicar amb qui ha anat, parlar d'ells, explicar l'estat en el que es trobaven... bàsicament és com un espai on els autors es troben confortables per explicar allò que senten i així creen comunitat, ja que en molts d'ells pots veure el feedback que hi deixen els seus amics / seguidors / companys. De fet aquest seria un aspecte força comú en la creació dels blogs, siguin de la temàtica que siguin, ja que -en molts casos- s'han convertit en una eina d'expressió personal.
- **Mitjans de comunicació especialitzats.** Aquest seria el segon gran bloc de tipologia de sites que trobem a Internet. Són un número molt més reduït d'actors, doncs lògicament són tot subjectes professionals que viuen d'aquest negoci. Gairebé tots tenen el seu origen en el format paper -per tant abans de l'aparició de l'era digital- i tots van saber fer l'adaptació a l'esfera digital.

Alguns segueixen tenint publicacions en format paper, però sí és cert que s'han sabut adaptar a l'era digital per no perdre posició. Aquí estaríem parlant de mitjans com Desnivel, Campo Base (Aquest revista s'ha integrat dintre del grup de comunicació de El Diario, servint aquesta com la gran eina digital que els dóna solució tecnològica i presència digital), Revista Oxigeno o Cara Norte (Aquest no és exactament un mitjà, però des d'un origen més particular ha esdevingut un gran centre de formació i informació que sí es pot contemplar en aquest grup. A és, seria el únic actor d'aquest grup que només té suport en format paper).

Són mitjans especialitzats que ofereixen informació, en la gran majoria dels casos, d'un nivell bastant alt, ja que són activitats realitzades per esportistes d'alt nivell. També fan divulgació de les notícies més rellevants relacionades amb aquestes disciplines esportives (premis, concursos, noves obertures de vies, accidents, ...) però sempre, des d'un punt de vista amateur, parlen de la elit d'aquestes disciplines.

- **Botigues especialitzades.** Com un tercer eix, però amb força similituds amb el punt anterior, trobem les botigues especialitzades. Similituds perquè aquest tipus de portals ofereixen dues grans propostes de continguts:
  - **Ecommerce.** Aquest és el servei que ofereixen per la seva naturalesa.
  - **Mitjans de comunicació.** Han esdevingut un nou mitjà de comunicació en els darrers anys i és per això que competeixen amb els mitjans especialitzats en la divulgació d'informació relacionada amb aquestes disciplines esportives.

És el lloc que ocupen les grans botigues especialitzades en esports de muntanya que han sabut agafar molt bé el seu espai en els mitjans digitals. Aquí cal destacar el paper que va tenir Barrabes, ja que va ser la primera gran botiga que va apostar de forma absoluta i clara per la venda online en un moment en que cap dels seus competidors no s'ho ha via ni plantejat. De fet va ser una de les primeres experiències digitals de l'estat espanyol, tot just l'any 1996. Estem davant doncs d'un dels pioners a Espanya en vendre per Internet i que gràcies a això ara son un dels referents a nivell estatal.

Anys més tard, i veient el gran impacte que havia aconseguit aquesta botiga, els seus competidors més directes a Catalunya van apostar per crear el seu espai digital. Segurament el seu competidor més directe, sempre parlant a nivell digital a nivell català, seria Vèrtic, i després trobaríem altres com Balmat o Aresta.

- **Organismes públics** que regulen l'activitat. Com a següent gran bloc d'agents identifiquem les federacions i, en menor mesura, les associacions professionals que depenen d'ella. Aquí estem parlant en primer lloc de la FEEC (Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya), de la que depèn la Federació Catalana d'Alpinisme i Escalada, en segon lloc de la FEDME (Federación Española de Deportes de Montaña i Escalada) i finalment de les associacions o organismes professionals, tals com la AEGM (Asociación Española de Guías de Montaña). Aquests organismes públics tenen un paper divulgador i de formació, i no tant comunicatiu com ja fan els actors analitzats anteriorment. En aquests espais és on trobarem la regulació de l'activitat, les zones, els serveis públics tals com refugis, camins i zones marcades, cursos oficials, permisos o subvencions per obrir o mantenir espais esportius.



- **Clubs de muntanya.** Relacionat amb l'anterior, però amb un punt de vista ben diferenciat, trobem les entitats o clubs de muntanya. Funcionen molt bé, algunes més que d'altres, sobretot en l'espai digital. Totes estan enfocades a oferir una informació de cara als seus socis i no com un servei global. A tall informatiu, és important destacar que per poder estar federat –per estar correctament assegurat- i per tant practicar correctament l'escalada i l'alpinisme, has de pertànyer a un club o entitat, sinó no pots tramitar la llicència federativa. És per això que són òrgans tan rellevants. A Catalunya, històricament, l'associacionisme hi ha tingut un pes molt important, és per això que les entitats segueixen (i que ho siguin per molts anys) l'esperit que uneix i crea comunitat en la pràctica d'aquestes disciplines esportives. Per això la gran majoria d'aquestes tenen només representació física, almenys en els seus orígens. Però des de fa una anys, i sobretot amb la irrupció de MadTeam - que va ser la primera entitat esportiva virtual- moltes de les entitats han començat a permetre al seus socis ser-ho com a membres digitals. En la majoria dels casos, això significa mateixa cobertura, menys drets i deures.

Reprenent la importància que tenen aquestes figures en el panorama digital, en tenen degut a que algunes són gran directoris d'informació i sobretot un espai de quedada virtual o de possibles mercats de compra venta de material de segona mà. Aquest punt gairebé és exclusivament rellevant per la presència de MadTeam, ja que aglutina la majoria d'aquests serveis a la seva pàgina.

- **Marques.** Arribem al darrer agent que trobem en el panorama de l'Escalada i l'Alpinisme a la xarxa: es tracta de les marques. Aquí trobem marques en tot el seu espectre, des de marques de roba, a material o a editorials de llibres temàtics. Aquests actors estan agafant molta força sobretot a les xarxes socials, on són molt actius. Sobretot les relacionades amb roba o material,

aprofiten per promocionar-se a partir de les activitats que fan els seus equips o persones esponsoritzades. Activitats de renom amb persones molt preparades, això vol dir material audiovisual molt potent. També tenen presència digital a partir de les seves pàgines.



Hem fet un repàs a la tipologia d'actors que podem trobar a l'espai internet relacionat amb la pràctica de l'escalada i l'alpinisme. He intentat agrupar el gran nombre d'actors heterogenis que trobem actualment en 6 grans grups, per intentar extreure un màxim comú denominador i tenir un bon punt de partida pel que fa a la definició d'estructura de web i d'arbre de continguts sobretot. Amb aquest primer anàlisi hauré de ser capaç de crear una enquesta amb la que, juntament amb la informació ja recollida, em permeti definir una estructura de continguts pel projecte.

Així doncs, el detall de les enquestes m'ajudarà a definir on i què busca la gent, i un cop analitzats tots els resultats estaré en condicions de fer la proposta de continguts del nou projecte Escalada.CAT.

## CONCEPTUALITZACIÓ ARQUITECTURA DE CONTINGUTS

Abans d'aventurar-me a definir una arquitectura de continguts, crec que cal fer dues tasques que m'ajudaran a poder definir una estructura clara i concisa. Es tracta per una banda de fer una enquesta per conèixer les necessitats i les costums reals de la comunitat escaladora, i per l'altra de fer un anàlisi del mercat per conèixer millor les debilitats i mancances d'aquest i així poder aconseguir un lloc en el mercat i, sobretot, poder crear una aplicació web útil i funcional.

---

## REALITZACIÓ D'ENQUESTES

Per tant, i com a primer pas cap a la definició final d'arquitectura de continguts d'escalada.cat he preparat una enquesta. El contingut d'aquesta és clar: preguntes simples que em permetin conèixer de primera mà les necessitats i les costums dels enquestats.

| FITXA TÈCNICA       |   |
|---------------------|---|
| FORMAT              | GOOGLE FORMS  |
| PREGUNTES           | 18  |
| DATA D'INICI        | DIMARTS 20 D'ABRIL DE 2015  |
| DATA FI             | DIUMENGE 26 D'ABRIL DE 2015   |
| NOMBRE PARTICIPANTS | 47  |
| PROMOCIÓ            | PER XARXES SOCIALS (TW I FB)  |
| UBICACIÓ            | <a href="http://www.escalada.cat">www.escalada.cat</a> (ERA LA PORTADA) |

Taula 4 - Fitxa tècnica enquesta

---

## PROMOCIÓ ENQUESTA

En la fase de conceptualització vaig preparar una enquesta per ajudar a definir l'arquitectura de continguts en base a les respostes. Un cop ho tenia tot preparat vaig veure que seria difícil aconseguir que un gran nombre de persones em responguessin. Així que vaig optar per fer una estratègia de comunicació a petita escala i de forma molt modesta (o fins on arribaven els meus contactes).

- Vaig enviar-ho als meus contactes que creia que complien el perfil per respondre.

- Vaig moure-ho per les xarxes socials. A Facebook i sobretot per Twitter. El més destacable és que vaig fer un tweet mencionant al Kilian Jornet perquè m'ajudes amb el projecte i vaig aconseguir un retweet seu, fet que em va portar 8 favorits.

The screenshot shows a Twitter profile with a tweet from April 20th: "20 de abr.: Fas muntanya? Practiques l'escalada? Estic mirant de començar un nou projecte. M'ajudes responent aquesta enquesta? escalada.cat". The tweet has received several interactions:

- XaVier Casillanis** marked it as a favorite on April 24th.
- Ferran Gall Vall** retweeted it on April 24th.
- Angel Garcia** and 7 others marked it as a favorite on April 21st.
- Marisa Cañellas** and 3 others followed the profile on April 21st.
- Oscar Casal** and 5 others retweeted it on April 21st.
- Jordi Benavente** and **Jordi Garrigós** marked it as a favorite on April 21st.
- Jordi Benavente** and **Balfeater** retweeted it on April 21st.

II·lustració 2 - Captura del meu perfil de Twitter personal - Promoció Enquesta

---

## CONCLUSIONS GENERALS A PARTIR DELS RESULTATS

Fer aquest exercici m'ha ajudat a validar i reforçar algunes de les hipòtesis que tenia inicialment, tals com que la previsió meteorològica és un element molt important quan preparem una sortida o que el projecte ha d'estar preparat per ser multi dispositiu.

Crec que surto molt reforçar en el pensament de que existeix una necessitat real en el mercat. Cal una eina digital enfocada a aquestes disciplines esportives. És una realitat que hi ha una demanda en el mercat.

## CAPÍTOL 3: DEFINICIÓ FUNCIONAL DEL PRODUCTE

Abans de començar a donar cara a la nova plataforma, i després de la realització de les enquestes, només ens queda un darrer detall, tornar a fer un cop d'ull al mercat actual. Aquest exercici és molt interessant per poder detectar les mancances i les fortaleses del mercat actual i així poder presentar una proposta de continguts que s'adeqüi a aquesta realitat.

29

### DEFINIR I ANALITZAR EL MERCAT ACTUAL

Un cop revisats i analitzats els resultats de l'enquesta, i com a darrer pas previ abans de fer una proposta d'arquitectura de continguts, faré una revisió al mercat actual. Què trobem? Qui ho ofereix?

Per començar a resoldre aquestes qüestions recupero el llistat que vaig proposar inicialment sobre les categories que trobem a nivell digital relacionats amb la pràctica esportiva de l'escalda i l'alpinisme. A grans trets, i encara ho confirmo més després de la realització de l'enquesta, tots els actors existents es poden categoritzar en aquests 6 eixos:

---

#### BLOGS PERSONALS

Queda confirmat que són el mitjà més consultat per conèixer i descarregar ressenyes. En aquest apartat inclouríem els grups de facebook i alguns canals de twitter molt actius, doncs són persones que a títol individual estan fent una gran tasca de comunicació i divulgació.

---

#### MITJANS DE COMUNICACIÓ ESPECIALITZATS

Aquests són els actors on trobarem informació d'actualitat relacionada amb la practica d'aquestes disciplines esportives.

---

## BOTIGUES ESPECIALITZADES

Són els llocs on la comunitat compra material i segueix informació de la èlit d'aquestes activitats esportives.

---

## ORGANISMES PÚBLICS QUE REGULEN L'ACTIVITAT

Informació oficial de l'activitat.

---

## CLUBS DE MUNTANYA

Són molt consultades però de forma presencial.

---

## MARQUES

Fortes en la comunicació dels seus productes i molt conegudes per la comunicació social que fan de les activitats dels seus equips o persones esponsoritzades.

## ANÀLISI DE LES MANCANCES EXISTENTS?

Crec que ha quedat palès que una de les mancances més grans dintre de la comunitat escaladora és un gran agregador de referència de ressenyes. Cert és que la gran majoria de persones busca les ressenyes a internet, però moltes vegades –sobretot quan la via no és una clàssica i concorreguda opció- costa més del que sembla. A més, mai estan organitzades ni per zona ni per dificultat.

Si a aquesta oferta de contingut s'hi vincula de forma automàtica una previsió meteorològica de la zona que l'usuari està consultant, estalviarem a la gent fer una segona cerca, pel que pot ser un gran valor afegit.

Quelcom que també es demana és un bon punt d'informació i actualització de les novetats.

Per tant m'atreviria a dir que actualment a internet, relacionat amb la pràctica de l'escalda i l'alpinisme, ja existeix tota (o millor dit, molta) de la informació que els

usuaris busquen, el problema és que aquesta està desorganitzada i inconnexa entra ella. En aquesta línia sorgeix l'objectiu d'Escalada.cat, pretén ser una plataforma que centralitzi i organitzi la informació relacionada amb la pràctica d'aquestes disciplines esportives de forma clara, àgil i intuïtiva per l'usuari.



## DESCRIPCIÓ DE LA PROPOSTA

Ara sí, un cop fetes les enquestes, revisats els resultats i analitzat per sobre les categories de les plataformes que actualment trobem a internet, estic en disposició de llistar els serveis que oferirà escalada.cat.

Parteixo d'una premissa clara i és que no tinc ni tindrè capacitat de produir continguts propis. Per això sempre parlaré d'unificar i centralitzar la informació ja existent a d'altres plataformes i no de crear informació nova. Per tant, la plataforma serà un agregador de fonts d'informació de tercers. Oferir una bona vinculació entre la informació ja existent a la xarxa crec que és la millor opció que puc oferir al mercat, doncs actualment hi ha un munt d'informació, en ocasions molt dispersa, i de gran valor.

Abans d'organitzar-les com a opcions de menú o com a funcionalitat dintre del site, intentaré llistar totes les funcionalitats que tinc en ment:

---

### DIRECTORI DE RESSENYES

La idea és fer oferir un gran directori de ressenyes, que sigui dinàmic i viu. Sempre en creixement. Com que les ressenyes actualment es busquen a blogs personals la idea és fer un agregador d'aquests blogs i de les seves ressenyes. És a dir, quan l'usuari busqui una ressenya trobarà enllaços a blogs diferents. La idea no és oferir la ressenya, sinó la porta d'accés per trobar-la.



---

## FILTRE

És indispensable que aquest directori de ressenyes tingui un filtre molt potent, doncs és el factor clau perquè l'usuari pugui trobar exactament l'activitat que busca. Contemplo 3 filtres vinculats:

- **Vía d'escalada.** Aquest és possiblement el filtre més important. Hauria de tenir 5 nivells:
  - **Regió.** Tot i que el portal anirà enfocat al territori català, aquest primer nivell de filtre farà possible créixer i delimitar territorialment les vies. La idea és: catalunya, aragó, andorra, ...
  - **Zona.** Concretar la zona de la que parlem. Ha de ser així de genèric perquè en funció de l'activitat que estiguem buscant aquest podrà fer referència a una muntanya (montserrat, com a exemple concret o el pirineu, com a general) o a una comarca (com el maresme o l'alt empordà).
  - **Sector.** Aquest fa referència a la zona més detallada. Seria el cas de la vessant d'una muntanya (montserrat sud), la població (vilassar de mar) o el nom d'un conjunt de parets (grau roig).
  - **Paret.** Nom que rep la paret.
  - **Via.** I finalment el nom de la via.

Crec que amb aquesta segmentació seré capaç de donar cabuda a totes les ressenyes possibles de totes les varietats i disciplines que hi ha dintre de l'escalada i l'alpinisme.

- **Tipus d'activitat.** Per poder escollir quin tipus d'activitat està buscant l'usuari, les possibles opcions seran:
  - Escalada esportiva
  - Escalada clàssica
  - Bloc
  - Psicobloc
  - Cresta alpina
  - Corredor

- **Grau o dificultat.** Aquest filtre anirà en funció de l'activitat que hagi escollit l'usuari, doncs varia en funció del què es vulgui fer. Tot i que es podria utilitzar una graduació conjunta és preferible utilitzar la graduació majoritària per a cada tipus d'activitat. Així el resultat ha de ser:

Per escalada utilitzaré la graduació francesa, doncs és la graduació que utilitzem a espanya.

Per les crestes i per alpinisme la graduació canvia

- **Mapa o localització.** En una segona fase, inclouré una geolocalització per cada 'zona' així també es podrà buscar la via a partir d'un google maps. Val la pena tenir-ho contemplat des del inici perquè a nivell tècnic ja tindrè el requisit identificat.
- **Predicció meteorològica.** Un valor afegit al directori de ressenyes serà la predicció meteorològica. Relacionar en un mateix lloc una zona d'escalada amb la previsió meteorològica és un gran servei que actualment no trobem a

gairebé cap pàgina important del sector. La idea seria relacionar el sector i les subseccions que penguin d'aquest filtre amb la previsió meteorològica de la zona. Aquesta vinculació caldria fer-la mitjançant una connexió a la API d'algun servei meteorològic. Més endavant, quan faci un benchmark del sector veurem quina és la millor possibilitat.

- **Butlletí d'allaus.** De la mateixa manera que per les vies d'escalada oferiré la vinculació amb la previsió meteorològica, a les zones d'alta muntanya i per les vies hivernals, també estudiaré la possibilitat d'incloure el butlletí d'allaus. En cas de que no es pugui mostrar la informació directament a la pàgina, es posaria un enllaç a aquest.
- **Vinculació amb e-commerce de llibre.** Una possible opció de financiació del projecte, a part de la publicitat que ja es parlarà més endavant, és fer-me afiliat d'alguna gran plataforma de venda online (amazon, casa del llibre, ...) i vendre guies de muntanya relacionades amb la zona que l'usuari està consultant.
- **Allotjament.** De forma opcional, també en el nivell de sector, la idea és mostrar opcions de dormir interessants a la zona. Molts cops quan anem a una nova zona d'escalada o alpinisme un dels dubtes són les facilitats que existeixen per la zona, pel que he pensat que podria ser útil mostrar aquesta informació: albergs, refugis, cases, espais de lliure acampada, bivacs, ...
- **Llocs d'interès.** Finalment, no estaria de més tenir contemplada la opció de mostrar altre informació d'interès a fer o visitar per la zona.

---

## AGREGADOR DE NOTICIES

Un apartat estarà dedicat a mostrar, mitjançant lectura per rss de notícies, les notícies d'interès més destacades dels principals portals de comunicació relacionats amb aquestes pràctiques esportives. Gràcies a les enquestes he detectat que hi ha un gran número de persones que utilitzen facebook com a canal per estar al dia de les notícies relacionades. Per això també contemplo la opció de posar directament enllaços o iframes a algunes pàgines o grups de facebook que siguin molt actius.

35

---

## NOTICIES EXPRÉS

Possibilitat de mostrar algunes notícies de forma exprés o destacada per la pàgina. Aquesta funcionalitat està pensada per aquelles notificacions o informacions importants de caire legal, informatiu o d'actualitat. Tècnicament aquestes notícies haurien de tenir la possibilitat de poder mostrar-se només en aquelles pàgines que es consideri, doncs una opció és que es necessiti mostrar només a nivell de zones o sectors (per exemple per notificar canvis en la regulació del permís d'escalada en aquella zona).

---

## PLATAFORMA 2.0

L'aportació dels usuaris serà vital per dos aspectes:

---

### COMENTAR L'ESTAT DE LES VIES

A la pàgina detall de cada ressenya s'haurà de poder comentar. La idea és que els comentaris dels usuaris ajudin a conèixer l'estat actual de la via en qüestió.

---

### AFEGIR NOVES VIES

Com a funcionalitat atrevida està la possibilitat de que els propis usuaris puguin pujar enllaços a ressenyes existents. La idea és que mitjançant un formulari puguin donar d'alta ells mateixos un enllaç a una via. La validació del contingut pujat mitjançant

aquesta funcionalitat, almenys durant la primera fase del projecte, serà prèvia a la validació per part d'un administrador.

---

## CALENDARI D'ESDEVENIMENTS

Una secció consistirà en la publicació dels esdeveniments que tinguin lloc. La idea és agregar en únic punt tots els actes dels que tingui informació: passes de documentals, estrenes de pel·lícules, xerrades, inauguracions, ...

---

## REPORT INCIDÈNCIES

És important que en tot moment l'usuari pugui reportar una incidència. Ja sigui que un enllaç ha deixat de funcionar, que una zona està malament o quelcom que consideri l'usuari.

