

# Desenvolupament i promoció d'un lloc web per a una empresa d'estètica

Memòria de Projecte Final de Màster

**Màster d'Aplicacions Multimèdia**

Itinerari Professional

**Autor: Jose Antonio Sánchez Borràs**

Consultor: Sergio Schvarstein Liuboschetz

Professor: David García Solórzano

Professor: Asun Muñoz Fernández

09/01/2017

## Crèdits/Copyright

Una pàgina amb l'especificació de crèdits/copyright per al projecte (ja sigui aplicació d'una banda i documentació per l'altra, o unificadament), així com la de l'ús de marques, productes o serveis de tercers (inclusivament codis font). Si una persona diferent a l'autor va col·laborar en el projecte, ha de quedar explicitada la seva identitat i què va fer.

A continuació s'exemplifica el cas més habitual i una llista de possibles alternatives:



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)

### Llicències alternatives (triar alguna de les següents i substituir la llicència anterior)

#### A) CreativeCommons:



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-NoComercial- SenseObraDerivada [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-NoComercial-CompartirIgual [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-NoComercial [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-SenseObraDerivada [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-CompartirIgual

[3.0 Espanya de CreativeCommons](#)



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement

[3.0 Espanya de CreativeCommons](#)

## **B) GNU Free Documentation License (GNU FDL)**

Copyright © ANY EL TEU-NOM.

Permission is granted to copy, distribute and/or modify this document under the terms of the GNU Free Documentation License, Version 1.3 or any later version published by the Free Software Foundation; with no Invariant Sections, no Front-Cover Texts, and no Back-Cover Texts.

A copy of the license is included in the section entitled "GNU Free Documentation License".

## **C) Copyright**

© (l'autor/a)

Reservats tots els drets. Està prohibit la reproducció total o parcial d'aquesta obra per qualsevol mitjà o procediment, compresos la impressió, la reprografia, el microfilm, el tractament informàtic o qualsevol altre sistema, així com la distribució d'exemplars mitjançant lloguer i préstec, sense l'autorització escrita de l'autor o dels límits que autoritzi la Llei de Propietat Intel·lectual.

## Dedicatòria

A Àngels, que em va ajudar a fer realitat aquest projecte.

.

## Agraïments

Vull agrair en primer lloc al consultor en el TFM, **Sergio Schvarstein**, per la seva ajuda realitzada al llarg d'aquest projecte i per comprendre que els serveis de *hosting* poden fallar en el pitjor moment. També vull agrair a **Yoel i Cristian**, propietaris de l'empresa *Salon Lounge Estilistes*, per haver-me permès realitzar-lis un lloc web per al TFM.

## Resum

La finalitat d'aquest projecte és el disseny, desenvolupament i posterior gestió d'un lloc web per a una empresa d'estètica. Per obtenir el millor producte es treballarà en dues vessants. En primer lloc, caldrà dissenyar un web capaç de transmetre els valors corporatius de l'empresa, que sigui un disseny original i diferenciat de la resta d'empreses del mateix mercat. En segon lloc el web haurà d'ésser potencialment competitiu, és a dir, caldrà desenvolupar les característiques i funcionalitats que donen valor afegir a una web més enllà de la funció informativa.

En aquest sentit caldrà desenvolupar funcionalitats com que els clients puguin realitzar reserves des del web, que sigui responsive -navegable des de tot tipus de pantalles-, que serveixi d'atracció i nexa d'unió entre els usuaris de les xarxes socials i l'empresa i, per últim, proporcionar un catàleg general dels serveis que ofereixen i un catàleg més concret amb una categorització dels diferents tipus de pentinats.

Un cop dissenyada i desenvolupada la web, s'ha realitzat una campanya de màrqueting online a una xarxa social per promocionar el nou lloc web, realitzada amb dos banners diferents per comparar-hi els resultats de cadascun d'ells.

El resultat final del lloc web compleix les expectatives comentades en quant a funcionalitat i usabilitat proporcionant a l'empresa una nova eina de comunicació amb els seus clients. La campanya de màrqueting proporciona una base d'informació sobre quin és el públic objectiu més adient per obtenir els millors resultats.