---

## CANALS SOCIALS

Escalada.cat tindrà dos canals socials: facebook i twitter. La idea és publicar en aquestes plataformes les novetats de contingut i notícies o esdeveniments que tinguin lloc.

---

## ESCALADA.TV

Una idea que tinc des de l'inici del projecte, però que és molt ambiciosa, és crear un gran espai de recull audiovisual relacionat amb el món de la muntanya. Aquest espai oferiria dos grans blocs d'informació:

---

## VÍDEOS GRATUÏTS

La idea és centralitzar en aquesta secció molts dels vídeos de gran nivell i qualitat que estan penjats arreu de la xarxa i que en ocasions és difícil de trobar.

---

## VÍDEOS DE PAGAMENT (DEGUT A LA SEVA COMPLEXITAT, FASE II)

A Catalunya tenim uns festivals de cinema de muntanya molt importants i moltes de les produccions són locals. Un neguit que m'acompanya de fa temps és que moltes d'aquestes produccions mai veuen la llum o són difícils de visualitzar. Així doncs, una opció que podria ser una gran oferta seria la d'aconseguir crear una plataforma de ppv (pay per view) de produccions audiovisuals importants.

---

## FÒRUM

Un punt de trobada per la comunitat escaladora on els usuaris puguin quedar per fer sortides, vendre o comprar material o el que considerin. El lideratge d'aquesta secció serà cosa de la comunitat.

---

## FORMULARI DE CONTACTE

És important perquè els usuaris es puguin posar en contacte amb mi en tot moment. Widget per rebre emailing. Malgrat no tenir clar quin tipus de notificacions faré, si veig clara la intenció d'ampliar des d'un primer moment la base de dades de contactes de la plataforma. Amb la incorporació d'un widget sempre visible al site i que es comuniqui amb l'eina que esculli per fer l'enviament dels mails.

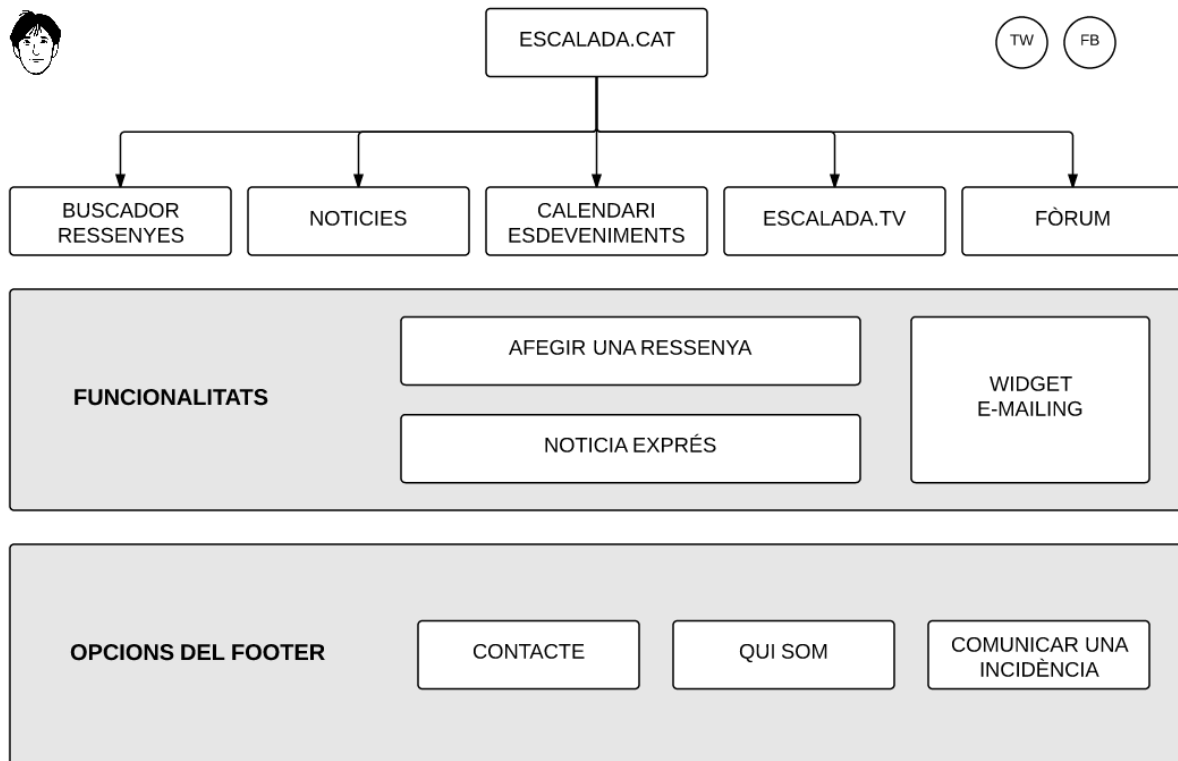
---

## ESPAI PER L'USUARI

Tot i que caldrà veure fins on es podrà arribar, crec interessant que hi hagi un espai reservat per l'usuari, on pugui trobar les aportacions que ha fet i la seva informació de compte.

## CAPÍTOL 4: PROPOSTA D'ESTRUCTURA I D'ARBRE DE CONTINGUTS

A continuació es presenta un gràfic amb la proposta de continguts que tindrà la plataforma. Bàsicament contemplo 5 elements principals de menú, tres funcionalitats transversals al projecte i 3 opcions de footer:

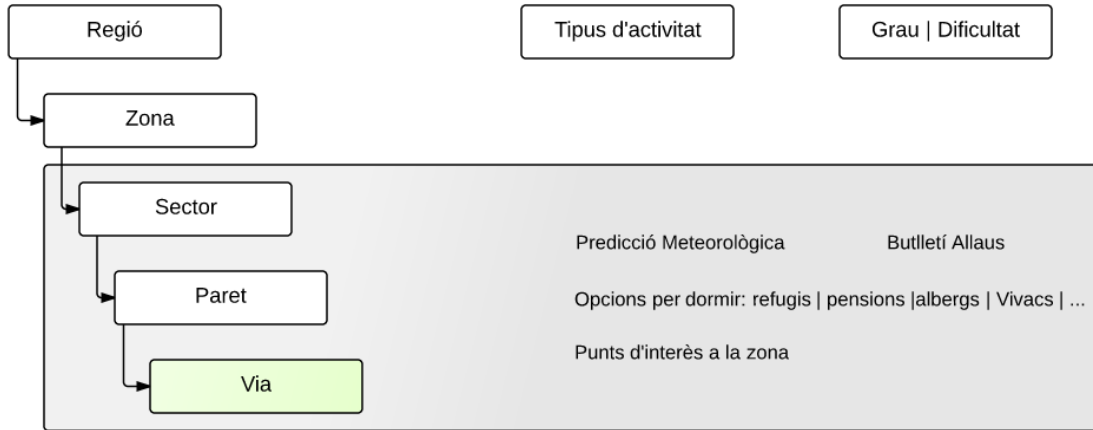


Il·lustració 3 - Proposta arbre de continguts

## BUSCADOR DE RESSENYES

PRIMERA DIMENSIÓ DE FILTRE

SEGONA DIMENSIÓ DE FILTRE



39

Exemple 1: Catalunya | Montserrat | Montserrat Sud | Miranda de Can Jorba | Sol Solet

IV+ | Escalada Clàssica

Exemple 2: Catalunya | Maresme | Vilassar de Mar | Banyadores | Banyadores

III a 7a | Escalada Esportiva

Exemple 3: Andorra | Pirineu | Grau Roig | Pic Alt de Cubil | Cresta Nord Est

AD+ | Cresta

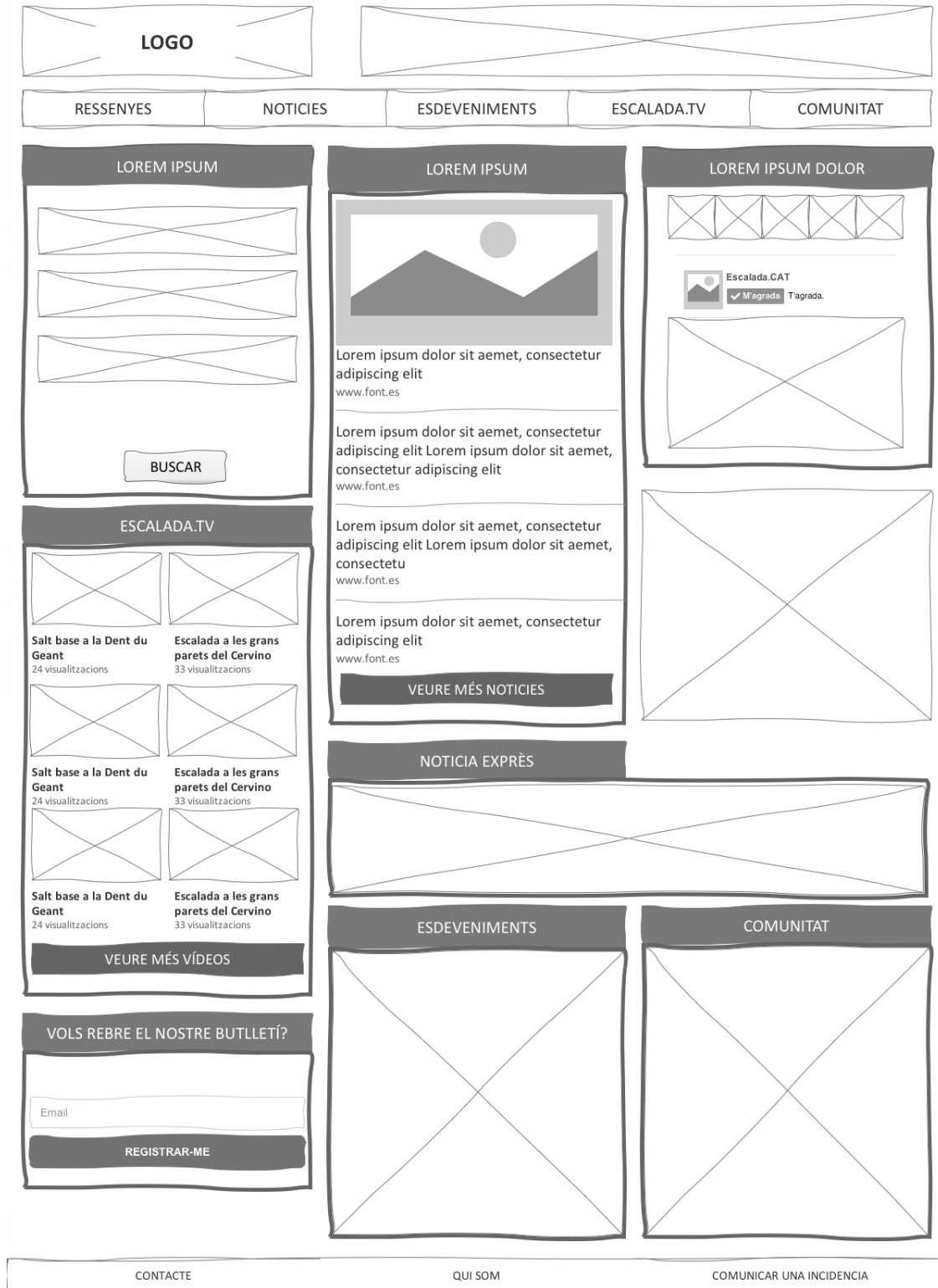
Exemple 4: Andorra | Pirineu | Grau Roig | Bony d'Envalira | Canal Central

AD- | Alpinisme

II-lustració 4 - Estructura cercador de ressenyes



## PORTADA



Il·lustració 5 - Proposta estructura Home

La home segurament és la pàgina que costa més de conceptualitzar, doncs determinar el pes i la importància que han de tenir les diferents seccions a la portada és complicat. Malgrat la complicació he fet un exercici d'equilibri de pesos i he considerat que la portada ha de ser un aparador de les diferents seccions que l'usuari podrà trobar en el site, ordenats segons la seva importància.

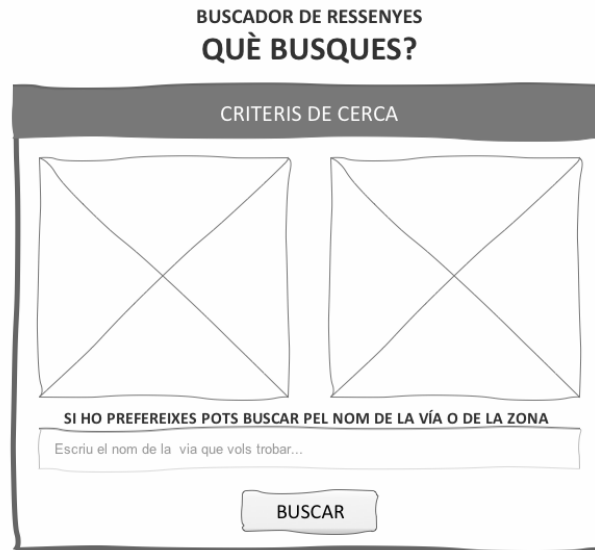
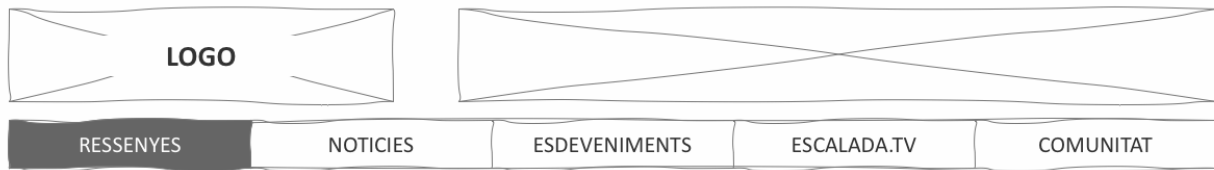
En aquest sentit, l'usuari trobarà mòduls resum de les seccions que a la vegada funcionaran com a llançadora cap al detall d'aquestes. Què trobarà l'usuari en aquesta pàgina:

- 5 mòduls (tants com seccions)
  - **Ressenyes.** On es podrà cercar directament des d'aquest mòdul. Al fer clic s'accedirà directament contra el pas número dos de la funcionalitat del mòdul de les ressenyes.
  - **Notícies.** Un llistat de les darreres notícies publicades, per ordre cronològic.
  - **Escalada.TV.** Un llistat dels darrers vídeos publicats, per ordre cronològic.
  - **Esdeveniments.** Encara per definir quina informació es mostrarà en aquesta secció.
  - **Comunitat.** Encara per definir quina informació es mostrarà en aquesta secció.
- Un mòdul per **registrar-se a la newsletter** del projecte.
- Mòdul per possibles **notícies exprés**. Aquest mòdul serà optatiu, això vol dir que només es contempla quan hi hagin una notícia o novetat que mereixi

comunicar-se de forma destacada en portada. Aquest mòdul no és per posar una notícia, sinó per comunicar un canvi en la regulació, una novetat o una esdeveniment o fet rellevant. La idea, a més, és que aquest apartat sigui modular i pugui aparèixer a qualsevol lloc o pàgina del site si així es contempla.

- Espai per la publicitat. Serà important pel projecte buscar una via de finançament, i una de les més possibles i viables és la de comercialització d'espais publicitaris.
- El mòdul de les xarxes socials, on es destacaran els perfils socials del projecte.

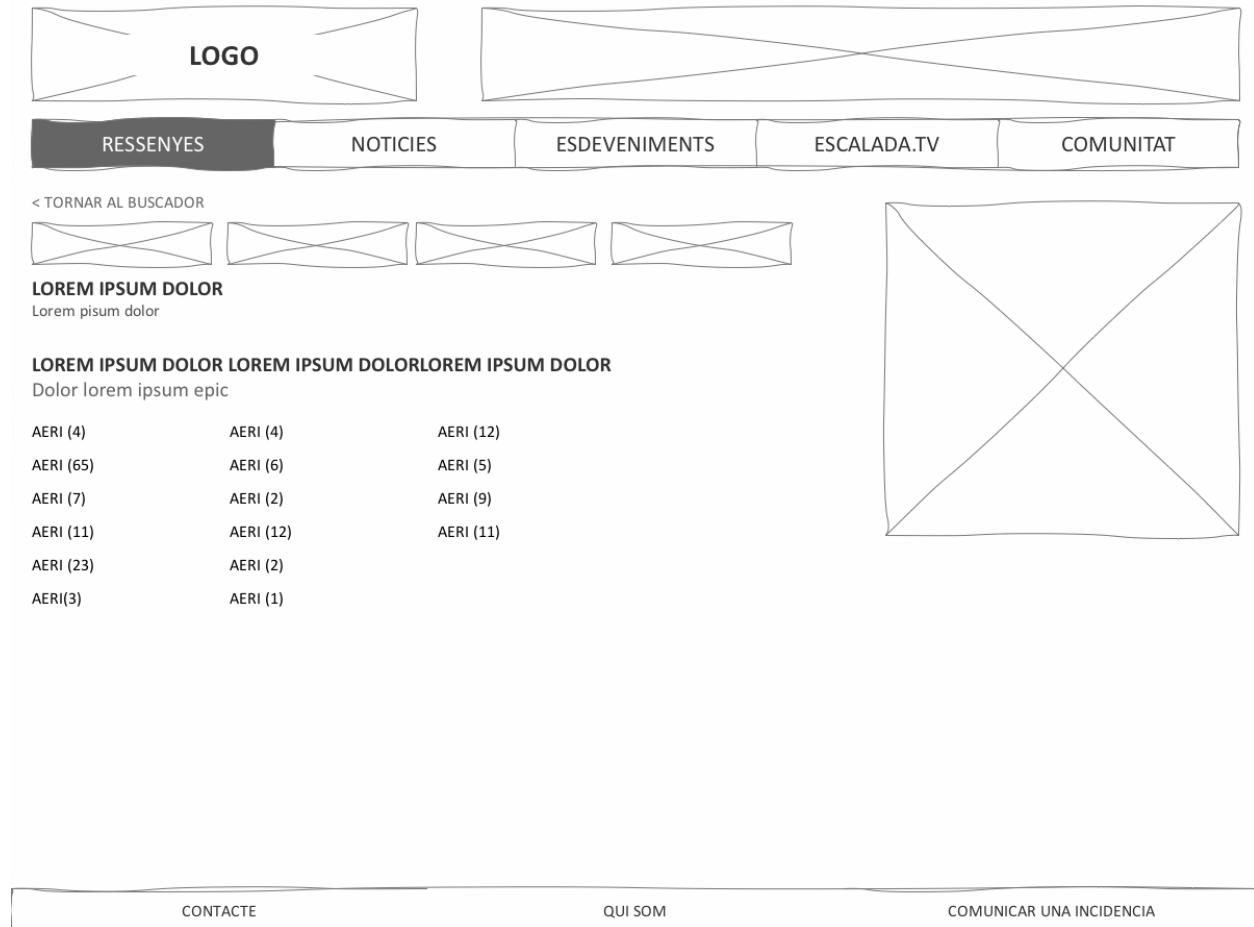
## SECCIÓ RESSENYES



II-lustració 6 -Proposta estructura pàgina ressenyes – Primer Pas

Aquesta és la pàgina més important del projecte. Crec que és la funcionalitat més atractiva que oferirà el site al usuari. El que he volgut plantejar al accedir a aquesta secció (un comportament que l'usuari trobarà repetit en el mòdul de la portada) és oferir un cercador molt ràpid i àgil en el que poder cercar. La idea és que l'usuari esculli quina disciplina d'activitat està cercant, i/o a quina zona i/o l'equipament i finalment quin tipus de roca. Aquest comportament en el mòdul de la home, per aconseguir ser encara més àgils, pot estar reduït a dos: disciplina i zona. En ambdós casos hi ha una funcionalitat extra, que és cercar pel nom de la via o de la zona. Un cop s'ha escollit en aquest primer nivell de cerca l'usuari accedirà al segon nivell:

## SEGON PAS

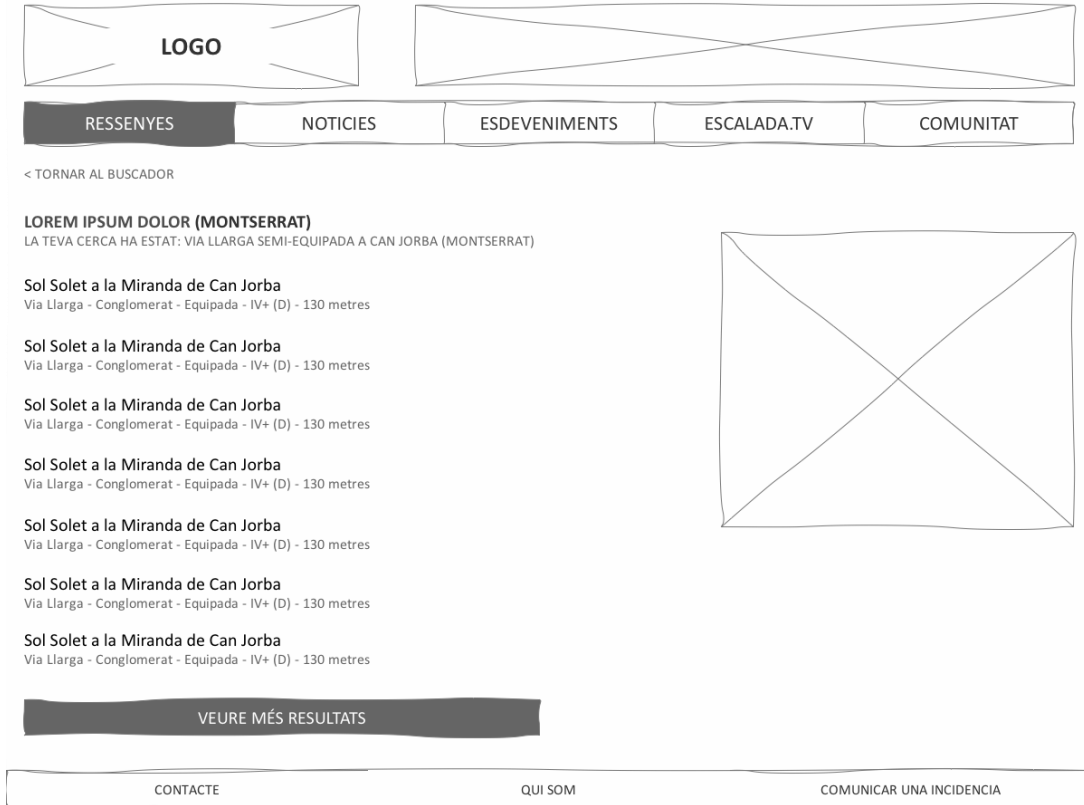


Il·lustració 7 - Proposta estructura pàgina ressenyes – Segon Pas

La idea és mostrar, sota els criteris de cerca que ha seleccionat prèviament, els resultats associats. Aquí es mostraran els resultats amb el número de vies que hi ha a cadascun dels resultats.

## TERCER PAS

Fent clic a sobre del nom de la paret, l'usuari accedirà al següent nivell:



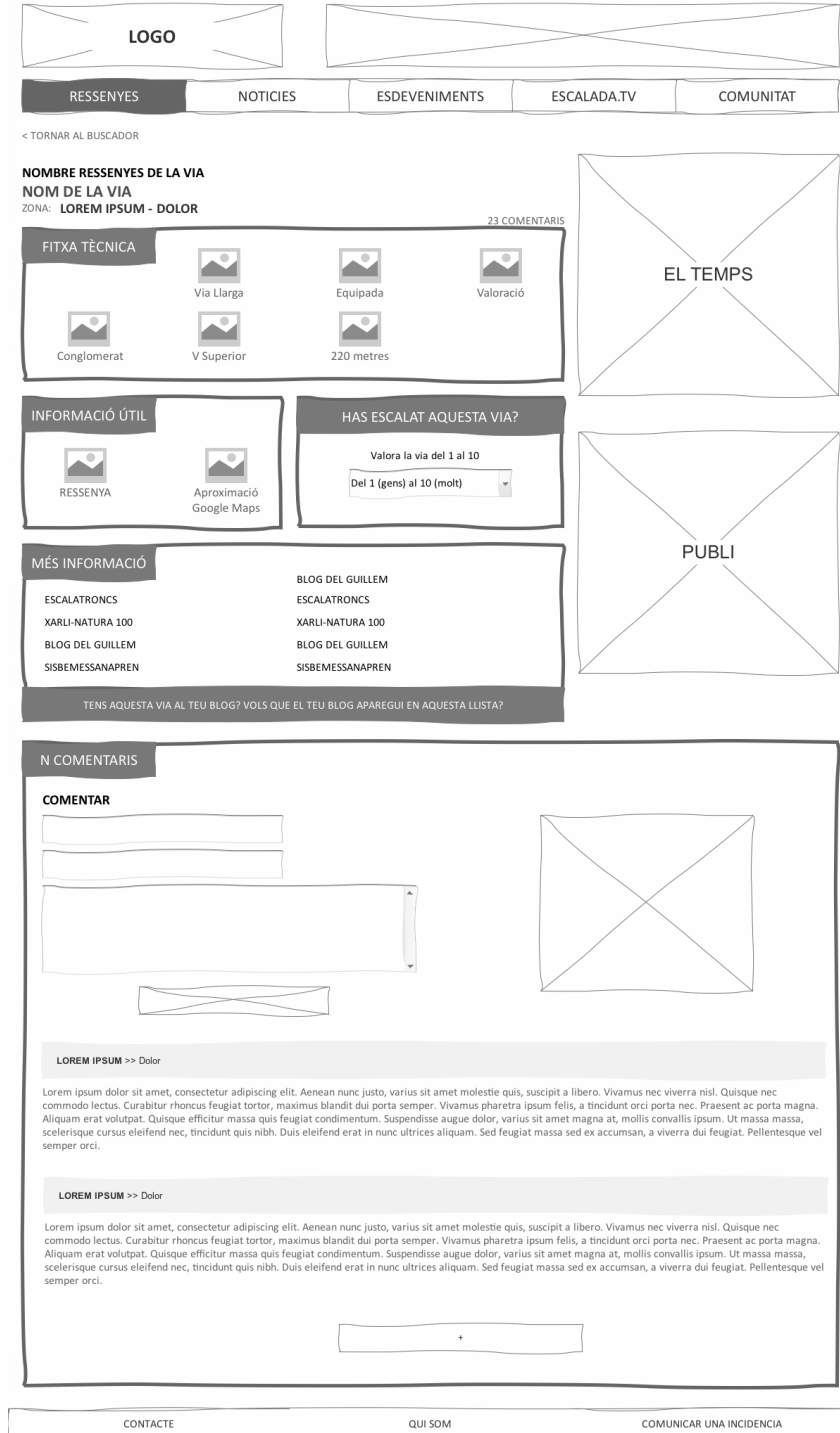
II-lustració 8 - Proposta estructura pàgina ressenyes – Tercer Pas

En aquesta pàgina es llistaran totes les vies associades a la paret que l'usuari ha seleccionat en el pas anterior. A part de la via, també es mostrarà informació relacionada d'alt interès:

- Tipus de disciplina
- Tipus de roca
- Tipus d'equipament
- Grau
- Llargària

## QUART PAS O PÀGINA DE DETALL DE LA RESSENYA

Finalment, fent clic al damunt de la via s'accedirà a la pàgina detall d'aquesta.



Il·lustració 9 - Proposta estructura pàgina ressenyes – Pàgina detall

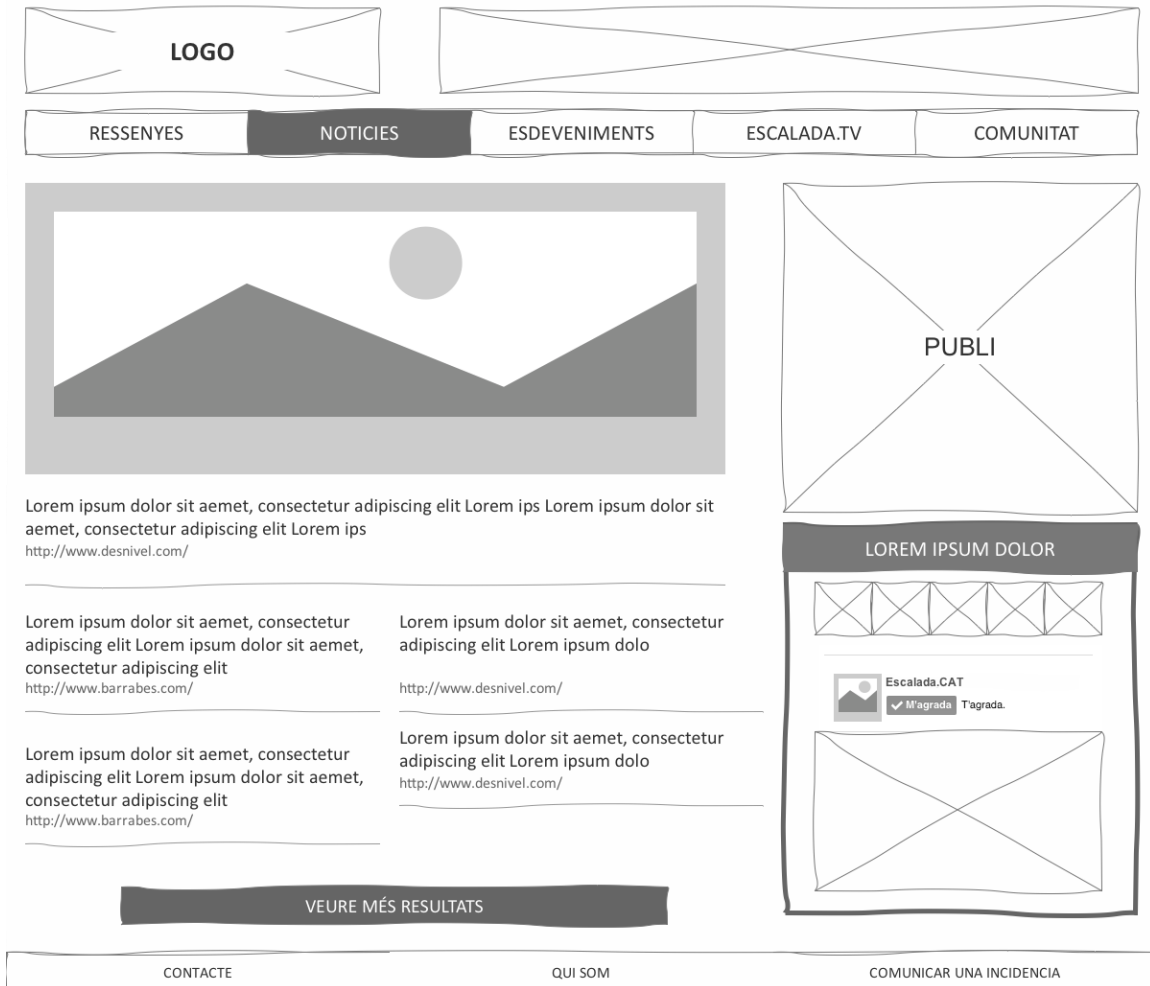
Com hem vist, per arribar a aquesta pàgina l'usuari haurà de fer com a mínim 3 accions, passant així per 4 pàgines. Aquest fet està pensat i és que he considerat que tot i demanar al usuari passar per 4 pàgines és la millor manera per oferir la informació i la metodologia de cerca. A més, i pensant en la monetització del site, aquest fet és bo pel projecte ja que vol dir augmentar exponencialment el número de pàgines vistes. En aquesta pàgina de detall, s'oferirà:

- **Nom de la via** d'escalada i nombre de ressenyes relacionades amb aquesta via.
- **Zona de la via.** Tant la regió com la paret seran un enllaç a cadascun dels passos anteriors. La idea és que fent clic a la regió s'accedirà al pas 2 de les ressenyes, i fent clic a la paret al tercer pas.
- **Nombre de comentaris.** De forma destacada es mostrarà el nombre de comentaris de la pàgina. A més, aquest text serà un enllaç que portarà al mòdul de comentaris que estarà situat en última posició de la pàgina.
- **Fitxa tècnica** amb les principals dades d'interès de la via. Aquest mòdul sempre seguirà la mateixa estructura per totes les vies, afavorint així la comprensió i la usabilitat als usuaris.
- **Informació útil.** Serà un enllaç a les ressenyes (sempre que consideri oportú que aquesta es pot penjar, en cas contrari serà un enllaç a la ressenya a una pàgina externa). També serà el mòdul on es posicionarà un enllaç cap al google maps per mostrar la ruta d'accés.
- **Formulari per valoració.** S'incitarà a l'usuari que hagi realitzat la via prèviament a que deixi la seva valoració. D'aquesta manera es podran mostrar les vies més endavant per ordre de valoració o fer d'aquest una mètrica potencial.



- **Enllaços a ressenyes externes.** En aquest bloc es mostraran tots els enllaços a blogs externs directament al detall de la via, així els usuaris tindran un únic punt centralitzat on trobar diferents punts de vista sobre una mateixa via o activitat.
- **Comentaris de la gent.** Serà un punt de trobada per tota la comunitat del site perquè puguin opinar i valorar la via, i també perquè puguin conèixer les impressions d'altres persones que hagin deixat els seus comentaris sobre la via.
- **El temps.** Hi haurà un mòdul que oferirà el temps relacionat directament amb la zona on està ubicada la via, així l'usuari sense necessitat d'abandonar el site podrà conèixer el detall d'aquesta informació.
- **Publicitat.** Diferents suports publicitaris en aquesta pàgina.

## NOTICIES



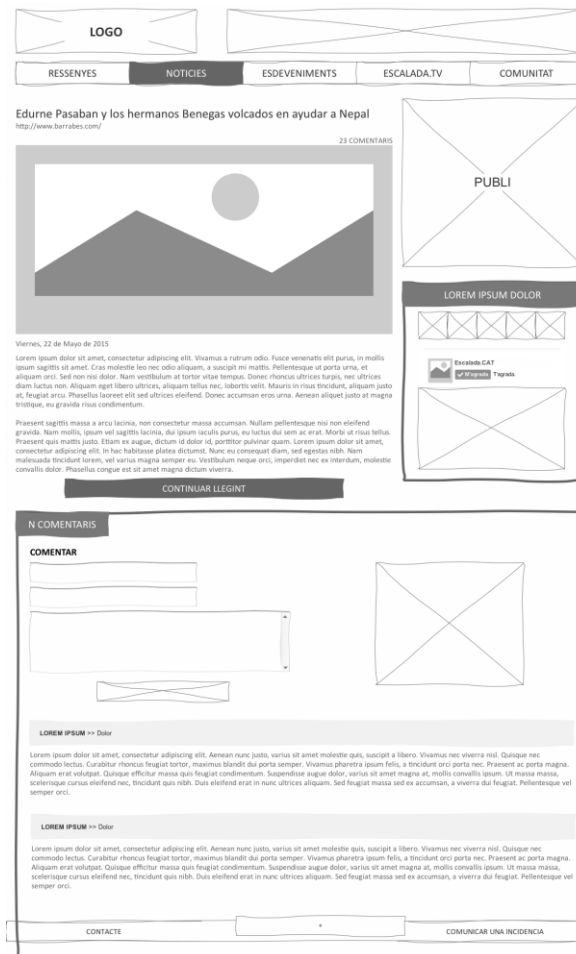
Il·lustració 10 - Proposta element menú Notícies

La pàgina de notícies serà un concentrador de les principals notícies que ofereixen els principals sites d'actualitat relacionada amb la pràctica de l'escalada i l'alpinisme. La idea és utilitzar els rss d'aquests portals per pintar directament la informació en aquesta pàgina. La presentació de les notícies estaria composta per:

- Imatge destacada de la notícia (sempre que estigui disponible en el feed).
- Títol de la notícia
- Font de la informació

## PÀGINA DETALL DE NOTÍCIES

Des d'aquesta pàgina i a partir del clic en el titular d'una de les notícies l'usuari accedirà a la pàgina detall:



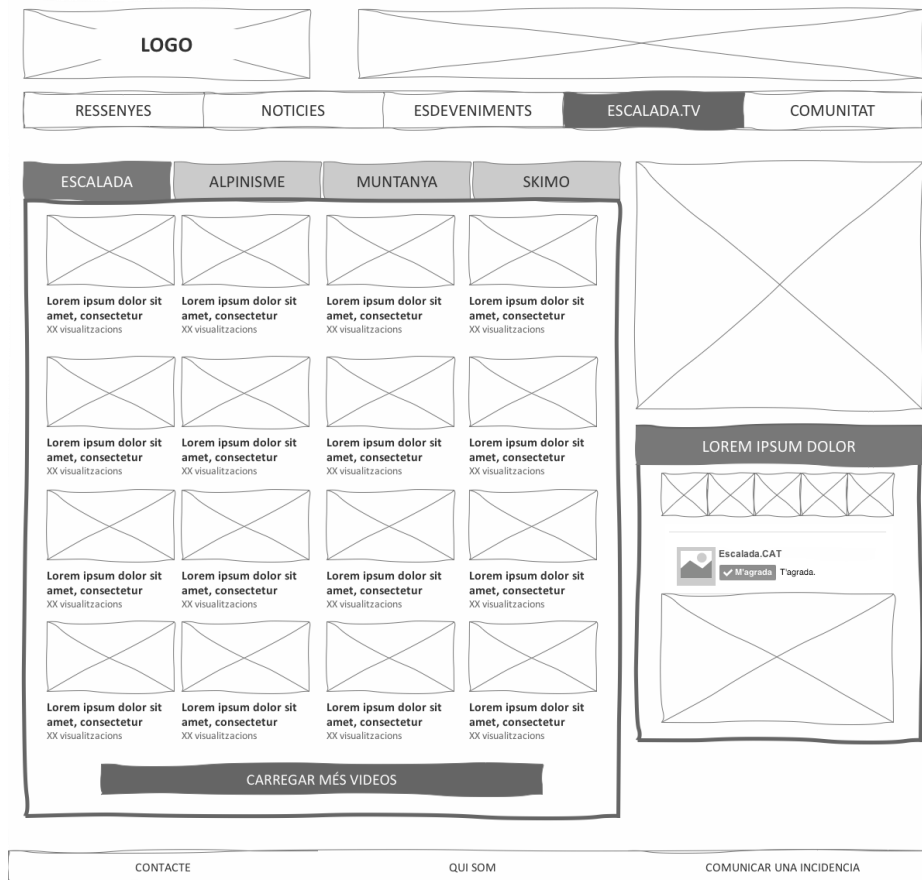
Il·lustració 11 - Proposta detall Notícies

En aquesta pàgina es mostrarà la data de publicació d'aquesta notícia, el número de comentaris (que a la vegada serà un enllaç cap al widget de comentaris) i el contingut de la notícia. Al final d'aquesta notícia es mostrarà un botó amb el textual 'continuar llegint' que serà un enllaç directe a la pàgina de la font original de la informació. Com a totes les pàgines de detall, aquí també es mostrarà el widget de les xarxes socials i la publicitat.

## ESDEVENIMENTS

Encara per definir quina informació es mostrarà en aquesta secció.

## ESCALADA.TV



Il·lustració 12 - Proposta element menú Escalada.TV

Aquesta secció estarà dedicada a la presentació de material audiovisual. A la pàgina principal de la secció es llistaran tots els vídeos mitjançant:

- Imatge destacada del vídeo
- Títular
- Nombre de visualitzacions

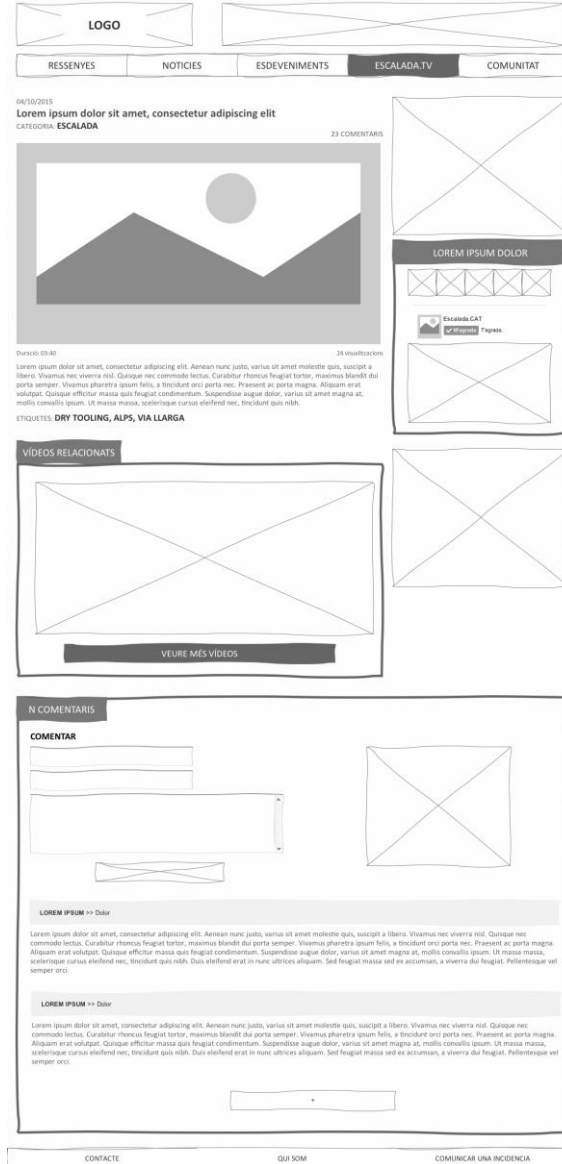
A més tots els vídeos es presentaran sota 4 grans blocs o categories, que serviran per ordenar el material. Aquestes seran:

- Escalada
- Alpinisme
- Muntanya
- Skymo

També afegiré un cercador per camp obert perquè l'usuari pugui cercar en tot moment un vídeo a partir d'un camp de text.