## Abstract

*The aim of the present Project is to design, develop and management of a webpage for a hairdressing and beauty company. In order to achieve the best product, the work will be done on two fronts. First, a webpage will be designed that will transmit the corporative values of the company, with an original and differentiated design of other companies in the same sector. In second place, the webpage will need to be competitive, developing features and functionalities that provide added value beyond the informative function.*

*In this respect, it will be needed to develop functionalities such as that costumers can make appointments from the web, that the webpage is responsive –navigable in all screen sizes-, that serves as attraction and connecting link among users and the company and, finally, to provide a general catalogue of the services, and a more specific catalogue of the different kinds of hair dresses.*

*Once the website is designed and developed, it is performed a marketing campaign in a social network in order to promote the new page, using two different banners and two age groups to compare the results of each one of them.*

*The final result fulfils all the commented expectations regarding functionality and usability, providing to the company a new tool for communicating with its customers. The marketing campaign provides an information basis of which is the target public more suitable to obtain the best results.*

## Paraules clau

Web, campanya, màrqueting, perruqueria, wordpress, estètica, disseny, reserves, Facebook Ads.

# Índex

<b>Capítol 1: Introducció .....</b>	<b>10</b>
<b>1.Introducció .....</b>	<b>10</b>
<b>2. Descripció .....</b>	<b>11</b>
<b>3. Objectius generals .....</b>	<b>12</b>
3.1 Objectius principals .....	12
3.2 Objectius tècnics .....	13
<b>4. Metodologia i procés de treball .....</b>	<b>14</b>
<b>5. Planificació.....</b>	<b>15</b>
<b>6. Pressupost .....</b>	<b>17</b>
<b>7. Estructura de la resta del document.....</b>	<b>18</b>
<b>Capítol 2: Anàlisi.....</b>	<b>19</b>
<b>1. Estat de l'art .....</b>	<b>19</b>
1.1. Breu història del disseny i programació web .....	19
1.2. Front-end y back-end.....	21
1.3. Frameworks més utilitzats.....	22
1.3.1. Frameworks basats en llenguatge PHP:.....	22
1.3.2. Frameworks basats en llenguatge CSS:.....	22
<b>Capítol 3: Disseny.....</b>	<b>24</b>
<b>1. Arquitectura general del lloc web .....</b>	<b>24</b>
1.1. Menú Superior .....	25
1.2. Header .....	25
1.3. Secció NUESTROS SERVICIOS.....	25
1.4. Secció LOOKBOOK.....	26
1.5. Secció GALERIA D'IMATGES.....	26
1.6. Secció "ELS NOSTRES PRODUCTES" .....	26
1.7. FOOTER.....	26
<b>3. Arquitectura de la informació i diagrames de navegació.....</b>	<b>28</b>
<b>3. Disseny gràfic i interfícies.....</b>	<b>30</b>
3.1 Estils.....	32
3.2 Usabilitat .....	33
<b>4. Llenguatges de programació i APIs utilitzades.....</b>	<b>35</b>

4.1. Gestor de contingut.....	35
4.2. Plugins utilitzats .....	36
<b>Capítol 4: Implementació.....</b>	<b>38</b>
<b>1. Construcció del lloc web .....</b>	<b>38</b>
1.1. Secció "Lookbook" .....	38
<b>2. Creació del sistema de reserves .....</b>	<b>41</b>
2.1. Funcionament.....	41
2.2. Desenvolupament .....	42
<b>3. Campanya de màrqueting .....</b>	<b>46</b>
3.1. Facebook Ads.....	46
3.2. Anàlisi del perfil d'usuari.....	46
3.3. Resultats de la campanya de màrqueting.....	47
<b>4. Guia de com crear/editar contingut per al client .....</b>	<b>49</b>
<b>Capítol 5: Conclusions i línies de futur .....</b>	<b>50</b>
<b>1. Conclusions .....</b>	<b>50</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>54</b>
<b>Annexos .....</b>	<b>55</b>
<b>Annex A: Glossari .....</b>	<b>55</b>
<b>Annexo B: Lliurables del projecte .....</b>	<b>55</b>
<b>Annex C: Captures de pantalla .....</b>	<b>56</b>
<b>Annex D: Currículum Vitae.....</b>	<b>60</b>
<b>Annexo E: Transcripció d'una entrevista .....</b>	<b>61</b>



## Figures i taules

### Índex de figures

Figura 1: Mapa conceptual.....	28
Figura 2: Mostra PSD primer disseny. ....	30
Figura 3: Mostra PSD segon disseny.....	31
Figura 4: Mostra PSD tercer disseny i definitiu. ....	32
Figura 5: Editor Visual Composer.....	39
Figura 6: Editor Essential Grid.....	40
Figura 7: Calendari. ....	41
Figura 8: Horaris disponibles per reservar ....	41
Figura 9: Enviar reserva realitzada per l'usuari. ....	42
Figura 10: Missatge de reserva realitzada correctament. ....	42
Figura 11: Variables de la base de dades.....	43
Figura 12: Primer banner per a dones. ....	47
Figura 13: Segon banner per a homes. ....	47