## PÀGINA DETALL DEL VÍDEO

Un cop l'usuari faci clic al damunt d'un vídeo accedirà a la seva pàgina detall:



Il·lustració 13 - Proposta detall Escalada.TV

En el detall l'usuari trobarà:

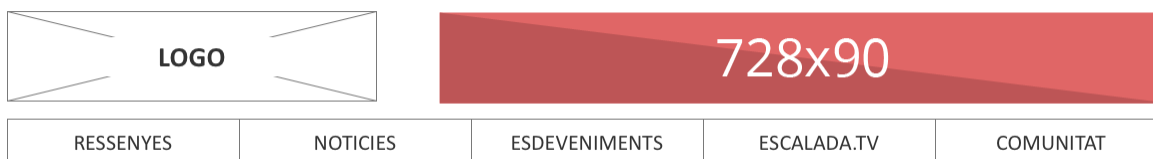
- Data de publicació d'aquest vídeo
- Nom del vídeo

- Categoria a la que pertany (de les 4 que hem vist anteriorment)
- Nombre de comentaris i enllaç al widget per poder opinar
- El vídeo (aquest serà un iframe directament de la plataforma externa que serveixi el vídeo. En cap cas es considera la opció de fer o disposar d'una CDN pròpia).
- Text o contingut descriptiu del vídeo
- Etiquetes que ajudaran a posicionar aquest vídeo. Aquestes a la seva vegada seran enllaços a una pàgina que mostrarà tots els vídeos etiquetats amb la mateixa etiqueta.
- Bloc que mostrarà els vídeos relacionats. Aquesta relació es farà bàsicament a partir de la categoria a la qual pertany el vídeo.
- Finalment, com a tancament de pàgina hi haurà el widget dels comentaris.

## COMUNITAT

Encara per definir quina informació es mostrarà en aquesta secció.

## HEADER



Il·lustració 14 - Elements del Header

Un element comú a totes les pàgines és el header. Aquest està compost per:

- **El logo.** Imatge del projecte que tindrà sempre un espai principal a la capçalera i que sempre, durant tot el recorregut que l'usuari farà per la web no el perdrà mai de vista. La idea és mantenir, un cop l'usuari faci scroll una petita versió del logo adaptada i les opcions de menú sempre visibles a la pantalla. Fixar aquesta franja a la part superior.
- **Format publicitari.** En principi la capçalera serà l'espai on s'allotjarà un banner de dimensions 728x90.
- **També és l'espai que portarà les opcions de menú.**

## FUNCIONALITATS

Pel que fa a les tres funcionalitats transversals que he definit anteriorment, primer de tot cal explicar el per què són transversals: això és simplement perquè **són funcionalitats que no tenen un secció fixe**, sinó que es poden cridar des de qualsevol pàgina i poden estar en qualsevol posició en funció del pes que li vulgui donar.

Així doncs llisto a continuació les funcionalitats que he considerat:

---

### AFEGIR UNA RESSENYA



Il·lustració 15 - Element per afegir una ressenya

Aquesta funcionalitat té molt de sentit, i per tant serà el seu principal lloc, la pàgina detall d'una ressenya. La idea és incentivar al usuari a participar enviant l'enllaç de la



seva ressenya si no la troba en el llistat de resultats. Això ajudaria al portal a créixer en contingut, ja que serien els propis usuaris els que aportarien contingut nou i actualitzat.

El funcionament és simple, aquest *call to action* sempre obriria un formulari modal on l'usuari trobarà:

- **Nom de la via**
- **Zona.** A omplir a partir dels filtres que ja s'han definit en el projecte.
- **Ressenya.** Possibilitat perquè l'usuari pugui pujar ell mateix la ressenya.
- **Informació addicional.** La idea és que ens pugui comunicar tota aquella informació rellevant que consideri.

---

## NOTICIA EXPRÈS

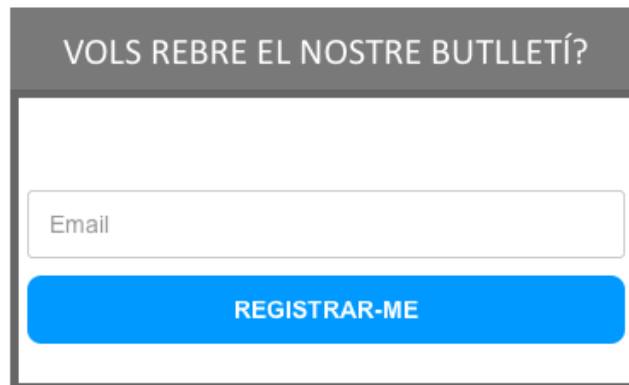
Aquesta funcionalitat està pensada per poder comunicar al usuari informació rellevant en funció de la zona que estigui consultant. Seria l'espai on poder mostrar:

- Una **novetat informativa** o exclusiva.
- **Auto promoció del site.** Potser promocionant una ressenya, una zona, un vídeo o una notícia.
- Actualització del permís o **regulació d'escalada** en una zona.
- **Cursos o esdeveniments** que es faran en els pròxims dies.
- Actualització dels **preus de les llicències** federatives.
- I un llarg etcètera.

És el recurs que oferirà el projecte per poder allotjar i poder servir qualsevol tipus de comunicacions que es considerin.

---

## WIDGET NEWSLETTER



The image shows a newsletter registration widget. It has a dark grey header with the text "VOLS REBRE EL NOSTRE BUTLLETÍ?". Below the header is a white input field with the placeholder text "Email". At the bottom of the widget is a blue button with the text "REGISTRAR-ME".

Il·lustració 16 - Widget per rebre butlletins

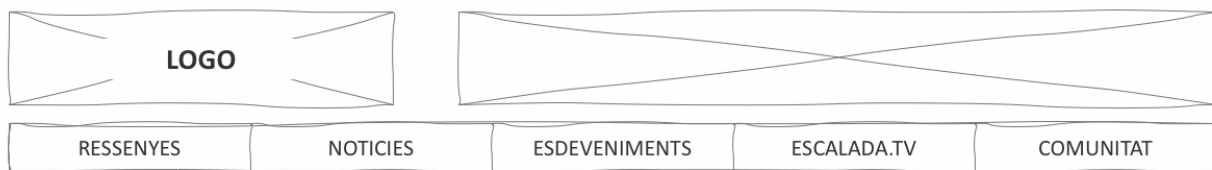
Com ja he explicat anteriorment, tot i no ser un objectiu a curt termini, si plantejo la funcionalitat d'anar recopilant dades dels usuaris per poder anar configurant una base de dades i així, quan es consideri oportú començar una estratègia de comunicació amb els usuaris.

## FOOTER

Al igual que el header, les opcions del footer son iguals per totes les pàgines. Aquí l'usuari trobarà sempre tres opcions:

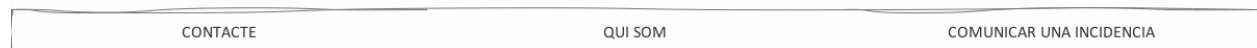
### CONTACTE

On l'usuari podrà enviar un correu per posar-se en contacte amb l'equip que gestionarà el site.



#### PER SI VOLS CONTACTAR AMB NOSALTRES

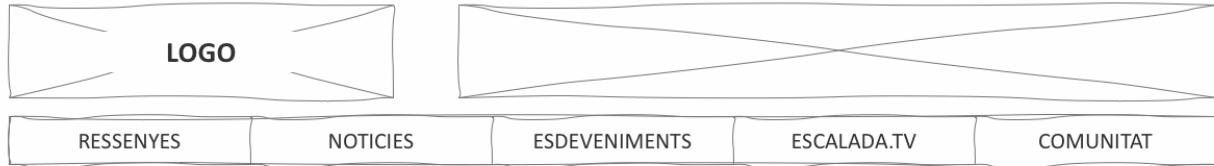
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum suscipit libero nec urna mollis, vel viverra enim ornare. In dapibus sapien interdum fringilla tristique. Nulla arcu turpis, hendrerit nec orci ac, accumsan rutrum tellus. Phasellus at aliquam mi. Maecenas ultricies urna quis lacus dapibus consectetur. In scelerisque nisi augue, nec sagittis velit accumsan a. Duis volutpat ex a sem auctor tempor. Nam eu erat ut purus bibendum maximus. In vel tincidunt lorem, sed fringilla magna. Morbi mollis venenatis nisi eu aliquet. Sed nec tortor ex.



Il·lustració 17 - Estructura footer

## QUIN SOM

Per explicar de manera pròxima i accessible qui hi ha al darrera d'aquest projecte.



59

### Ens presentem, aquest és l'equip que hi ha al darrera d'aquest projecte:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum suscipit libero nec urna mollis, vel viverra enim ornare. In dapibus sapien interdum fringilla tristique. Nulla arcu turpis, hendrerit nec orci ac, accumsan rutrum tellus. Phasellus at aliquam mi. Maecenas ultricies urna quis lacus dapibus consectetur. In scelerisque nisi augue, nec sagittis velit accumsan a. Duis volutpat ex a sem auctor tempor. Nam eu erat ut purus bibendum maximus. In vel tincidunt lorem, sed fringilla magna. Morbi mollis venenatis nisi eu aliquet. Sed nec tortor ex.

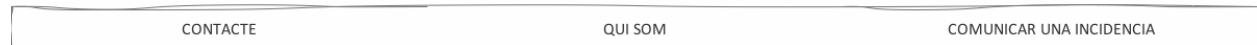
Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Fusce elit urna, ullamcorper ac ligula et, pharetra iaculis dolor. Sed convallis, **erat quis ultrices elementum, ante eros eleifend velit, vel condimentum ligula dolor ac nulla.** Etiam id ligula vitae est vehicula tincidunt. Aenean eleifend dui urna, non fermentum urna blandit id. Etiam et elit quis lorem tincidunt consectetur id ac lorem. Aenean interdum porta neque eget accumsan. In nisi lacus, vulputate non ex ut, luctus imperdiet urna.

Donec vitae urna non justo dignissim mollis sit amet sit amet augue. Vivamus massa urna, posuere tristique sapien at, cursus volutpat erat. Nam varius, elit id laoreet



Iacinia, ipsum ante commodo urna, ac iaculis elit urna id massa. Phasellus at egestas orci. Donec metus tortor, congue gravida elementum id, congue non orci. Proin interdum hendrerit porta. Aliquam mollis consectetur ante vel fermentum. Donec in ipsum in neque sagittis suscipit sit amet sit amet justo. Aliquam quis ante suscipit, ultrices magna in, pellentesque sem. In vel augue non enim accumsan mollis. Cras mattis mauris ut justo molestie tincidunt.

Curabitur accumsan ipsum sit amet turpis euismod ullamcorper. In condimentum felis quis iaculis elementum. Mauris interdum, dui id bibendum convallis, neque nunc bibendum nunc, et vehicula ipsum arcu vitae dolor. Phasellus ut diam iaculis, sollicitudin ipsum id, sollicitudin est. Mauris semper tellus leo, ac ultricies turpis posuere eu. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Maecenas sodales mollis felis, quis molestie augue commodo id. Mauris scelerisque nunc et maximus mattis. Sed augue quam, venenatis eget egestas nec, laoreet ac diam. Integer euismod enim a ipsum interdum, sed sagittis quam laoreet. Mauris vehicula consectetur sapien sit amet molestie. Maecenas consectetur arcu nec nulla sagittis, quis volutpat tellus tempor. Sed at pretium enim. Nam et tincidunt odio, sit amet pharetra ex.



Il·lustració 18 - Estructura pàgina 'Qui Som'

## COMUNICAR UNA INCIDÈNCIA

Tot i que l'usuari ja tindrà el formulari de contacte per posar-se en contacte, crec convenient que hi hagi una secció específica perquè l'usuari pugui reportar qualsevol tipus d'incidència que hagi localitzat al llarg del web. En aquest formulari trobarà un desplegable en el que haurà d'escollir quin tipus d'error o problema a trobat.



Il·lustració 19 - Estructura formulari per comunicar incidència

## ELEMENTS COMUNS

Al llarg de les diferents pàgines hi ha cert elements que es repeteixen. Bàsicament identifico dos clars exemples:

## POTENCIACIÓ DE LES XARXES SOCIALS

Els canals socials del projecte jugaran un paper molt important en la difusió dels continguts i la promoció de les diferents seccions. La idea és ser actiu en aquestes xarxes i aconseguir que un gran nombre de les visites del site arribin a través de plataformes socials. Aquesta relació amb les xarxes socials es farà de dos maneres diferents:

- **Botó per poder compartir** el contingut directament a les xarxes socials. Aquesta funcionalitat es trobarà únicament a les pàgines de detall del contingut: detall de notícies, detall de ressenya i detall de vídeo.



Il·lustració 20 - Funcionalitat compartir a les xarxes socials

- A partir del **widget social** on es promocionaran els canals socials propis del projecte. Aquest mòdul oferirà enllaços directes als diferents canals perquè els usuaris puguin seguir-los en qualsevol moment:
  - En una primera fase: Facebook, Twitter i enviament per correu.
  - Fase 2 i si es considera oportú: Google Plus i Sindicació de continguts.



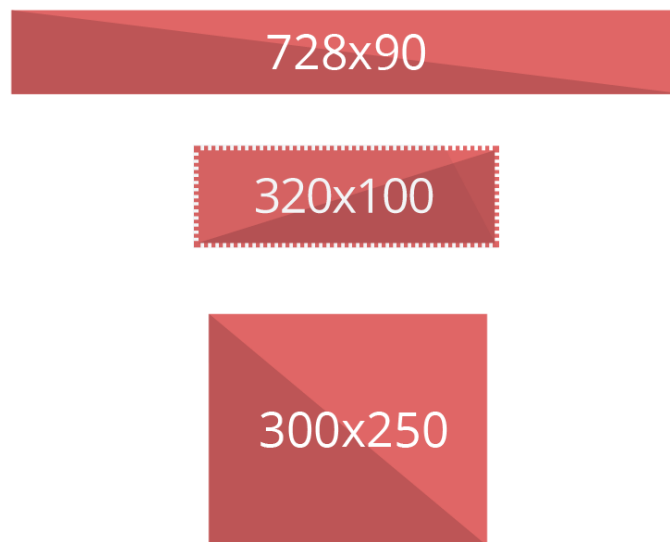
Il·lustració 21 - Widget segueix-nos a les xarxes socials

---

## BANNERS PUBLICITARIS

En aquesta primera fase he treballat amb tres formats de publicitat diferent:

- Banner **728x90** sempre en el header.
- Roba pàgina de **300x250**, sempre pels sidebar laterals.
- Banner de **320x100** per les vistes mòbils. Substitueix el de **728x90** en les vistes adaptades a pantalles inferiors a 480 píxels.

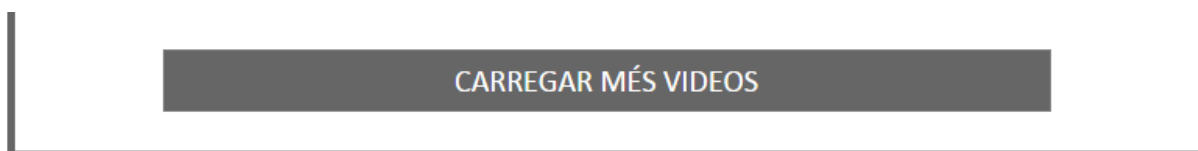


Il·lustració 22 - Formats publicitaris tipus banner

---

## PAGINADORS

Tots els mòduls que requereixin paginar tindran el mateix funcionament. La idea és carregar més contingut per ajax, deonant l'efecte del paginat infinit. Això vol dir que carrega més contingut a mesura que l'usuari va fent scroll o sol·licitant més informació.



Il·lustració 23 - Exemple paginador

## CAPÍTOL 5: SOLUCIÓ TECNOLÒGICA I PROPOSTA TÈCNICA

La solució tècnica pel desenvolupament del projecte consisteix en la implementació d'un gestor de continguts (CMS) que compleixi de manera òptima amb els requisits que he anat enumerant al llarg del projecte. A partir de la solució que implementi, es desenvoluparan mòduls ad hoc per cobrir totes les necessitats i característiques per cobrir tots els aspectes funcionals que es deriven de l'estudi de requeriments i disseny tècnic.

La solució tècnica ha de ser una eina que permeti al projecte ser dinàmic, créixer de forma modular i que garanteixi un manteniment àgil. Amb aquesta premissa crec que la plataforma més adient, per les seves característiques i pel coneixement que en tinc d'aquesta, és Wordpress. Es tracta d'una arquitectura de mercat sòlida i solvent que em permetrà satisfer totes les necessitats del projecte.

### JUSTIFICACIÓ DE LA SOLUCIÓ TECNOLÒGICA

Wordpress és una solució tecnològica *open source* sobre la qual es poden programar noves funcionalitats, mitjançant el desenvolupament de nous plugins. El fet de disposar d'una base o nucli de codi lliure, fa que el seu desenvolupament sigui més ràpid i menys costós. Al igual que el seu manteniment, que degut a la gran comunitat de desenvolupadors fa que sigui ràpid, àgil i segur. Wordpress disposa de milers de plugins gratuïts generats per la comunitat, dels que caldrà fer un anàlisi per veure quins em serviran per tirar el projecte endavant.

Un valor afegit molt important que té aquesta solució tecnològica es que periòdicament es van publicant actualitzacions del nucli de l'aplicació, que permet



incorporar noves funcionalitats, introduir millores de rendiment i evitar vulnerabilitats detectades.

## CONTENT MANAGEMENT ESCOLLIT

En el mercat digital actual existeix una gran varietat de gestors de contingut (CMS – *content management system*). Per fer la selecció m'he guiat sota dos grans conceptes: és *open source*, pel que no em suposa un cost de llicència, i té una alta quota d'ús i de rellevància.

En relació a la meua elecció, Wordpress és possiblement la millor opció per un site web petit. Al estar basat en la idea d'un blog, les seves funcionalitats giren al voltant d'aquesta idea, i permet de forma molt fàcil adaptar els continguts i les funcionalitats. És una plataforma molt fàcil d'instal·lar i d'utilitzar, de la que a més gaudeixo, per qüestions professionals, d'una àmplia experiència.

En relació a d'altres plataformes, i segons una taula comparativa de aspectes que ofereixen els CMS i la seva valoració en relació als principals CMS, Wordpress surt molt ben posicionat per l'ús que jo li vull donar:

| ASPECTO DEL CMS                           | PESO | Liferay 6 | Drupal 7  | Wordpress 3 | Joomla 1.5 | Plone 3.1 |
|---|------|-----------|-----------|-------------|------------|-----------|
| Facilidad de Instalación / Administración | *    | Bien      | Excelente | Excelente   | Bien       | Regular   |
| Facilidad de uso                          | *    | Bien      | Bien      | Excelente   | Bien       | Bien      |
| Potencia gráfica y estructural            | ***  | Excelente | Excelente | Excelente   | Excelente  | Excelente |
| Gestión de usuarios y workflow            | ***  | Bien      | Bien      | Regular     | Excelente  | Excelente |
| Funcionalidad Web 2.0                     | **   | Excelente | Excelente | Excelente   | Bien       | Bien      |
| Posibilidades de extensión e Integración  | **   | Excelente | Excelente | Excelente   | Excelente  | Excelente |
| Seguridad                                 | **   | Bien      | Bien      | Regular     | Bien       | Excelente |
| Soporte, tamaño de la comunidad           | *    | Bien      | Excelente | Excelente   | Excelente  | Excelente |
| Soporte nativo semántico (RDF, RDFa, ...) | **** | Regular   | Bien      | Regular     | Regular    | Regular   |
| Plataforma                                | **   | Java      | PHP       | PHP         | PHP        | Python    |

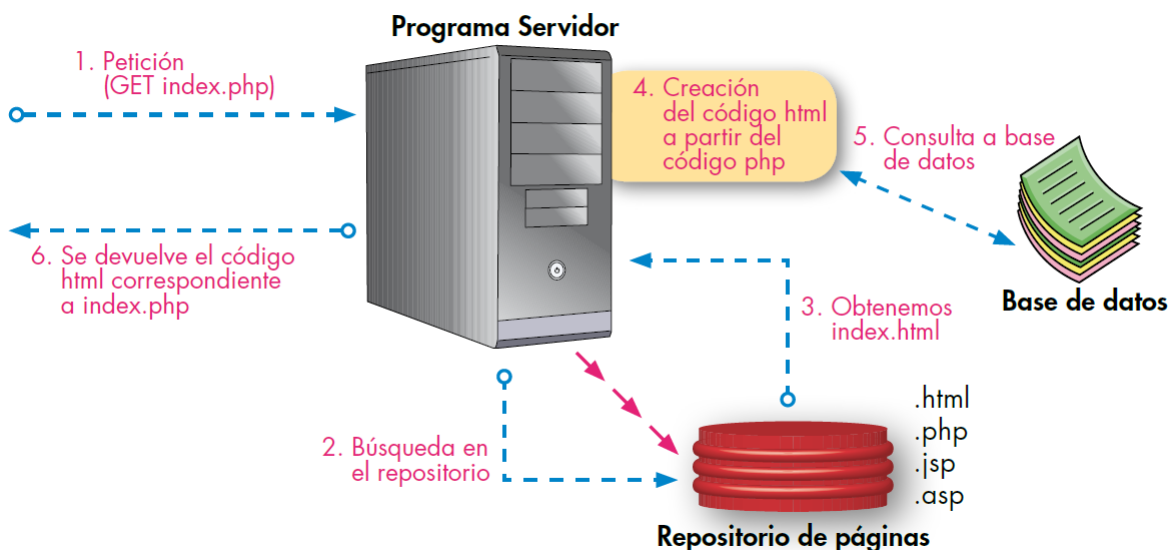
Taula 5 - Comparativa funcionalitats en els CMS més comuns

Font: datos.gob.es | estudio de plataformas tecnológicas

La resposta a perquè vull treballar amb un CMS crec que és molt clara: facilitar la feina. Aquests gestors, i en especial Wordpress crec que té molt ben resolta aquesta petició, faciliten molt la feina alhora de crear i actualitzar contingut. Potser no és una plataforma que des de un punt de vista tècnic tingui una estructura ben feta, ni que segueixi una criteris d'eficiència de sistemes clara, però sí que aconseguix uns resultats de funcionalitat molt positius.

## LLENGUATGES TÈCNICS DEL PROJECTE

Una pàgina web treballa de la següent manera: primer l'usuari, també conegut com costat client, fa una petició des del seu ordinador cap a una URL. Aquesta petició es resol mitjançant els DNS i arriba al servidor, també conegut com costat servidor. Aquest processa la informació que se li ha demanat, si es tracta d'informació aquí també es fan les consultes cap a la base de dades, i retorna un codi cap al costat client que aquest interpreta. Aquest procediment, explicat molt de forma general, queda explicat en la següent imatge:



Il·lustració 24 - Diagrama funcionament pàgina web

Si parlem de llenguatges que entren en aquest joc en aquest diagrama, i que per tant seran els que faré servir en el meu projecte, aquests són:

---

#### COSTAT SERVIDOR

- **Php.** Aquest és el llenguatge que farem servir al servidor.
- **Mysql.** Per consultes a la base de dades. Necessito una base de dades (BBDD) per gestionar tota la informació, ja que la informació es consultarà de forma dinàmica cada vegada que l'usuari faci una consulta.
- **Sistemes de caché.** Per optimitzar les consultes i el rendiment del servidor, hi haurà sistemes de memòria cau.

---

#### COSTAT CLIENT (ORINADOR DEL USUARI)

- **HTML.** És el llenguatge estàndard per a realitzar pàgines web. Aquest llenguatge és compartit per tots els navegadors.
- **CSS.** Llenguatge cascada d'estil. És l'encarregat de donar forma, color i posició als elements html.
- **JS.** El codi javascript és l'encarregat de donar comportaments (moviment i animacions) als elements html.

#### FORMULARIS I VALIDACIONS

Tots els formularis del site tindran una doble validació:

- **Per Javascript** es farà una primera validació dels camps que es demanen. Al costat client es pot controlar que la informació que es demana a l'usuari segueixi els patrons i requeriments necessaris.
- **En base dades.** Un cop arribi la informació al servidor també es comprovarà que aquesta és correcta.

---

## ERRORS

En tots dos casos, i sempre que hi hagi problemes en el contingut que ha entrat l'usuari o en la funcionalitat que intenta fer, es mostrarà una alerta o error en pantalla.

67

## PLAYER PER LA SECCIÓ ESCALADA.TV

Com que els players són un element molt complex tècnicament, degut a les limitacions i complexitats que planteja el mercat tals com: navegadors que suporten o no flash, dispositius que només accepten HTML5... La millor opció, i per la que apostaré, és per la de utilitzar un Player amb reconeixement de mercat. La solució que he escollit és JWPlayer: una solució de mercat contrastada i sòlida que m'ofereix les funcionalitats que necessito. La meva idea és tenir un Player propi en el meu site i servir sempre vídeos de tercers. En aquest Player hi configuraré publicitat en format pre-roll els ingressos dels quals seran per el meu site. No allotjaré cap vídeo propi en el servidor del site ni en cap CDN, pel que inicialment només considero treballar amb vídeos de tercers de Youtube i de Vimeo.

- És un reproductor de vídeo opensource
- Mateix codi per servir el reproductor en Flash o HTML
- Suport multinavegador.
- Suport multiformat
- Existeix una versió de plugin de Wordpress
- Serveix vídeos de Youtube i de Vimeo, que són les principals plataformes amb les que vull treballar.

## CONEXIONS AMB PLATAFORMES EXTERNES

Com ja he presentat a l'arquitectura de continguts, aquest projecte tindrà tres apartats que requeriran de connexions amb plataformes externes. Aquestes seran: el detall de les ressenyes, la predicció del temps / butlletí d'allaus i la secció de notícies.

---

### DETALL DE RESSENYES

Aquí realment no existeix una connexió amb plataformes externes que requereixin d'un desenvolupament adhoc. El que trobarà l'usuari a la pàgina detall d'una ressenya és tot un seguit d'enllaços directe a la pàgines detall de blogs externs.

---

### PREDICCIÓ DEL TEMPS I/O BUTLLETÍ D'ALLAUS

Una funcionalitat que vull oferir en el site és la de mostrar en funció de la paret o la zona de la que l'usuari estigui consultant informació la previsió del temps o el butlletí d'allaus relacionat. Això ho faré relacionant sempre les zones amb una població o muntanya que és la que faré servir per fer les consultes via API. Un cop l'usuari consulti quelcom relacionat amb aquesta zona es podrà cridar el widget del temps o del butellí fàcilment.

Així la idea és, per exemple, relacionar collbató amb la zona Montserrat Sud. Així, qualsevol informació que l'usuari consulti per aquesta zona podrà mostrar aquest widget.

La selecció de la plataforma amb la que treballaré per poder oferir aquesta informació encara no està feta. Caldrà fer un estudi de mercat i analitzar quines de les plataformes que van formar part de les respostes de l'enquesta tenen API i ofereixen els millors serveis.

En relació al butlletí d'allaus, possiblement la idea és posar directament un iframe o un enllaç directe en el pitjor dels casos, doncs possiblement cap dels serveis actuals té API.

---

## SECCIÓ DE NOTICIES

En aquesta secció la idea és consumir els continguts dels principals portals relacionats amb la pràctica de l'escalada i l'alpinisme. Per identificar els principals portals el que podem fer és recuperar les respostes de l'enquesta, i d'aquests a continuació mostro quins portals ofereixen públicament els seus continguts per sindicació:

- **Barrabes.** Aquest portal ofereix una única opció de sindicació sota el nom de 'Actualitat – Revista'. [Enllaç](#)
- **Desnivel** ofereix moltes opcions. Que em puguin interessar:
  - Titulars del dia
  - Roca
    - Escaladors i Competicions
  - Búlder
  - Alpinisme
  - Expedicions
  - Esquí
  - Excursionisme
  - Gel
- **Nació Muntanya.** Tot i que publicament no el mostra, he trobat el seu contingut [aquí](#).

Així doncs en aquesta secció del web caldrà programar com recuperar aquesta informació dels portals per pintar-la al propi site.

## EXPERIÈNCIA D'USUARI

Tot i ser un clàssic cada vegada més estès i utilitzat, i en molts cops molt mal implementat o resolt, sí m'agradaria fer menció a l'experiència d'usuari com un element central en la conceptualització d'escalada.cat. La conceptualització de la web i el plantejament de l'arquitectura de continguts els he plantejats a partir de la corrent acadèmica del disseny centrat en el usuari. Aquesta filosofia de disseny que s'ha adaptat al món web, simplement el que explica és que la creació del producte es fa pensant en l'usuari final, i no al revés, com ha estat costum des de que es van començar a crear entorns web.

És important mencionar-ho, doncs quan es faci (encara que no és subjecte d'aquest TFM) l'adaptació dels wireframes a un disseny de l'aplicatiu, caldrà no perdre de vista mai aquest valor.

## USABILITAT I ACCESSIBILITAT

El frontend de la web estarà construït mitjançant codi html, css i javascript i seguirà al màxim els estàndards web. Això no és més que un conjunt de recomanacions del world wide web consortium (w3c) i d'altres organitzacions internacionals sobre com crear i interpretar documents publicats a les xarxes web d'internet. Són un conjunt de tecnologies orientades a oferir beneficis a la major quantitat d'usuaris, assegurant la vigència de tot document publicat al web. L'objectiu és crear entorns web amb interfícies accessibles i que funcionin en qualsevol dispositiu d'accés a internet.

Els beneficis de l'ús d'estàndards web són, a mode de resum:

- **Universalitat.** Desenvolupant acord amb estàndards, no caldrà canviar el nostre html perquè s'adapti a multitud de plataformes (windows, mac, una pda, un mòbil, un lector de pantalla per a invidents, navegadors de veu per a usuaris tetraplègics, altres ajudes tècniques per a persones amb discapacitat, etc ...).
- **Portabilitat.** Completant el punt anterior, n'hi haurà prou que es canviï un arxiu css perquè puguem adaptar el nostre html a una gran varietat de dispositius, sense necessitat de reprogramar el web sencer. Això ho farem aprofitant els avantatges que permeten els atributs en les etiquetes de vinculació css.
- **Reducció de pes.** Els documents que separen aparença de contingut fan servir menys codi. A més, css permet aconseguir efectes que abans requerien el javascript i imatges, de manera que els llocs basats en estàndards utilitzen menys ample de banda i es mostren més ràpid als usuaris, millorant enormement l'experiència d'aquests.
- **Millora de la indexació en cercadors.** Els documents basats en xhtml vàlid són més rellevants per als motors de cerca, contenen més informació i menys codi, de manera que un lloc basat en estàndards web tindrà un millor posicionament.
- **Accessibilitat.** Construir sota estàndards web és la base angular per a la construcció web accessible. La majoria de pautes d'accessibilitat de tots els nivells (a, aa i aaa) fan referència a l'ús semàntic de les etiquetes i atributs d'xhtml, a més de la separació entre el contingut (xhtml) i la presentació (css).
- **Escalabilitat.** Xhtml és una aplicació de xml, de manera que el contingut pot ser processat de moltes formes, permetent la creació de llocs extensibles.



- **Òptim manteniment.** Un lloc basat en estàndards web mostrarà una major consistència visual. Gràcies a l'ús de xhtml per al contingut i css per a l'aparença, es pot transformar ràpidament un lloc, sense importar que es tracti d'una pàgina web o un portal amb milers d'arxius, realitzant canvis en un sol lloc.

En aquest sentit, la maquetació de la plataforma escalada.cat complirà els criteris definits per la wai al wcag 2.0 (<http://www.w3.org/wai/>). Es preveu utilitzar les recomanacions de maquetació i estructuració de dades adequades per a l'optimització en el posicionament a google. Per això, les plantilles compliran les millors pràctiques per facilitar la indexació de continguts per tots els cercadors.

Optaré per fer una navegació genèrica amb html, pel que intentaré no tenir cap objecte flash per la pàgina, oferint així una experiència completa a aquells dispositius incompatibles amb els objectes flash (apple bàsicament).

### SUPORT MULTINAVEGADOR

Desenvoluparé el nou portal escalada.cat perquè pugui ser correctament reconegut pels següents navegadors: mitjançant proves automàtiques i manuals:

- Internet explorer 10 i superiors
- Mozilla firefox 4 i superiors
- Chrome 2 i superiors
- Safari 3 i superiors
- Opera 9 i superiors

---

## EXCEPCIONS

Per a versions de navegadors obsolets proposo fer un missatge d'alerta per explicar a l'usuari que amb aquesta versió de navegador que pretén visitar la web no tindrà una experiència optimitzada i el convidaré a renovar-se la versió.

## RESPONSIVE WEB DESIGN

Com ha quedat clar per les respostes recollides a les enquestes, i perquè les dades empíriques del consum de webs així ens ho indiquen cada vegada més, les noves plataformes han d'estar orientades des del seu començament al anomenat disseny web adaptatiu o responsive web design (rwd). L'objectiu del responsive web design (descriu pel consorci w3c el 2008 en la seva recomanació "mobile web best practices") suposa crear una estructura de pàgina web flexible capaç d'adaptar-se a la mida de la pantalla en què es visualitza. Això permet que el contingut sigui còmode d'usar des de suports diferents com per exemple PC, tablets i smartphones. El contingut s'adapta gràcies a l'ús d'HTML i fulls d'estil CSS, que a partir de media queries fan que els elements es posicionin en funció de l'amplada de la pantalla amb la que es consulta. Si considero que la informació a mostrar ha de ser diferent quan es consumeix la pàgina amb un dispositiu o amb un altre, també podré fer servir la variable user-agent que els navegadors envien quan un usuari realitza una petició al servidor. Aquesta dada em permetrà modular l'experiència, no només a nivell compositiu (amb una vista específica per a cada dispositiu), sinó també seleccionant el contingut i el criteri de ponderació que més s'ajusti a aquest dispositiu si és necessari.

La plataforma estarà orientada i s'adaptarà perfectament als navegadors dels tres dispositius principals de consum: l'ordinador, els smartphones i els tablets.

Un model basat en RWD beneficia a l'usuari perquè li permet una experiència més agradable i més còmode; però a la vegada -i prenent més força cada vegada- les solucions RWD tenen un impacte positiu en tot allò que té a veure en optimització de les cerques, doncs es considera que els llocs que utilitzen el responsive estan en una situació molt més bona per mantenir la seva rellevància i per estar més ben posicionats.

Degradació correcta i consolidació progressiva són dos aspectes molt importants quan es parla de RWD. La degradació correcta té un fort impacte en l'atractiu visual del disseny d'un lloc web i determina com un site actua de manera adient en diferents navegadors. La consolidació progressiva és la tècnica pel qual el dissenyador crea el lloc web de manera que sigui més fàcil d'usar. Millora progressiva també permetrà més llibertat perquè l'usuari tingui una experiència més personalitzada i agradable a la pàgina web.

## DOMINI

Aquest projecte respondrà sota el domini:

---

**[WWW.ESCALADA.CAT](http://WWW.ESCALADA.CAT)**

---

I aquest serà el nom perquè engloba:

- La temàtica de la que tracta la plataforma.
- Sintetitza en un únic concepte tot l'espectre de contingut que es pot buscar en referència a aquesta activitat: alta muntanya, alpinisme, crestes, escalada esportiva, escalada clàssica, boulder, bloc, psicobloc, rocòdroms, ... Tots aquests conceptes no s'entenen sense el terme escalada.

- Al ser .cat denota el caràcter digital i tecnològic del projecte.
- També delimita l'enfoc territorial del projecte (catalunya i els seus entorns territorials).
- Ja dispo del domini (un avantatge del que gaudeixo des de fa uns anys).

## SEO I OPTIMITZACIÓ WEB

El posicionament orgànic en els cercadors ha de complir amb l'objectiu d'incrementar la visibilitat al web i captar nous usuaris per termes o keywords genèriques o de contingut. Per assegurar un òptim posicionament del web en els resultats de cerca als principals motors de cerca, es treballaran les tècniques internes (on page) en matèria de seo. Els punts que tractaré són:

- **Urlfriendly.** Totes les pàgines tindran una url única i amigable: entenedora, de fàcil lectura i que faciliti el posicionament i la memorització per part dels usuaris i dels rastrejadors.
- Incorporació de **keywords, title i descriptions.** Totes les pàgines tindran el seu propi grup de meta etiquetes correctament especificades.
- **Codi html.** Amb l'objectiu de l'accessibilitat, el web haurà de complir amb els estàndards w3c en l'adequació del codi als requisits dels motors de cerca en matèria de:
  - Metadades (titles, descriptions, keywords, jerarquia h1, h2, h3 i etiquetatge d'imatges ("alt")).
  - Errors (tractament correcte d'errors 200, 404, 410).

- Càrrega de pàgina. S'optimitzarà el codi html per evitar temps de càrrega elevats que puguin suposar una barrera per a la navegació dels usuaris
- **Sitemap.xml i robots.txt.** El site tindrà un sitemap amb llenguatge xml que es pujarà a l'eina gratuïta google webmaster tools amb les urls del site i s'actualitzarà quan es creïn nous continguts o es modifiqui els existents. A nivell de robots.txt s'establiran directives de disallow a urls que no siguin rellevants per a la seva indexació o que no vulgui indexar, tals com els directoris de la part del backend.
- **Accessibilitat.** Es desenvoluparà el web tenint en compte els estàndards w3c, una comunitat internacional que marca els protocols i pautes que assegurin el creixement futur d'una web promovent la visió d'una web única (estàndard). L'accessibilitat ha de permetre l'accés a una web i als seus continguts de manera igualitària independentment de la discapacitat física o tecnològica de l'usuari.

Altres característiques que tindre en compte, i que estan totalment relacionades amb el seo són:

- Revisar periòdicament les eines google webmaster tools i google analytics
- Es farà un redireccionament 301 perquè el web sense www redireccioni al web amb www. Aquesta acció evitarà que dupliqui contingut.
- Implementaré un sistema de cache amb la creació d'un subdomini per allotjar les imatges estàtiques, fulls d'estils i fitxers javascript per afavorir la velocitat de càrrega del web.

- Es tindrà especial atenció a que el rati de contingut sobre codi sigui òptim per a que els cercadors trobin contingut rellevant al web, prestant especial atenció a la maquetació.
- Controlar atentament a partir del google webmaster tools qualsevol tipus d'error i solucionar-lo quan abans.

## ANALALÍTICA DIGITAL I AVALUACIÓ DE RESULTATS

L'analítica i l'avaluació dels resultats és un exercici que faré regularment un cop surti a producció el projecte. L'objectiu és clar: **aportar conclusions i extreure propostes de millora per poder ajudar a la presa de decisions estratègiques pel projecte.**

Aquest anàlisi el faré a partir d'eines com:

- **Google Analytics.** Evidentment el portal web comptarà amb un identificador per monitoritzar les mètriques que ofereix aquesta potent eina.
- **Google Webmaster tools.** Eina indispensable per controlar els error i possibles problemes d'indexació del portal.

## ALLOTJAMENT I CONNECTIVITAT

La plataforma estarà allotjada en una plataforma tecnològica de tipus lamp (linux-apache-mysql-php) amb servidor de proxy-caché.

Com tots els projectes digitals, la idea es treballar -en un primer moment- amb dos entorns:

---

### LOCAL (WWW.ESCALADA.LOCAL)

És l'entorn on es treballarà el projecte, es faran les millores, ...

---

### PRODUCCIÓ (WWW.ESCALADA.CAT)

Un cop el desenvolupament estigui correctament testejat es pujarà a producció, que és l'entorn real que visiten els usuaris.

Per suportar correctament les visites i per alleugerar al servidor de càrrega de peticions contemplo la necessitat de configurar correctament dintre de la solució tecnològica un sistema de memòria cau.

## CAPÍTOL 6: PRESENTACIÓ PROTOTIPATGE ALTA DENSITAT

Després de la primera aproximació que he fet en la presentació de l'arquitectura de continguts, i un cop arribat a aquest punt del projecte, s'ha de fer un exercici per aproximar encara més la conceptualització del projecte a la realitat. En aquest sentit, i per poder avaluar correctament la usabilitat del site web he preparat uns prototips d'alta definició. Aquesta feina s'ha basat en l'elaboració d'una aproximació als models que hauria de tenir la interfície del site un cop el projecte tingui forma. Aquest exercici m'hauria de permetre identificar possibles mancances o errors conceptuals de funcionalitat, i poder aterrar tots aquells conceptes que he anat definint al llarg del projecte.

79

### ARBRE DE NAVEGACIÓ DEL SITE

L'arquitectura de continguts és la que he definit des de l'inici del projecte amb l'excepció de que hi ha dues seccions a les que no s'ha donat forma, donat que encara no tinc molt clara quina ha de ser la seva funció però sobretot perquè n'estic valorant l'adequació d'aquestes seccions al projecte. En qualsevol cas, **aquestes dues seccions que són els Esdeveniments i la Comunitat, quedarien relegades a una segona fase de producció del projecte.**

### PROTOTIP NAVEGABLE

A la següent direcció web<sup>2</sup> trobareu un prototipatge d'alta densitat navegable per totes les seccions del site i per la majoria de funcionalitats. Aquest exercici ja inclou alguns dels comportament que s'espera que tingui el site.

---

## WIREFRAMES NAVEGABLES DEL PROJECTE

---

---

<sup>2</sup> Si no pots fer clic a l'enllaç et pots adreçar directament a aquesta URL: <http://www.escalada.cat/TFM/WF/home.html>



## PROTOTIP RESPONSIVE

Cal destacar que **els wireframes navegables també són responsive**, essent així una aproximació al comportament que haurien de tenir les diferents seccions del site quan aquest esdevingui una realitat, ja que la maquetació serà adaptativa. Per fer una simulació d'aquest comportament, he preparat els wireframes responsive sota 3 amplades:

- Pantalla amb una amplada superior als 1024px.
- Pantalla amb una amplada inferior als 1024px (Correspondria a tablettes en landscape).
- Pantalla amb una amplada inferior als 480px (correspondria a dispositius mòbils).

Sóc conscient de que faltarien moltes mediaqueries, però amb aquest exercici el que he volgut fer és representar el comportament que hauria de tenir la maqueta.

---

## *ELS WIREFRAMES SÓN RESPONSIVE*

---

## PORTADA

LOGO

728x90

RESSENYES

NOTICIES

ESDEVENIMENTS

ESCALADA.TV

COMUNITAT

CERCADOR DE RESSENYES

DISCIPLINA

VIA LLARGA

ESPORTIVA

CRESTA

BLOC

ALPINISME

TOTES LES ZONES

BAIX EMPORDÀ

ALT EMPORDÀ

ALT URGELL

ALTA RIBAGORÇA

BERGUEDA

CERDANYA

ESCALES

LLAUSET

MARESME

MONTSERRAT

També pots buscar pel nom de la via o de la zona

Escriu el nom de la via que vols trobar...