### Índex de taules

Gràfic 1: Planificació projecte final de màster .....	15
Taula 1: Taula de pressupostos per etapa.....	17
Taula 2: Taula de pàgines creades per seccions .....	33
Taula 3: Taula tipus de CMS .....	35
Taula 4: Taula dels resultats de la campanya de màrqueting .....	48

# Capítol 1: Introducció

## 1.Introducció

Amb aquest projecte es pretén aprofundir i posar en pràctica tots aquells coneixements que s'han desenvolupat al llarg del Màster d'Aplicacions Multimèdia. Més concretament, al respondre a una demanda laboral per part d'una empresa d'estètica amb la necessitat de donar resposta al seus clients mitjançant les noves tecnologies l'exigència d'aquest projecte es màxima.

Amb aquesta finalitat s'han aplicat les pautes de feina apreses al llarg del màster tal com dedicar el temps suficient i necessari a la fase de presa de decisions o a la de disseny amb la finalitat de no sofrir contratemps al llarg de les següents fases del projecte.

Tanmateix, també s'ha volgut aprofundir en altres aspectes tal com la programació en PHP d'un sistema de reserves i una campanya de màrqueting en una xarxa social on l'experiència prèvia era pràcticament nul·la.

En definitiva, aquest projecte vol focalitzar la seva atenció amb la necessitat d'adquirir experiència al mercat laboral en l'àmbit del desenvolupament web per a petites empreses que tinguin, amb les noves tecnologies, un nou aparador capaç d'atraure un major nombre de clients potencials als seus serveis.

El lloc web creat es pot consultar des del següent enllaç:

<http://salonlounge-estilistes.com/>

## 2. Descripció

En aquest projecte es parteix de la necessitat de proporcionar una lloc web a una empresa real d'estètica i perruqueria situada a prop de la Sagrada Família que pugui servir de referència als clients o possibles clients per adquirir informació sobre aquesta i/o poder demanar cita entre altres possibles activitats.

En l'actualitat, els negocis mitjans o petits poden caure en l'error de la no necessitat d'un lloc web que pugui servir de plataforma de informació i comunicació entre empresa i clients, deixant aquesta funció en alguns casos, en perfils de xarxes socials. Tot i que és important que una empresa mitjana o petita tingui presència a les xarxes socials, es fonamental que els clients potencials tinguin un lloc web de referència ja que, a banda de que el lloc web respon a la imatge corporativa que es vol transmetre, proporciona una major confiança i seguretat en el cas de que es vulgui comprar algun producte o servei.

Prèviament al desenvolupament d'aquest projecte, aquesta empresa tenia una pàgina a *Facebook*<sup>1</sup> amb 200 seguidors amb la que es comunicava amb els clients. Amb la creació de un lloc web es pretén també donar cobertura a aquests clients per a que puguin interactuar amb major facilitat amb els propietaris de l'empresa i lloc web.

La necessitat d'aquest projecte no recau única i exclusivament en crear un lloc web sinó que, com ja s'ha mencionat, aquest ha de respondre a la particular imatge corporativa que aquesta vol transmetre. I, respecte la seva funcionalitat, a banda de l'aspecte informatiu o comunicatiu que aquest ha de proporcionar, també cal que els usuaris/clientes puguin demanar cita de forma ràpida i fàcil o que puguin navegar pels diferents apartats que se'ls hi proporciona.

---

<sup>1</sup> <https://www.facebook.com/salonlounge03/>

### 3. Objectius generals

L'Objectiu principal d'aquest projecte és el disseny i desenvolupament d'un lloc web d'estètica i perruqueria que estigui adaptat a la imatge corporativa i que serveixi com a canal de informació i comunicació que permeti la interacció entre els propietaris de l'empresa i els seus clients.