BUSCAR

Última hora

**Nova regulació a la zona de port Ginesta**

NOTICIES D'ACTUALITAT

Eduarne Pasaban y los hermanos Benegas volcados en ayudar a Nepal  
<http://www.desnivel.com/>

Rubén Díaz encadena 8C y 9a en tres semanas: "¿Polivalencia? Más bien ganas, motivación e inquietud"  
<http://www.desnivel.com/>

Voluntarios del club Peñalara retiran media tonelada de basura del Puerto de Navacerrada  
<http://www.desnivel.com/>

Eduarne Pasaban y los hermanos Benegas volcados en ayudar a Nepal  
<http://www.desnivel.com/>

VEURE MÉS NOTICIES

SEGUEIX-NOS A LES XARRES SOCIALS

Escalada.CAT

M'agrada Tagrada.

A tu i a 36.895 més us agrada Escalada.CAT

Complement social de Facebook

ESCALADA.TV

Salt base a la Dent du Geant  
24 visualitzacions

Escalada a les grans parets del Cervino  
33 visualitzacions

Salt base a la Dent du Geant  
24 visualitzacions

Escalada a les grans parets del Cervino  
33 visualitzacions

Salt base a la Dent du Geant  
24 visualitzacions

Escalada a les grans parets del Cervino  
33 visualitzacions

VEURE MÉS VÍDEOS

300x250

COMUNITAT

ESDEVENIMENTS

CONTACTE

QUI SOM

COMUNICAR UNA INCIDENCIA

VOLS REBRE EL NOSTRE BUTLLETÍ?

Email

REGISTRAR-ME

## SECCIÓ RESSENYES



728x90



### BUSCADOR DE RESSENYES QUÈ BUSQUES?

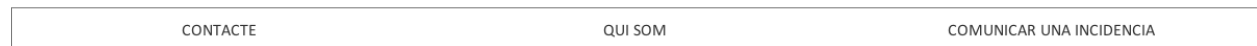
CRITERIS DE CERCA

|                   |                        |                      |
|-------------------|------------------------|----------------------|
| <b>DISCIPLINA</b> | <b>TOTES LES ZONES</b> | <b>EQUIPAMENT</b>    |
| VIA LLARGA        | BAIX EMPORDÀ           | EQUIPADA             |
| ESPORTIVA         | ALT EMPORDÀ            | SEMI-EQUIPADA        |
| CRESTA            | ALT URGELL             | DESEQUIPADA          |
| BLOC              | ALTA RIBAGORÇA         |                      |
| ALPINISME         | BERGUEDA               | <b>TIPUS DE ROCA</b> |
|                   | CERDANYA               | CALCÀRIA             |
|                   | ESCALES                | CONGLOMERAT          |
|                   | LLAUSET                | GNEIS                |
|                   | MARESME                | GRANIT               |
|                   | MONTSERRAT             | PISSARRA             |

SI HO PREFEREIXES POTS BUSCAR PEL NOM DE LA VÍA O DE LA ZONA

BUSCAR

728x90



## SEGON PAS



728x90



< TORNAR AL BUSCADOR

VIA LLARGA ▼ MONTSERRAT ▼ SEMI-EQUIPADA ▼ TIPUS DE ROCA ▼

**HEM TROBAT 177 VIES PEL TEU CRITERI DE CERCA**

LA TEVA CERCA HA ESTAT: **VIA LLARGA SEMI-EQUIPADA A MONTSERRAT**

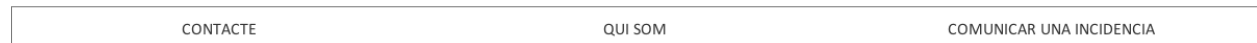
**AQUÍ T'OFERIM EL LLISTAT DE PARETS AMB EL NÚMERO DE VÍES CORRESPONENT**

Fes clic sobre el nom per veure el llistat de les vies

|                       |                       |                      |
|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| AERI (4)              | DIABLES (4)           | SANT BENET (12)      |
| AGULLES (65)          | ECOS (6)              | SANT JERONI (5)      |
| ALBARDA (7)           | FLAUTATS (2)          | SANTA CECILIA (9)    |
| CAN JORBA (11)        | FRARES ENCANTATS (12) | SERRAT DEL MORO (11) |
| COLLBATÓ (23)         | GORROS (2)            |                      |
| CLOT DE LA MÓNICA (3) | LA PLANTACIÓ (1)      |                      |



300x250



## TERCER PAS



|           |          |               |             |           |
|-----------|----------|---------------|-------------|-----------|
| RESSENYES | NOTICIES | ESDEVENIMENTS | ESCALADA.TV | COMUNITAT |
|-----------|----------|---------------|-------------|-----------|

< TORNAR AL BUSCADOR

### 11 VIES D'ESCALADA A LA PARET DE CAN JORBA (MONTSERRAT)

LA TEVA CERCA HA ESTAT: VIA LLARGA SEMI-EQUIPADA A CAN JORBA (MONTSERRAT)

#### Integral Entre Linies - Aresta Brucs a Can Jorba

Via Llarga - Conglomerat - Equipada - V superior - 220 metres

#### Sol Solet a la Miranda de Can Jorba

Via Llarga - Conglomerat - Equipada - IV+ (D) - 130 metres

#### Aresta Brucs a la Miranda de Can Jorba

Via Llarga - Conglomerat - Desequipada - IV - 100 metres

#### Escabroni Escapullini a Can Jorba

Via Llarga - Conglomerat - Equipada - V - 125 metres

#### Integral Glòria - Aresta Brucs a Can Jorba

Via Llarga - Conglomerat - Equipada - V superior - 215 metres

#### Bego-Miguel-Kush a l'Agulla de Can Jorba

Via Llarga - Conglomerat - Equipada - V - 240 metres

#### Integral Entre Linies - Aresta Brucs a Can Jorba


Via Llarga - Conglomerat - Equipada - V superior - 220 metres

VEURE MÉS RESULTATS



|          |         |                          |
|----------|---------|--------------------------|
| CONTACTE | QUI SOM | COMUNICAR UNA INCIDENCIA |
|----------|---------|--------------------------|

## QUART PAS O PÀGINA DE DETALL DE LA RESERVA

728x90

RESSENYES NOTÍCIES ESDEVENIMENTS ESCALADA.TV COMUNITAT

< TORNAR AL BUSCADOR

### 11 RESSENYES DE LA VIA

#### INTEGRAL ENTRE LÍNIES - ARESTA BRUCS A CAN JORBA

ZONA: **MONTSERRAT - CAN JORBA** 23 COMENTARIS

#### FITXA TÈCNICA

- Conglomerat
- Via Llarga
- Equipada
- Valoració
- V Superior
- 220 metres

#### INFORMACIÓ ÚTIL

- RESSENYA
- Aproximació Google Maps

#### HAS ESCALAT AQUESTA VIA?

Valora la via del 1 al 10

Del 1 (gens) al 10 (molt)

#### MÉS INFORMACIÓ

- ESCALATRONCS
- XARLI-NATURA 100
- BLOG DEL GUILLEM
- SISBEMESSANAPREN
- BLOG DEL GUILLEM
- ESCALATRONCS
- XARLI-NATURA 100
- BLOG DEL GUILLEM
- SISBEMESSANAPREN

TENS AQUESTA VIA AL TEU BLOG? VOLS QUE EL TEU BLOG APAREGUI EN AQUESTA LLISTA?

#### Tiempo Collbató

41.57°N 1.83°E, 389m s.n.m.

| Sáb     | Dom     | Lun     | Mar     | Mié     | Jue     | Vie     |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 23/5    | 24/5    | 25/5    | 26/5    | 27/5    | 28/5    | 29/5    |
| 22 °C   | 23 °C   | 23 °C   | 23 °C   | 24 °C   | 25 °C   | 24 °C   |
| 9 °C    | 10 °C   | 13 °C   | 10 °C   | 8 °C    | 11 °C   | 11 °C   |
| 34 km/h | 29 km/h | 32 km/h | 32 km/h | 35 km/h | 37 km/h | 28 km/h |
| 28 km/h | 21 km/h | 23 km/h | 35 km/h | 24 km/h | 29 km/h | 20 km/h |
| 8 mm    | 8 mm    | 8 mm    | 9 mm    | 9 mm    | 9 mm    | 9 mm    |
| 0%      | 18%     | 21%     | 33%     | 2%      | 3%      | 3%      |

300x250

#### 23 COMENTARIS

##### DEIXA UN COMENTARI

El teu NOM

El teu CORREU ELECTRÒNIC (no es publicarà)

El teu COMENTARI

ENVIAR EL COMENTARI

**JAUME** >> Fa 4 hores

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean nunc justo, varius sit amet molestie quis, suscipit a libero. Vivamus nec viverra nisl. Quisque nec commodo lectus. Curabitur rhoncus feugiat tortor, maximus blandit dui porta semper. Vivamus pharetra ipsum felis, a tincidunt orci porta nec. Praesent ac porta magna. Aliquam erat volutpat. Quisque efficitur massa quis feugiat condimentum. Suspendisse augue dolor, varius sit amet magna at, mollis convallis ipsum. Ut massa massa, scelerisque cursus eleifend nec, tincidunt quis nibh. Duis eleifend erat in nunc ultrices aliquam. Sed feugiat massa sed ex accumsan, a viverra dui feugiat. Pellentesque vel semper orci.

**CARLES** >> Fa 9 hores

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean nunc justo, varius sit amet molestie quis, suscipit a libero. Vivamus nec viverra nisl. Quisque nec commodo lectus. Curabitur rhoncus feugiat tortor, maximus blandit dui porta semper. Vivamus pharetra ipsum felis, a tincidunt orci porta nec. Praesent ac porta magna. Aliquam erat volutpat. Quisque efficitur massa quis feugiat condimentum. Suspendisse augue dolor, varius sit amet magna at, mollis convallis ipsum. Ut massa massa, scelerisque cursus eleifend nec, tincidunt quis nibh. Duis eleifend erat in nunc ultrices aliquam. Sed feugiat massa sed ex accumsan, a viverra dui feugiat. Pellentesque vel semper orci.

CARREGAR MÉS COMENTARIS

300x250

CONTACTE QUI SOM COMUNICAR UNA INCIDENCIA

## NOTICIES



728x90

86

|           |                 |               |             |           |
|-----------|-----------------|---------------|-------------|-----------|
| RESSENYES | <b>NOTICIES</b> | ESDEVENIMENTS | ESCALADA.TV | COMUNITAT |
|-----------|-----------------|---------------|-------------|-----------|



**Edurne Pasaban y los hermanos Benegas volcados en ayudar a Nepal**  
<http://www.desnivel.com/>



**La Federación Navarra se hace cargo del Refugio de Belagua por 20 años; se procede a su rehabilitación y posterior apertura**  
<http://www.barrabes.com/>

**Rubén Díaz encadena 8C y 9a en tres semanas: "¿Polivalencia? Más bien ganas, motivación e inquietud"**  
<http://www.desnivel.com/>

**Voluntarios del club Peñalara retiran media tonelada de basura del Puerto de Navacerrada**  
<http://www.desnivel.com/>

**Rubén Díaz encadena 8C y 9a en tres semanas: "¿Polivalencia? Más bien ganas, motivación e inquietud"**  
<http://www.desnivel.com/>

**Voluntarios del club Peñalara retiran media tonelada de basura del Puerto de Navacerrada**  
<http://www.desnivel.com/>

**Edurne Pasaban y los hermanos Benegas volcados en ayudar a Nepal**  
<http://www.desnivel.com/>



### SEGUEIX-NOS A LES XARXES SOCIALS



A tu i a 36.895 més us agrada Escalada.CAT



Complement social de Facebook

VEURE MÉS RESULTATS

CONTACTE

QUI SOM

COMUNICAR UNA INCIDENCIA

## PÀGINA DETALL DE NOTÍCIES



Eduarne Pasaban y los hermanos Benegas volcados en ayudar a Nepal  
<http://www.barrabes.com/>

23 COMENTARIS



Viernes, 22 de Mayo de 2015

Eduarne Pasaban y los hermanos Benegas han unido sus esfuerzos para ayudar a los nepalés a recuperarse tras el terremoto. Su objetivo es llevar materia básico a las zonas afectadas antes de que llegue el monzón y emplear a porteadores locales para reactivar la economía del país.

4.000 personas, distribuidas en 550 casas, han recibido material de ayuda para cubrir sus necesidades básicas antes de que lleguen las lluvias del monzón y compliquen —todavía más— su delicada situación tras el terremoto. Este es el resultado de la alianza entre Eduarne Pasaban y los hermanos Benegas para ayudar a Nepal a recuperarse.

CONTINUAR LLEGINT

SEGUEIX-NOS A LES XARXES SOCIALS

Escalada.CAT  
M'agrada T'agrada.

A tu i a 36.895 més us agrada Escalada.CAT

Complement social de Facebook

23 COMENTARIS

**DEIXA UN COMENTARI**

El teu NOM

El teu CORREU ELECTRÒNIC (no es publicarà)

El teu COMENTARI

ENVIAR EL COMENTARI

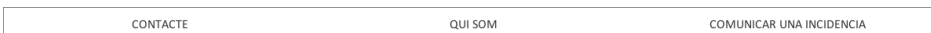
JAUME >> Fa 4 hores

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean nunc justo, varius sit amet molestie quis, suscipit a libero. Vivamus nec viverra nisl. Quisque nec commodo lectus. Curabitur rhoncus feugiat tortor, maximus blandit dui porta semper. Vivamus pharetra ipsum felis, a tincidunt orci porta nec. Praesent ac porta magna. Aliquam erat volutpat. Quisque efficitur massa quis feugiat condimentum. Suspendisse augue dolor, varius sit amet magna at, mollis convallis ipsum. Ut massa massa, scelerisque cursus eleifend nec, tincidunt quis nibh. Duis eleifend erat in nunc ultrices aliquam. Sed feugiat massa sed ex accumsan, a viverra dui feugiat. Pellentesque vel semper orci.

CARLES >> Fa 9 hores

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean nunc justo, varius sit amet molestie quis, suscipit a libero. Vivamus nec viverra nisl. Quisque nec commodo lectus. Curabitur rhoncus feugiat tortor, maximus blandit dui porta semper. Vivamus pharetra ipsum felis, a tincidunt orci porta nec. Praesent ac porta magna. Aliquam erat volutpat. Quisque efficitur massa quis feugiat condimentum. Suspendisse augue dolor, varius sit amet magna at, mollis convallis ipsum. Ut massa massa, scelerisque cursus eleifend nec, tincidunt quis nibh. Duis eleifend erat in nunc ultrices aliquam. Sed feugiat massa sed ex accumsan, a viverra dui feugiat. Pellentesque vel semper orci.

CARREGAR MÉS COMENTARIS





## ESCALADA.TV



728x90

|           |          |               |                    |           |
|-----------|----------|---------------|--------------------|-----------|
| RESSENYES | NOTICIES | ESDEVENIMENTS | <b>ESCALADA.TV</b> | COMUNITAT |
|-----------|----------|---------------|--------------------|-----------|



| ESCALADA  | ALPINISME  | MUNTANYA   | SKIMO   |
|---|--|--|---|
| <br><b>Salt base a la Dent du Geant</b><br>24 visualitzacions | <br><b>Escalada a les grans parets del Cervino</b><br>33 visualitzacions | <br><b>Fet Dry Tolling per la roca</b><br>12 visualitzacions | <br><b>Escalada a Montserrat, una jornada increïble</b><br>24 visualitzacions |
| <br><b>Salt base a la Dent du Geant</b><br>24 visualitzacions | <br><b>Escalada a les grans parets del Cervino</b><br>33 visualitzacions | <br><b>Fet Dry Tolling per la roca</b><br>12 visualitzacions | <br><b>Escalada a Montserrat, una jornada increïble</b><br>24 visualitzacions |
| <br><b>Salt base a la Dent du Geant</b><br>24 visualitzacions | <br><b>Escalada a les grans parets del Cervino</b><br>33 visualitzacions | <br><b>Fet Dry Tolling per la roca</b><br>12 visualitzacions | <br><b>Escalada a Montserrat, una jornada increïble</b><br>24 visualitzacions |
| <br><b>Salt base a la Dent du Geant</b><br>24 visualitzacions | <br><b>Escalada a les grans parets del Cervino</b><br>33 visualitzacions | <br><b>Fet Dry Tolling per la roca</b><br>12 visualitzacions | <br><b>Escalada a Montserrat, una jornada increïble</b><br>24 visualitzacions |

CARREGAR MÉS VIDEOS



SEGUEIX-NOS A LES XARXES SOCIALS


**Escalada.CAT**  
M'agrada T'agrada.

A tu i a 36.895 més us agrada Escalada.CAT

Complement social de Facebook


|          |         |                          |
|----------|---------|--------------------------|
| CONTACTE | QUI SOM | COMUNICAR UNA INCIDENCIA |
|----------|---------|--------------------------|

## PÀGINA DETALL DEL VÍDEO

728x90

RESSENYES NOTÍCIES ESDEVENIMENTS ESCALADA.TV COMUNITAT

04/10/2015  
**DRY TOOLING ALS ALPS PER UN PARELL DE SONATS**  
CATEGORIA: ESCALADA



23 comentaris


Duració: 03:40 24 visualitzacions

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean nunc justo, varius sit amet molestie quis, suscipit a libero. Vivamus nec viverra nisi. Quisque nec commodo lectus. Curabitur rhoncus feugiat tortor, maximus blandit dui porta semper. Vivamus pharetra ipsum felis, a tincidunt orci porta nec. Praesent ac porta magna. Aliquam erat volutpat. Quisque efficitur massa quis feugiat condimentum. Suspendisse augue dolor, varius sit amet magna at, mollis convallis ipsum. Ut massa massa, scelerisque cursus eleifend nec, tincidunt quis nibh.

ETIQUETES: **DRY TOOLING, ALPS, VIA LLARGA**


300x250

SEGUEIX-NOS A LES XARXES SOCIALS




Escalada.CAT  
Magari! Tagada.

A tu i a 36.898 més us agrada Escalada.CAT




Comparteix social de Facebook


VIDEOS RELACIONATS




Salt base a la Dent du Geant  
24 visualitzacions




Escalada a les grans parets del Cervino  
33 visualitzacions




Fet Dry Tolling per la roca  
12 visualitzacions




Escalada a Montserrat, una jornada increïble  
24 visualitzacions




Salt base a la Dent du Geant  
24 visualitzacions



Escalada a les grans parets del Cervino  
33 visualitzacions



Fet Dry Tolling per la roca  
12 visualitzacions



Escalada a Montserrat, una jornada increïble  
24 visualitzacions

VEURE MÉS VÍDEOS

300x250

23 comentaris

DEIXA UN COMENTARI

ENVIAR EL COMENTARI

JAUME >>> Fa 4 hores

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean nunc justo, varius sit amet molestie quis, suscipit a libero. Vivamus nec viverra nisi. Quisque nec commodo lectus. Curabitur rhoncus feugiat tortor, maximus blandit dui porta semper. Vivamus pharetra ipsum felis, a tincidunt orci porta nec. Praesent ac porta magna. Aliquam erat volutpat. Quisque efficitur massa quis feugiat condimentum. Suspendisse augue dolor, varius sit amet magna at, mollis convallis ipsum. Ut massa massa, scelerisque cursus eleifend nec, tincidunt quis nibh. Duis eleifend erat in nunc ultrices aliquam. Sed feugiat massa sed ex accumsan, a viverra dui feugiat. Pellentesque vel semper orci.

CARLES >>> Fa 9 hores

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean nunc justo, varius sit amet molestie quis, suscipit a libero. Vivamus nec viverra nisi. Quisque nec commodo lectus. Curabitur rhoncus feugiat tortor, maximus blandit dui porta semper. Vivamus pharetra ipsum felis, a tincidunt orci porta nec. Praesent ac porta magna. Aliquam erat volutpat. Quisque efficitur massa quis feugiat condimentum. Suspendisse augue dolor, varius sit amet magna at, mollis convallis ipsum. Ut massa massa, scelerisque cursus eleifend nec, tincidunt quis nibh. Duis eleifend erat in nunc ultrices aliquam. Sed feugiat massa sed ex accumsan, a viverra dui feugiat. Pellentesque vel semper orci.

CARREGAR MÉS COMENTARIS

CONTACTE QUI SOM COMUNICAR UNA INCIDENCIA

89

Wireframe 9 - Detall Escalada.TV

## FOOTER

### CONTACTE



|           |          |               |             |           |
|-----------|----------|---------------|-------------|-----------|
| RESSENYES | NOTICIES | ESDEVENIMENTS | ESCALADA.TV | COMUNITAT |
|-----------|----------|---------------|-------------|-----------|

#### PER SI VOLS CONTACTAR AMB NOSALTRES

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum suscipit libero nec urna mollis, vel viverra enim ornare. In dapibus sapien interdum fringilla tristique. Nulla arcu turpis, hendrerit nec orci ac, accumsan rutrum tellus. Phasellus at aliquam mi. Maecenas ultricies urna quis lacus dapibus consectetur. In scelerisque nisi augue, nec sagittis velit accumsan a. Duis volutpat ex a sem auctor tempor. Nam eu erat ut purus bibendum maximus. In vel tincidunt lorem, sed fringilla magna. Morbi mollis venenatis nisi eu aliquet. Sed nec tortor ex.

#### FORMULARI DE CONTACTE

El teu COMENTARI



|          |         |                          |
|----------|---------|--------------------------|
| CONTACTE | QUI SOM | COMUNICAR UNA INCIDENCIA |
|----------|---------|--------------------------|

## QUIN SOM



728x90

|           |          |               |             |           |
|-----------|----------|---------------|-------------|-----------|
| RESSENYES | NOTICIES | ESDEVENIMENTS | ESCALADA.TV | COMUNITAT |
|-----------|----------|---------------|-------------|-----------|

91

### Ens presentem, aquest és l'equip que hi ha al darrera d'aquest projecte:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum suscipit libero nec urna mollis, vel viverra enim ornare. In dapibus sapien interdum fringilla tristique. Nulla arcu turpis, hendrerit nec orci ac, accumsan rutrum tellus. Phasellus at aliquam mi. Maecenas ultricies urna quis lacus dapibus consectetur. In scelerisque nisi augue, nec sagittis velit accumsan a. Duis volutpat ex a sem auctor tempor. Nam eu erat ut purus bibendum maximus. In vel tincidunt lorem, sed fringilla magna. Morbi mollis venenatis nisi eu aliquet. Sed nec tortor ex.

Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Fusce elit urna, ullamcorper ac ligula et, pharetra iaculis dolor. Sed convallis, **erat quis ultrices elementum, ante eros eleifend velit, vel condimentum ligula dolor ac nulla.** Etiam id ligula vitae est vehicula tincidunt. Aenean eleifend dui urna, non fermentum urna blandit id. Etiam et elit quis lorem tincidunt consectetur id ac lorem. Aenean interdum porta neque eget accumsan. In nisi lacus, vulputate non ex ut, luctus imperdiet urna.

Donec vitae urna non justo dignissim mollis sit amet sit amet augue. Vivamus massa urna, posuere tristique sapien at, cursus volutpat erat. Nam varius, elit id laoreet



lacinia, **ipsum ante commodo urna, ac iaculis elit urna id massa. Phasellus at egestas orci. Donec metus tortor, congue gravida elementum id, congue non orci.** Proin interdum hendrerit porta. Aliquam mollis consectetur ante vel fermentum. Donec in ipsum in neque sagittis suscipit sit amet sit amet justo. Aliquam quis ante suscipit, ultrices magna in, pellentesque sem. In vel augue non enim accumsan mollis. Cras mattis mauris ut justo molestie tincidunt.

Curabitur accumsan ipsum sit amet turpis euismod ullamcorper. In condimentum felis quis iaculis elementum. Mauris interdum, dui id bibendum convallis, neque nunc bibendum nunc, et vehicula ipsum arcu vitae dolor. Phasellus ut diam iaculis, sollicitudin ipsum id, sollicitudin est. Mauris semper tellus leo, ac ultricies turpis posuere eu. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Maecenas sodales mollis felis, quis molestie augue commodo id. Mauris scelerisque nunc et maximus mattis. Sed augue quam, venenatis eget egestas nec, laoreet ac diam. Integer euismod enim a ipsum interdum, sed sagittis quam laoreet. Mauris vehicula consectetur sapien sit amet molestie. Maecenas consectetur arcu nec nulla sagittis, quis volutpat tellus tempor. Sed at pretium enim. Nam et tincidunt odio, sit amet pharetra ex.

|          |         |                          |
|----------|---------|--------------------------|
| CONTACTE | QUI SOM | COMUNICAR UNA INCIDENCIA |
|----------|---------|--------------------------|

### Wireframe 11 - Detall Qui Som

## COMUNICAR UNA INCIDÈNCIA



|           |          |               |             |           |
|-----------|----------|---------------|-------------|-----------|
| RESSENYES | NOTICIES | ESDEVENIMENTS | ESCALADA.TV | COMUNITAT |
|-----------|----------|---------------|-------------|-----------|

### VOLS COMUNICAR-NOS UNA INCIDENCIA?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum suscipit libero nec urna mollis, vel viverra enim ornare. In dapibus sapien interdum fringilla tristique. Nulla arcu turpis, hendrerit nec orci ac, accumsan rutrum tellus. Phasellus at aliquam mi. Maecenas ultricies urna quis lacus dapibus consectetur. In scelerisque nisi augue, nec sagittis velit accumsan a. Duis volutpat ex a sem auctor tempor. Nam eu erat ut purus bibendum maximus. In vel tincidunt lorem, sed fringilla magna. Morbi mollis venenatis nisi eu aliquet. Sed nec tortor ex.

#### REPORTAR UNA INCIDÈNCIA

  
  
REGULACIÓ PERMÍS ESCALADA



|          |         |                          |
|----------|---------|--------------------------|
| CONTACTE | QUI SOM | COMUNICAR UNA INCIDENCIA |
|----------|---------|--------------------------|

Wireframe 12 - Detall Comunicar una incidència

## CAPÍTOL 7: ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING

És important que el site, el seu llançament i la seva promoció segueixi una estratègia. A grans trets aquest projecte vol aconseguir esdevenir en:

- Consolidació de la marca Escalda.CAT
- Espai de referència per la comunitat on anar a cercar informació relacionada amb les pràctiques de l'Escalda i l'Alpinisme.
- Punt de cerca per ressenyes.

Per aconseguir aquests objectius cal que el portal no perdi mai la capacitat d'actualització però sobretot, cal que tingui una bona rebuda per la comunitat. De les respostes de l'enquesta, i dels contactes personals dintre del món de l'escalda, crec que aquest projecte gaudirà de bona rebuda, doncs ocuparà un espai que no esta ocupat ni definit. El que és un factor molt positiu.

### PRESENTACIÓ D'UN PLA DE LLANÇAMENT

La publicació del site anirà acompanyada d'un pla de llançament, per intentar potenciar i maximitzar –en la mesura del possible- l'impacte del projecte. Per fer-ho es consideren diferents punts:

- **Activació dels canals socials** per començar a generar so i moviment a les xarxes socials.
- **Impactar als influencers** d'aquest sector. Això ho aconseguiríem fent un petit exercici de relacions públiques i intentar impactar a persones molt influents dintre d'aquest món perquè en facin ressò als seus mitjans o canals socials (personatges com els germans Pou, Kilian Jornet, Ramonet, ...).

- Fer una **nota de premsa** que es farà arribar als **mitjans especialitzats**.
- Fer una **nota de premsa** que es farà arribar als **mitjans generalistes**.
- Possibilitat de fer **adhesius** i posar-los als llibres de piades<sup>3</sup>.
- **Vinils** per portar a la furgoneta. En aquest món de la muntanya són molt habituals les furgonetes. Es podria preparar un disseny atractiu que algunes persones considerin a posar-se a la furgoneta.
- **Adwords**. Una possibilitat, encara que de moment no es contempla, és fer una inversió econòmica al sistema de publicitat que ofereix Google. Tot i que es podria disposar d'alguns vals regal inicials, aposto més a que l'estratègia passi per consolidar un creixement orgànic de la plataforma que no pas de pagament.

---

## SINÈRGIES AMB POSSIBLES ACTORS

Serà clau pel manteniment i actualització dels continguts la participació dels usuaris. Però també apostaré per intentar col·laboracions de forma més regulars amb algunes persones interessades en aquestes pràctiques esportives i que de forma altruista estiguin disposades a donar un cop de mà. Ja sigui actualitzant continguts o fent difusió del projecte.

---

## PLANS D'EXPANSIÓ O CREIXEMENT

Si el portal funciona i la comunitat va creixent voldrà dir que el projecte és sostenible i viable. Pel que dues possibles vies d'expansió que podria tenir serien:

---

<sup>3</sup> Les piades són llibres que es poden trobar normalment als bars més pròxims a zones conegudes d'escalada on la gent deixa els seus comentaris i valoracions.

- **Augmentar l'àrea d'influència de les ressenyes.** Això vol dir que es podrien ampliar les zones i les vies.
- **Incloure vídeos de pagament.** Com ja he avançat en la definició del projecte, actualment hi ha un bon nombre de Fires i Festivals de documentals i pel·lícules de muntanya. En moltes ocasions visualitzar aquestes produccions és molt difícil, ja que per drets no estan en lliure disposició. Una idea seria crear una plataforma per distribuir sota pagament (*Pay Per View*) material audiovisual.

## PUBLICITAT

Crec que el projecte ha de tenir des del seu inici suports publicitaris en les seves pàgines. Sense abusar-ne i en cap cas utilitzant formats intrusius. Tot i que és un projecte iniciat per bona voluntat i de forma altruista, que no busca el retorn econòmic ni el convertir-ho en una empresa, crec interessant que hi hagi una possible via de retorn de la inversió inicial. I aquesta opció de posar suports publicitaris crec que és la millor manera perquè de forma progressiva es pugui donar aquest retorn.

Els formats de publicitat que treballaré seran:

- **Banners estàndars.** Aquests estarien sempre a les mateixes posicions i a la majoria de pàgines que conformen el site web.
- **Pre-rolls.** Tot i que els vídeos que es serviran a la secció Escalada.TV són de tercers i estaran allotjats en la seva immensa majoria a Youtube o Vimeo (i possiblement ja tinguin incorporada publicitat en aquell reproductor), plantejo la utilització d'un Player (JWPlayer) que em permet incloure prerolls abans de servir els vídeos. Això em permetria cobrar per aquestes visualitzacions de contingut.



## CREACIÓ ESTRATÈGIA XARXES SOCIALS

Les xarxes socials són un mitjà molt potent de comunicació que ens permet parlar de forma molt més directe , pròxima i immediata al nostre públic objectiu. I això és el que ha de fer aquest projecte. És indispensable que Escalada.CAT tingui canals de comunicació social, doncs en aquestes plataformes –i com queda contrastat amb els resultats de les enquestes- aquests canals tenen un gran ús i acceptació entre la comunitat. Per tant, Escalada.CAT tindrà:

- Usuari a **Twitter**
- Pàgina a **Facebook**
- Usuari a **Instagram**

Aquestes canals seran de la marca, i per tant no tindran cap vinculació directa amb el meu nom personal. La gestió d'aquests canals també la faré de forma autònoma, i fins i tot intentaré que altres persones també tinguin els accessos per poder actualitzar i pujar nova informació. Això hauria de ser així doncs és important la immediatesa i la proximitat en aquests nous canals de comunicació, pel que la possibilitat de incloure nous recursos humans sempre ajudarà al bon fer del projecte.

---

## BLOQUEIG I REGISTRE DE PERFILS

Per tal de garantir l'estratègia d'ús de les xarxes socials, i encara que inicialment algunes de les xarxes no les explotí, el que si faré és bloquejar el nom Escalada.CAT a:

- **Google plus**
- **Youtube**

## POSSIBLE RETURN DE LA INVERSIÓ

Tot i que d'una manera molt aproximada, he volgut fer un petit exercici d'estimació de possibles ingressos a partir dels suports publicitaris que contemplo que tingui el site. Bàsicament són 3 espais que seran transversals al site:

- Banner superior
- Banner lateral superior
- Banner lateral inferior

Aquesta estimació la faig en base a que només tindrè inicialment els suports publicitaris en format banner. Com comentava en un punt anterior, la idea és tenir publicitat en el Player que tiri els vídeos de la secció Escalada.TV, però això serà a mitjà termini. En qualsevol cas, per aquest primer exercici, contemplo uns ingressos per suports publicitaris en format banner a partir del preu CPM (cost per cada mil impressions dels anuncis):

| Banner                              | Preu CPM | Pàgines vistes mensuals |                 |                 |                   |                   |
|-------------------------------------|----------|-------------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|
|                                     |          | 500                     | 1.000           | 2.500           | 5.000             | 10.000            |
| Superior                            | 12,00 €  | 6,00                    | 12,00           | 30,00           | 60,00             | 120,00            |
| Lateral superior                    | 6,00 €   | 3,00                    | 6,00            | 15,00           | 30,00             | 60,00             |
| Lateral Inferior                    | 6,00 €   | 3,00                    | 6,00            | 15,00           | 30,00             | 60,00             |
| <b>Estimació ingressos mensuals</b> |          | <b>12,00 €</b>          | <b>24,00 €</b>  | <b>60,00 €</b>  | <b>120,00 €</b>   | <b>240,00 €</b>   |
| <b>TOTAL ANUAL (12 mesos)</b>       |          | <b>144,00 €</b>         | <b>288,00 €</b> | <b>720,00 €</b> | <b>1.440,00 €</b> | <b>2.880,00 €</b> |

Taula 6 - Estimació ingressos per publicitat format banner

El preu del CPM és un valor estimat que he tret de la cerca per la xarxa i de les impressions d'alguns usuaris. En base a aquesta estimació, puc veure que necessito unes 5.000 pàgines vistes mensuals per aconseguir uns ingressos anuals de 1.440€.

Això significaria cobrir la inversió inicial en tres anys. Això sense tenir en compte els costos dels possibles manteniments que segur aniran sortint.

**L'objectiu seria aconseguir un mínim d'uns 3.000€ anuals**, això em permetria invertir en possibles millores i poder oferir una plataforma competent i actualitzable sempre a les darreres tendències i necessitats. I, evidentment, si en algun moment puc fer d'aquest projecte una font d'ingressos addicionals, doncs també seria benvinguda.

És per això que caldrà explotar al màxim els diferents formats i models publicitaris que existeixin al mercat i les noves formes que en surtin. Com deia inicialment, tot i que aquesta estimació està feta únicament sobre formats publicitaris tipus banner, la idea és a mitjà termini és incloure prerolls i mòduls de publicitat relacional amb altres sites per poder aconseguir amplificar al màxim els ingressos que derivin d'aquest site.

## CAPÍTOL 8: LÍNIES DE FUTUR

### SECCIONS 'ESDEVENIMENTS' I 'COMUNITAT'

Aquestes dues seccions no estan definides i per tant no les he inclòs en la definició funcional ni en els wireframes. Tot i que per fer el pressupost, com ja he comentat en aquella secció sí que les he tingut en compte, estimant un esforç determinat per cadascuna de les dues seccions.

Respecte la primera secció, i com un pensament que m'ha vingut aquestes darreres setmanes de feina, crec que potser el seu contingut podria estar recollit dintre de la secció de notícies o del mòdul notícies exprés, per tant com a secció no tindria sentit. A més, el seu manteniment és difícil, doncs no és fàcil mantenir un calendari d'esdeveniments d'una disciplina tan minoritària arreu del territori sempre actualitzat.

Pel que fa a la segona opció, la comunitat, també veig mancances a nivell de funcionalitats i servei que aquesta secció podria fer al projecte. Crec que aquesta secció podria ser clarament una millora de cara a una futura ampliació del site.

Per tant de moment, per aquesta entrega, he decidit deixar aquestes dues seccions sense concretar.

### WIDGET RESSENYES MÉS VISITADES, VALORADES O COMENTADES

En una segona fase del projecte més avançada, també em plantejaré la creació de certs widgets que permetin fer una estratègia relacional de continguts de forma transversal en el site. Amb la creació de widgets tals com les ressenyes més comentades, valorades o visitades, tindria la possibilitat de posar aquesta informació en altres pàgines del projecte. Cridant així l'atenció dels usuaris i aconseguint més pàgines vistes per usuari. Per tant més trànsit i més interacció. A part, seria un valor afegit per l'usuari molt interessant.

## SECCIÓ PERFIL USUARI

Una part important del site també serà la vinculació i funcionalitats que tindrà l'usuari, tals com: afegir una ressenya, escriure un comentari, el procés de registre, el procés de login i el procés de logout. Aquestes funcionalitats tampoc les he plantejat a la proposta. Deixo per més endavant, quan revisi la proposta per fer-la realitat, la conceptualització i estructura d'aquests espais. A més, aquesta funcionalitat a part d'oferir als usuaris poder interactuar amb la plataforma, també em serviran per poder tenir un control dels usuaris i pensar en possibles accions de màrqueting i comunicació.



## TEXTOS I AVISOS LEGALS

Les funcionalitats relacionades amb l'usuari que he identificat en el punt anterior portaran associades la creació d'una pàgina d'aspectes legals que haurà de ser accessible des de qualsevol punt del site. Segurament aquesta la posicionaré en el footer. De la mateixa manera que també faltará definir la pàgina de les cookies i l'explicació del seu ús. Aquesta també haurà de ser accessible.

## MILLORES EN L'EXPERIÈNCIA D'USUARI

Finalment, la darrera cosa que quedaria pendent és la de contrastar l'efectivitat d'alguns dels elements i de les funcionalitats que ofereix el site. Per exemple, a les pàgines de detall de les ressenyes, que és possiblement la pàgina més important del site, es podrien fer testos A//B o proves de funcionalitat d'usuaris per identificar possibles plantejaments erronis i poder aplicar així correccions.

En aquest sentit també es podrien analitzar les funcionalitats que ofereix el mòbil, poden ajustar la maqueta dels dispositius per mostrar menys informació i deixar només les funcionalitats que els usuaris demandin més en aquest tipus de dispositius.

## CAPÍTOL 9: CONCLUSIONS

Arribats a aquest punt vol dir que he aconseguit –tan bé com he pogut- portar a terme amb èxit el treball final de màster que m’havia plantejat. Amb tota la dedicació que he pogut –que ja reconec des d’aquest mateix moment que ha estat menys que la que inicialment preveia i la que m’hagués agradat fer-, he tirat aquest projecte endavant.

Com ja he esmentat a l’inici d’aquest llarg document poder donar-li forma a aquest portal és la culminació de les meves principals passions:

- Per una banda, la demostració dels coneixements adquirits al llarg d’aquest màster, que m’han servit per ampliar i consolidar molts dels coneixements que ja tenia, i per guanyar-ne de nous. Sempre relacionat amb la meva dedicació professional i les meves inquietuds digitals. Això m’ha fet confirmar que vull seguir dedicant-me a aquest camp professional. Sense cap mena de dubtes. El present és digital, i el futur necessita professionals que entenguin aquest nou paradigma.
- Per l’altra, he pogut perfil posar fil a l’agulla a un projecte que tenia en ment des de fa uns quants anys i que mai trobava el moment per fer-ho. Poder posar la primera gran pedra –doncs encara faltará el segon gran pas perquè aquest esdevingui una realitat, desenvolupar-lo- d’un projecte dedicat a la comunitat escaladora és una cosa que em fa especial il·lusió. Fa molts anys que dedico gran part del meu temps lliure a escalar o fer alta muntanya. I sempre he volgut aportar el meu petit gra de sorra en aquest univers tan gran de roca. I per fi, ara era el moment.

Per tant estic especialment content de poder haver portat aquest projecte endavant i que hagi arribat a bon port. Perquè lo important no és que, quan aquest projecte estigui online, funcioni bé i sigui sostenible a nivell econòmic. El primer objectiu i motiu pel qual vull que aquest projecte sigui una realitat és perquè vull oferir un nou servei. Això ja em farà feliç. Si a sobre, aquest servei el puc anar professionalitzant per ser encara més competent i funcional doncs millor. Per tant, agafo el compromís, com així he anat afirmant al llarg de tot el projecte, que durant el pròxim any faré d'aquest document una realitat. Esdevenint [www.escalada.cat](http://www.escalada.cat) en un servei web real per la comunitat escaladora i alpinista d'aquest país.

Canviant de tema, a nivell personal estic content d'haver cursat aquest màster. Va ser una aposta personal per poder obligar-me a tocar molts temes dels que tenia curiositat i inquietud i que de forma autoformativa anava coneixent. Em vaig apuntar per obligar-me a veure'ls tots de forma més completa. I efectivament ha estat la manera de guanyar un coneixement global que em dóna molta seguretat en l'àmbit laboral actualment. Segueixo pensant que compaginar un màster amb una dedicació completa laboral s'ha de saber portar, doncs a vegades tot i que tinguis voluntat per arribar a tot arreu, les forces o el propi temps no t'ho deixen fer. En qualsevol cas, acabo aquest màster amb bones sensacions i amb la convicció de que el coneixement adquirit m'ha ajudat tan professional com personalment.

## BIBLIOGRAFIA

- Clarisó, r. (2013) “introducció al treball final”. Apunts de la universitat oberta de catalunya.
- Rodríguez, j. R. (2013) “el treball final com a projecte”. Apunts de la universitat oberta de catalunya.
- Rodríguez, j. R. (2013) “la gestió del projecte al llarg del treball final”. Apunts de la universitat oberta de catalunya.
- Cestero, josé m (2011). Barrabés, el comercio electrónico sí que funciona. [data de consulta: 5 d'abril del 2015]  
<<http://www.pymesyautonomos.com/tecnologia/barrabes-el-comercio-electronico-si-que-funciona>>
- Viquipèdia. Història del muntanyisme a catalunya.  
<[http://ca.wikipedia.org/wiki/hist%C3%B2ria\\_del\\_muntanyisme\\_a\\_catalunya](http://ca.wikipedia.org/wiki/hist%C3%B2ria_del_muntanyisme_a_catalunya)>
- Grados de dificultad de un trayecto en alpinismo, escalada y vias ferratas.  
<<http://www.maldealtura.net/2014/01/formas-en-que-se-gradua-la-dificultad.html>>
- Rafael López monn “evolució i canvi de model del senderisme a catalunya: de l'associacionisme a l'activitat turística”. Universitat rovera i virgili. Unitat de geografia.
- Ferrer i frigola, Bernat. “catalunya, país d'associacions”. Revista òmnium . Tardor 2009 - número 12. Número 12



- Mobile web best practices. Consorci w3c. 2008.