#### 3.1 Objectius principals

Els objectius principals de la creació d'un lloc web per a una empresa d'estètica i perruqueria son els següents:

- **Donar-se a conèixer** entre els clients potencials interessats en els serveis dels que disposa l'empresa propietària del lloc web. Amb aquest objectiu les xarxes socials, amb Facebook al capdavant, jugaran un paper important per poder assolir aquest objectiu mitjançant l'ús d'una campanya de màrqueting que serveixi de presentació del nou lloc web.
- **Informar** sobre els serveis disponibles al saló de bellesa, de qui conforma l'equip, quina es la seva filosofia i que els fa diferents respecte les altres empreses del mateix sector comercial. Amb aquest lloc web es pretén que el públic tingui accés a les novetats al seus serveis tal com descomptes o promocions entre d'altres possibilitats.
- **Disposar d'un sistema de reserves** que permeti a l'usuari comunicar de forma senzilla i ràpida escollir una hora d'entre les disponibles al calendari i que, un cop enviada la petició, els propietaris del lloc web se'ls comuniqui immediatament que aquesta hora ha sigut reservada per un client.
- Proporcionar una **secció que permeti als usuaris escollir entre diferents tipus d'estils estètics**. És a dir, que el lloc web contingui una pàgina en la que es mostrin per apartats models diferents de pentinats mitjançant una galeria on l'usuari pugui navegar entre elles amb la finalitat de inspirar-se en la selecció del pentinat que consideri més oportú.
- Facilitar als propietaris del lloc web una guia en PDF que els pugui servir de referència en el cas que vulguin modificar més endavant algun aspecte superficial del lloc web. Modificacions tal com canviar la capçalera de la pàgina principal o altres, afegir noves imatges a la galeria de imatges, saber gestionar el sistema de reserves i poder afegir articles al blog del lloc web entre d'altres opcions.

### 3.2 Objectius tècnics

Els objectius del lloc web des de la vessant tècnica son els següents:

- Estructura de web senzilla i funcional, evitant que el usuari necessiti molts clicks per arribar a la informació que en desitja.
- Utilitzar eines de construcció web eficients i dinàmiques on no sigui necessari coneixements tècnics de programació avançada. Per tant, l'objectiu no és crear un lloc web complex i difícil de modificar ans el contrari, un lloc web capaç de que els propietaris puguin, amb molt poc de aprenentatge previ, editar aquells apartats que amb el temps siguin necessaris de modificar.
- Que el lloc web sigui *responsive*, es a dir, que tingui una visualització òptima en tot tipus de pantalles ja sigui pantalles de TV, PC, portàtil, tablet o mòbil. Aquest és un requisit fonamental per a que el usuari pugui gaudir d'una usabilitat idònia independentment del dispositiu en el que s'hi connecti.
- Vincular la web amb dos de les xarxes socials més utilitzades tal com són *Facebook* i *Instagram*. Així es permet una major interacció amb l'usuari alhora de que permet un major ventall de possibilitats d'adquirir nous clients interessats amb els serveis que se'ls hi proporciona.
- Incloure opcions de seguiment de perfil d'usuaris mitjançant l'eina de *Google Analytics* que ens permeti saber quins son els recorreguts que realitzen al navegar al lloc web, de quins llocs web provenen i per quines pàgines hi naveguen. Amb aquest objectiu el que es pretén es identificar aquells aspectes que al futur s'hauran de millorar per millorar l'experiència d'usuari.

## 4. Metodologia i procés de treball

Per portar a terme aquest projecte s'ha decidit portar a terme una metodologia estructurada on cada fase es fonamental per al compliment dels objectius darrerament explicats. Aquesta metodologia consta de cinc fases que es desenvoluparan a continuació:

**Fase de contacte.** En aquesta fase es fonamental per establir quins seran les necessitats que haurà de complir el lloc web, quina imatge corporativa vol transmetre, quins altres llocs webs tenen de referència, quin mapa conceptual s'establirà i quina responsabilitat adquiriran amb el lloc web un cop aquesta estigui finalitzada (és a dir, si un cop estigui finalitzat volen participar-hi amb la finalitat que sigui dinàmica o al contrari, que no requereixi de constants modificacions per incorporar novetats).

**Fase de disseny.** Aquesta fase té per objectiu desenvolupar un PSD en *Photoshop* que compleixi amb els paràmetres establerts en la darrera fase. Amb aquest PSD el que es pretén es crear una mostra de com serà aproximadament la pàgina principal del futur lloc web, la seva estructura i disseny. S'escull el programa d'edició de imatges *Photoshop* perquè permet treballar cada element per capes proporcionant la possibilitat de modificar cada aspecte de forma ràpida i senzilla fins arribar a l'estat de disseny desitjat pels propietaris de l'empresa d'estètica i perruqueria.