[Http://www.w3.org/tr/mobile-bp/](http://www.w3.org/tr/mobile-bp/)


- Anna campins. La importancia seo de tener una web responsive. Inboundcycle  
<http://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/la-importancia-seo-de-tener-una-web-responsive>

- Estudio de plataformas tecnológicas. Datos.gob.es

[http://datos.gob.es/sites/default/files/files/2\\_cms\\_01.doc](http://datos.gob.es/sites/default/files/files/2_cms_01.doc)

## ANNEXOS

## ANNEX A: ENQUESTA



### Escalada.CAT

Volem fer realitat un nou projecte dedicat al món de l'escalada i l'alpinisme. Totalment amateur, amb la voluntat d'ajudar a la comunitat i posar les coses -a tots els amants d'aquestes pràctiques esportives- una mica més fàcils.

Abans de començar, ens agradaria poder conèixer les vostres necessitats. Ens ajudes contestant aquesta ràpida enquesta?

Gràcies anticipades :-)

**Consultes a internet informació relacionada amb la pràctica de l'escalada i/o l'alpinisme?**

Sí  
 No

**Des de quin dispositiu acostumes a consultar aquesta informació?**

PC o Ordinador de sobretaula  
 Portàtil  
 Tauleta (per exemple, un iPad)  
 Mòbil  
 Otro:

**A quins mitjans consultes majoritàriament aquesta informació?**

Sabem que és difícil marcar només una opció per fila, però ens ajudarà a entendre millor quins són els nostres comportaments. La idea és respondre: "On busco per internet les ressenyes? Majoritàriament a Blogs Personals"... Sí?

|                               | Blogs Personals       | Revistes especialitzades | Botigues especialitzades | Federació             | Club o Entitat        | Marques               | Facebook              |
|-------------------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ressenyes                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Notícies d'actualitat         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Actes o esdeveniments         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Compro material de primera mà | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Compro material de segona mà  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Amb relació amb gent          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**Vols afegir algun comentari respecte la pregunta anterior?**

**Podries enumerar 3 portals on busques ressenyes?**

**Consultes les ressenyes des del mòbil?**

Sempre  
 A vegades  
 Mai

**Tens alguna aplicació de mòbil relacionada amb la muntanya i l'esport?**

Sí  
 No

**En cas afirmatiu, quina?**

**Podries enumerar 3 portals d'informació de referència?**

Portals d'informació general que consultes habitualment relacionats amb el món de l'escalada

**Consultes la previsió meteorològica abans de fer una sortida?**

- Sempre
- Gairebé sempre
- Només quan ho recordo
- Mai

**Si consultes la previsió meteorològica, on ho fas?**

- El tiempo
- Meteo.cat
- Meteoblue
- Accuweather
- M'ho diu el mòbil i no sé d'on treu la informació
- Aemet
- Otro:

**Saps on mirar el butlletí d'allaus?**

Només aplica quan prepares una sortida amb neu

- No
- Si

**Estaries disposat a pagar (preu assequible) per poder veure documentals i/o pel·lícules relacionades amb la muntanya per internet?**

- Si
- No
- Otro:

**Has comprat alguna vegada material d'escalada / alpinisme per internet?**

- Si
- No

**Podries enumerar 3 botigues de material online?**

**Has comprat material d'escalada de segona mà per internet?**

- Si
- No

**Si ho has fet, podries dir-nos a través de quina plataforma?**

**Finalment, què t'agradaria trobar a Escalada.CAT?**

Enviar

100%: has terminado.

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

## RESULTATS I VALORACIÓ DE LES ENQUESTES

A continuació intentaré fer una revisió, pregunta per pregunta, de les respostes que han donat els participants. L'objectiu és trobar informació interessant que em pugui servir per definir millor el present projecte i també veure si algunes de les idees preconcebudes que tinc són errònies o van en la bona línia.

---

### CONSULTES A INTERNET INFORMACIÓ RELACIONADA AMB LA PRÀCTICA DE L'ESCALADA I/O L'ALPINISME?

El 100% dels enquestats han dit que sí.

---

#### VALORACIÓ

És la resposta que esperava. Avui en dia el medi digital s'ha convertit en una eina molt potent quan prepares una sortida. La immediatesa i la facilitat que ofereix aquest nou canal ha fet que els hàbits tradicional s'adaptin a aquest nou medi.

---

### A QUINS MITJANS CONSULTES MAJORITÀRIAMENT LES RESSENYES?

|                          |    |
|--------------------------|----|
| BLOGS PERSONALS          | 42 |
| CLUB O ENTITAT           | 3  |
| REVISTES ESPECIALITZADES | 1  |
| BOTIGUES ESPECIALITZADES | 1  |

---

#### VALORACIÓ

Aquests resultats confirmen la hipòtesi que tenia inicialment: els blogs personals s'han convertit en els llocs de referència on la gent va a buscar ressenyes. Aquesta dada és bàsica, doncs una part molt important d'aquest nou projecte es reforçarà en aquest contingut.

---

## A QUINS MITJANS CONSULTES MAJORITÀRIAMENT LES NOTÍCIES D'ACTUALITAT?

|                          |    |
|--------------------------|----|
| REVISTES ESPECIALITZADES | 26 |
| FACEBOOK                 | 10 |
| CLUB O ENTITAT           | 5  |
| BLOGS PERSONALS          | 3  |
| FEDERACIÓ                | 2  |
| BOTIGUES ESPECIALITZADES | 1  |

---

## VALORACIÓ

Sorprèn que facebook tingui una representació tan gran. A les revistes especialitzades hagués estat la resposta esperada, però ha sorgit fb amb gran potència. Caldrà tenir present aquest nou mitjà alhora de fer la proposta de continguts pel que fa a les notícies d'actualitat.

---

## A QUINS MITJANS CONSULTES MAJORITÀRIAMENT ACTES O ESDEVENIMENTS?

|                          |    |
|--------------------------|----|
| FACEBOOK                 | 18 |
| CLUB O ENTITAT           | 12 |
| REVISTES ESPECIALITZADES | 9  |
| FEDERACIÓ                | 3  |
| BLOGS PERSONALS          | 2  |
| SENSE RESPONDRE          | 2  |
| BOTIGUES ESPECIALITZADES | 1  |

---

## VALORACIÓ

Com a la resposta anterior, facebook ha desbancat a l'opció esperada i més tradicional, els clubs. A la gent li arriba abans el calendari d'actes o esdeveniments per facebook que pels mitjans tradicionals.



---

### A QUINS MITJANS CONSULTES MAJORITÀRIAMENT COMPRO MATERIAL DE PRIMERA MÀ?

|                          |    |
|--------------------------|----|
| BOTIGUES ESPECIALITZADES | 40 |
| SENSE RESPONDRE          | 3  |
| MARQUES                  | 2  |
| REVISTES ESPECIALITZADES | 1  |
| BLOGS PERSONALS          | 1  |

---

## VALORACIÓ

Era la resposta esperada, el material es compra a les botigues especialitzades. Remarcar que aquesta resposta s'emmarca dintre dels mitjans digitals, pel que vol dir que les botigues que venen material tenen una presència digital forta i funcional.

---

### A QUINS MITJANS CONSULTES MAJORITÀRIAMENT COMPRO MATERIAL DE SEGONA MÀ?

|                          |    |
|--------------------------|----|
| FACEBOOK                 | 13 |
| SENSE RESPONDRE          | 12 |
| BOTIGUES ESPECIALITZADES | 11 |
| BLOGS PERSONALS          | 5  |
| CLUB O ENTITAT           | 3  |

|         |   |
|---------|---|
| MARQUES | 1 |
|---------|---|

---

### VALORACIÓ

De nou, Facebook es posiciona com una plataforma destacada pel que fa a la compra de material de segona mà. En aquest cas però, sí que era la resposta esperada, juntament amb botigues especialitzada, doncs hi ha algunes que s'estan desmarcant per fer aquest tipus de promocions o oferir espais en els seus entorns digitals perquè siguin els usuaris els propis impulsors.



---

### A QUINS MITJANS CONSULTES MAJORITÀRIAMENT EM RELACIONO AMB GENT?

|                |    |
|----------------|----|
| Facebook       | 18 |
| Club o entitat | 17 |
| Sense resposta | 7  |
| Blos personals | 3  |
| Marques        | 1  |
| Federació      | 1  |

---

### VALORACIÓ

Mateixa valoració que en els resultats anteriors, aquesta eina (facebook) s'ha convertit en un nou punt de relació i comunicació entre la comunitat. Fins abans de l'aparició d'aquesta eina i de les tic, la resposta aclaparadora hagués estat el club o entitat.



---

VOLS AFEGIR ALGUN COMENTARI RESPECTE LA PREGUNTA ANTERIOR (FA REFERÈNCIA A LES PREGUNTES DE LA 3 A LA 8)?

- “el material de segona mà a facebook i webs especialitzades.”
- “en quasi totes les preguntes jo ho faig via internet, google i busco les millors pàgines, enllaços, etc.”
- “us heu descuidat twitter. Les notícies d'actualitat, millor a twitter. És més immediat.”
- “faría falta un substitut de ressenya.net amb una cara totalment nova, més 2.0, més net, més minimalista. Com a desenvolupador web volia posar-m'hi però em falta temps, però puc donar un cop de mà si interessa.”
- “el material de segona mà el compro en pàgines dedicades a aquest fi.”
- “és difícil donar per bo un sol ítem, ja que sovint contrastes la informació, per estar-ne del tot ben informada.”

---

VALORACIÓ

Destacable la menció a twitter com a eina d'immediatesa.

---

PODRIES ENUMERAR 3 PORTALS ON BUSQUES RESSENYES

|                  |                   |                     |
|------------------|-------------------|---------------------|
| Escalatroncs     | La noche del loro | El silencio mineral |
| Paco crestas     | Madteam           | Barrabes            |
| Santllors        | Kpujo             | Ressenya.net        |
| Feec.cat         | Sisbemessanapren  | Infohielo           |
| Pirineos3000     | Wikiloc           | Caranorte           |
| Barranquismo.net | Descente-         | Lameteoqueviene     |

|                       |                       |                          |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|
|                       | canyon.com            |                          |
| Uecbarcelona          | Unmundressenyas       | El coleccionista de vies |
| Escalada per a tontos | Espacio locura y amor | 8anu                     |
| Reseña.es             |                       |                          |

---

### VALORACIÓ

Tot i que ja coneixia tots els resultats que han mencionat, aquesta llista em servirà per tenir un bon punt de partida quan comenci a desenvolupar la part de les ressenyes del nou projecte.

---

### CONSULTES LES RESSENYES DES DEL MÒBIL?

|           |    |
|-----------|----|
| A vegades | 35 |
| Mai       | 10 |
| Sempre    | 2  |

---

### VALORACIÓ

Aquest resultat simplement confirma la necessitat de que el site sigui completament responsive.

---

## TENS ALGUNA APLICACIÓ AL MÒBIL RELACIONADA AMB LA MUNTANYA?

|    |    |
|----|----|
| No | 26 |
| Si | 21 |

---

### VALORACIÓ

Interessant per veure que gairebé el 50% dels enquestats sí utilitzen algun tipus d'aplicació relacionada amb la muntanya.

---

## EN CAS AFIRMATIU, QUINA?

|                     |                  |            |
|---------------------|------------------|------------|
| Oruxmap             | Wikiloc          | Alpify     |
| Cimas               | Barranquismo.net | Aca.usa    |
| Descente-canyon.com | Weatherzone      | Desnivel   |
| Climbing app        | My tracks        | Movescount |
| Strava              |                  |            |

---

## VALORACIÓ

Aquests resultats em serviran de gran ajuda per fer un benchmark de l'ecosistema actual d'aplicacions, doncs algunes no les desconec i serà interessant per descobrir noves ofertes de contingut i serveis.

---

## PODRIES ENUMERAR 3 PORTALS D'INFORMACIÓ DE REFERÈNCIA?

|            |                |               |
|------------|----------------|---------------|
| Barrabes   | Vértic         | Ressenyes.cat |
| Madteam    | Desnivel       | Feec          |
| Campo base | Nació muntanya |               |

---

## VALORACIÓ

Sense sorpreses. Són els resultats esperats donat que no existeixen més mitjans importants.

---

## CONSULTES LA PREVISIÓ METEOROLÒGICA ABANS DE FER UNA SORTIDA?

|                |    |
|----------------|----|
| Sempre         | 34 |
| Gairebé sempre | 12 |
| Sense resposta | 1  |

---

### VALORACIÓ

Aquest resultat confirma una inquietud que tenia des de l'inici, i és que crec que en el mercat falta una vinculació directa entre les ressenyes i la meteorologia.

---

## SI CONSULTES LA PREVISIÓ METEOROLÒGICA, ON HO FAS?

|              |                  |                   |
|--------------|------------------|-------------------|
| El tiempo    | Aemet            | Meteoblue         |
| Meteo.cat    | Barrabes         | Wetterzentrale.de |
| Weatherspark | Accuweather      | Weather.com       |
| Snowforecast | Mountainforecast | Llauegi           |
| Wheaterzone  | Meteo.fr         |                   |

---

### VALORACIÓ

Aquests resultats em serviran de gran ajuda per fer un benchmark de l'ecosistema actual de sites que ofereixen la previsió meteorològica. Caldrà fer un bon anàlisi de mercat per veure quins d'aquests serveis ofereix la millor api per poder desenvolupar un sistema de connexió amb ella. Aquest servei serà indispensable en la nova plataforma.

---

## SAPS ON MIRAR EL BUTLLETÍ D'ALLAUS?

|                 |    |
|-----------------|----|
| Si              | 32 |
| No              | 8  |
| Sense respondre | 7  |

---

### VALORACIÓ

Em sorprèn que 8 persones hagin dit que no. El butlletí d'allaus és el que cal mirar quan fas una activitat hivernal. És la previsió i l'estat de la neu. Quelcom indispensable si has de fer una activitat sobre aquest terreny. Al igual que amb el tema de la previsió del temps, sempre he pensat que falta una vinculació directe entre les zones d'alpinisme i el butlletí d'allaus, i espero poder oferir-ho a escala.cat.

---

## ESTARIES DISPOSAT A PAGAR (PREU ASSEQUIBLE) PER PODER VEURE DOCUMENTALS I/O PEL·LÍCULES RELACIONADES AMB LA MUNTANYA PER INTERNET?

|                       |    |
|-----------------------|----|
| Si                    | 23 |
| Depèn preu            | 2  |
| No                    | 20 |
| Tv mountain és gratis | 1  |

---

### VALORACIÓ

Tot i que en aquesta primera fase del projecte no he parlat en cap moment de fer un agregador de contingut audiovisual de pagament, vaig avançar aquesta pregunta perquè per una segona fase tinc una proposta de contingut que pot resultar molt atractiu i interessant per la comunitat. En parlaré més endavant.

---

### HAS COMPRAT ALGUNA VEGADA MATERIAL D'ESCALADA / ALPINISME PER INTERNET?

|                |    |
|----------------|----|
| Si             | 28 |
| No             | 17 |
| Sense resposta | 1  |

---

### VALORACIÓ

No sorprèn la resposta ja que –com a molts d'altres sectors- la compra de material per internet surt una mica més econòmica que presencialment en un establiment.

---

### PODRIES ENUMERAR 3 BOTIGUES DE MATERIAL ONLINE?

|                  |                 |                        |
|------------------|-----------------|------------------------|
| Guaramascun      | Aresta          | Barrabes               |
| Snow inn         | Conrad-sport    | Vertic (verticoutdoor) |
| El cim           | Amm             | Arklight               |
| Alpesport        | Anayet vertical | Balmat                 |
| Deportes ariadna | Bananafingers   | Ebay                   |
| Trekkinn         | Campoiv         | Black isard            |
| Tradeinn         |                 |                        |

---

### VALORACIÓ

Mostra de la competència que hi ha en el sector digital. El tema comercial també el tractaré més endavant, doncs justificaré perquè no crec que hagi de vendre material a través de la plataforma.

---

## HAS COMPRAT MATERIAL D'ESCALADA DE SEGONA MÀ PER INTERNET?

|                |    |
|----------------|----|
| No             | 34 |
| Si             | 9  |
| Sense resposta | 4  |

---

### VALORACIÓ

Pensava que la resposta 'si' seria més gran, pel que realment em sorprèn que hi ha poca gent que ha comprat material de segona mà. Tot i així, sí que és un tema que es podria tractar.

---

## SI HO HAS FET, PODRIES DIR-NOS A TRAVÉS DE QUINA PLATAFORMA?

|           |              |             |
|-----------|--------------|-------------|
| Ebay      | Mundoanuncio | Facebook    |
| Barrabes  | Madteam      | Milanuncios |
| Infohielo | Facebook     |             |

---

### VALORACIÓ

Són les plataformes que hi ha actualment on pots trobar aquest tipus de material. Ja les coneixia totes. Caldrà estudiar-les per veure de quina manera ho fan i així confirmar si es pot millorar en algun aspecte.

---

## DES DE QUIN DISPOSITIU ACOSTUMES A CONSULTAR AQUESTA INFORMACIÓ?

Els resultats mostren clarament com la majoria dels participants són multi dispositiu. Encara que domina el ordinador de sobretaula, la presència de la resta de dispositius és molt notòria en totes les respostes.



---

## VALORACIÓ

Com ja avançava anteriorment, una mostra més de que cal treballar amb una plataforma que s'adapti perfectament a tots els dispositius. També caldrà pensar en sí la orientació dels continguts cal que canviï quan es consulti la plataforma des de diferents mitjans.



---

## FINALMENT, QUÈ T'AGRADARIA TROBAR A ESCALADA.CAT? (ADJUNTO LES RESPOSTES MÉS DESTACADES)

|   |
|---|
| Totes les ressenyes de catalunya, ultimes notícies, articles d'actualitat i compra - venta material   |
| Ressenyes de qualitat per a tots els nivells, una comunitat de venta de segona mà potent i un resum del meteo per a cada cap de setmana. Catalunya necessita un portal a l'alçada   |
| Recull de zones catalanes amb les seves ressenyes   |
| Rutes, vies, consells per segons quines expedicions, experiències, grups per poder sortir a la muntanya....   |
| Tal com diu el nom, tota informació per tots els estils d'escalada, ressenyes (sobretot), blogs, enllaços per material, informació d'esdeveniments, informació de la practica d'escalada (per a principiants i no, saber mes info de tècniques, nusos, etc...), documentals, quedades per poder escalar amb nova gent, etc... |
| Ressenyes actualitzades. No m'agradaria que es limités només a l'escalada.  |
| Ressenyes, reviews de material, documentació sobre nusos i maniobres, fòrum de contacte per la comunitat  |
| Ressenyes, borsa de segona mà, recomanacions  |
| Serietat, fiabilitat, informació clara, en català,  |
| - notícies i novetats sobre l'escalada i l'alpinisme als països catalans.<br>- agenda d'esdeveniments destacats.  |

- ressenyes amb possibilitat de comentaris al respecte de modificacions a les vies.
- vinculació amb els blogs i webs personals d'escaladors i entitats (noves vies, esdeveniments...).
- espai de compra-venda de material de segona mà

Ressenyes (incloent pdf) i material segona ma

Piulades ressenyes d'escalada i alpinisme en condicions

Ressenyes (esportiva, clàssica, corredors, crestes) amb fotos i mapes.  
Recomanacions per gent que ja portem temps anant al monte.

Informació sobre zones i sectors d'escalada, acompanyada d'informació meteorològica, allotjament i restaurants d la zona, així com informació sobre els millors rocòdroms i ofertes de material d'escalada.

De tot una mica ressenyes, material, notícies d'interès, etc.

Ressenyes, notícies, entrevistes

Informació sobre vies i rutes d'alpinisme arreu de catalunya per a poder canviar de llocs. També m'agradaria veure reportatges i tests de material.

Ressenyes a punta pala! Bloc i via llarga!

---

## VALORACIÓ

Crec que els comentaris recullen moltes de les idees preconcebudes que tenia respecte el projecte. Ara el que cal fer és ordenar les idees i fer una bona proposta de continguts.

## ANNEX B: PRESSUPOST

S'adjunta amb l'entrega del present treball el document Excel on es detalla el pressupost explicat en el present document.

## ANNEX C: WIREFRAMES

També s'entreguen els fitxer d'Axure, amb extensió RP, corresponents als wireframes de baixa i d'alta definició. En total són dos documents, un per cada format.

## ANNEX D: PRESENTACIÓ COMERCIAL

Finalment també s'entrega un document PowerPoint, d'extensió PPTX, amb una presentació comercial del projecte.