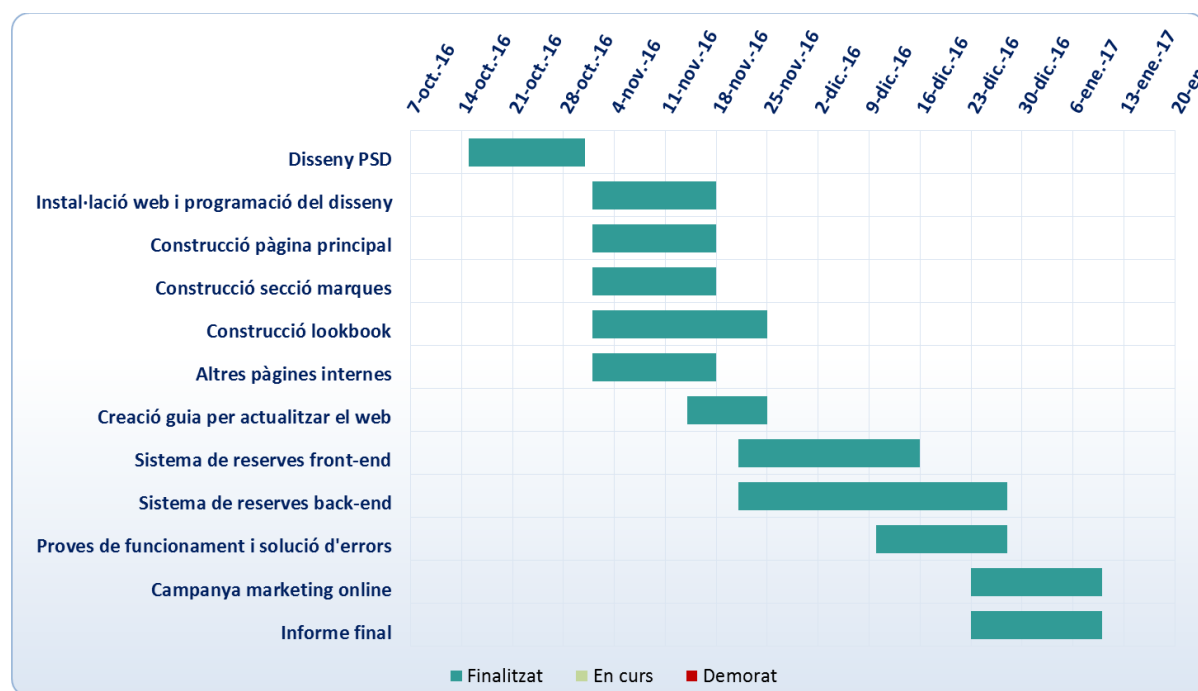
**Fase de desenvolupament.** Un cop ja s'ha definit com serà la pàgina principal i quines funcions haurà de complir aquesta es tractarà de establir quines eines seran les més útils per complir amb els objectius marcats. En aquesta fase s'hauran de prendre una sèrie de decisions que seran de suma importància per a la resta de fases del projecte. S'ha d'escollir quin serà el *hosting* que s'utilitzarà per instal·lar el lloc web, quin *CMS* s'instal·larà que proporcioni un panell de control per a que els propietaris puguin gestionar el seu lloc web, d'acord amb el disseny que s'ha definit també s'ha d'escollir quins *plugins* seran els més idonis per construir el lloc web. Amb tots aquets elements definits, es procedirà a construir la pàgina principal i totes les pàgines internes que conformaran el total del lloc web.

**Fase de programació.** En aquesta fase s'afegirà les funcionalitats requerides tal com programar un sistema de reserves que permeti als usuaris indicar a quina hora de quin dia volen concertar una cita. Aquesta fase ha de complir dos vessants; la vessant del client en la que aquest establirà, entre les dates marcades com a possibles, en quina hora demanarà cita i la vessant del propietari en la que se li informarà automàticament a un panell de que s'ha concertat una cita per part d'un client. La immediatesa del avís és important ja que, com en la major part del temps els propietaris no hi tindran contínuament l'atenció a la base de dades caldrà que, un cop aquest panell registri una nova entrada aquest enviï una senyal al dispositiu mòbil dels propietaris. Des d'aquest panell també es podran fer altres gestions com per exemple eliminar cites en el cas de que les circumstàncies ho demanaren.

**Fase de màrqueting.** En aquesta última fase es realitzarà una petita campanya de màrqueting en que mitjançant *Facebook Ads* es realitzaran dos banners per després comparar quin dels dos ha obtingut millors resultats. Per cada banner estarà destinat a cadascun dels sexes –un per a homes i una altre per a dones- i per cadascun d'ells es realitzaran dos campanyes, un per a usuaris d'entre 18 i 34 anys i un altre per a usuaris dintre 35 i +65 anys. La finalitat es realitzar un primer punt de contacte per observar quin es el perfil de client/a potencial per destinar-hi futures campanyes amb major capital.

## 5. Planificació

A continuació es presenta de forma gràfica la planificació que s'ha portat a terme per desenvolupar el projecte a tractar. En conjunt les fases temporals comprenen des de el 14 d'octubre de 2016 fins al 9 de febrer del 2017. A continuació s'analitza cadascun d'aquestes fases, quan de temps han requerit per al seu compliment i en quines fases s'ha produït una demora major de la prevista i quins motius l'han provocada.



Gràfic 1. Planificació projecte final de màster

Com es pot observar al gràfic, la primera fase de disseny en format PSD es va iniciar el 14 d'octubre tenint el disseny definitiu el dia 31 d'octubre. Un cop el disseny va ser aprovat pels propietaris del lloc web, es va procedir a la fase d'instal·lació de les eines necessàries per a poder desenvolupar el lloc web amb l'aplicació del disseny establert anteriorment. Aquesta fase té una duració de tres setmanes i es va entregar el dia 18 de novembre. A continuació s'entrarà en detall a analitzar les característiques de planificació d'aquesta fase.

S'instal·la el CMS el 4 de novembre al servidor extern que es va escollir per posar en marxa la construcció del lloc web. Tot i que al gràfic s'estableix que es va desenvolupar tot de forma paral·lela ja que en aquesta fase de construcció web totes les parts estan interrelacionades, en realitat es va treballar primerament en la construcció de la pàgina principal. Així doncs, dins del període marcat entre 4 de novembre i 18 de novembre es va construir la pàgina principal i la resta de pàgines internes que conformen la totalitat del lloc web. Paral·lelament a la construcció de la totalitat de les pàgines del web, a partir del 15 de novembre es va començar a realitzar la guia per a que els clients puguin agregar nous continguts a la web.

Un cop el lloc web ha estat construït amb el disseny pertinent, el dia 21 de novembre es va començar a programar el sistema de reserves. Aquesta fase va tenir una duració de 3 setmanes i es va entregar el dia 9 de desembre. Posteriorment, s'ha afegit una fase amb una duració de 2 setmanes per a les proves de funcionament i la solució de possibles errors que es trobin, la qual finalitzarà el 23 de desembre.

Entre les incidències cal senyalar que la secció "LOOKBOOK" finalment es va poder acabar durant el temps addicional afegit, i la creació de la guia per actualitzar el web i el front-end del sistema de reserves s'han pogut realitzar seguint la planificació. No obstant, el retràs en la construcció del "LOOKBOOK" va causar un retràs en les altres activitats, per la qual cosa la part back-end es va haver de demorar una setmana.

En quant a les proves de funcionament i solució d'errors iniciades el 10 de desembre i finalitzades el 23 de desembre, es van realitzar posant especial èmfasi en el disseny de la versió mòbil ja que es van trobar alguns petits errors que no permetien la visualització òptima del lloc web en els dispositius mòbils.

Per últim, l'inici de la campanya de màrqueting online va començar el 23 de desembre i va finalitzar el 8 de gener. Aquesta fase es va aplaçar fins a que el sistema de reserves estigues complet i funcionant correctament ja que en cas de que es produïren errors al sistema de reserves es podrien haver produït un desencadenant d'error de gestió d'agendes entre els clients que demanessin cita i els propietaris de la perruqueria.

Detall de les tasques previstes:

- Construcció "LOOKBOOK": realitzada en el termini previst tenint en compte el temps afegit, la causa de la demora fou la no proporció per part dels propietaris dins del termini estipulat del material gràfic necessari .
- Creació de la guia d'actualització: realitzada en el termini previst, sense incidències, no obstant els propietaris han remarcat que aquesta eina proporcionada està per damunt de les seves possibilitats per gestionar el lloc web amb solvència.
- Front-end del sistema de reserves: realitzada en el termini previst, tot i que el seu inici es va demorar deguts als canvis en la planificació a l'etapa anterior.
- Back-end del sistema de reserves: degut a la demora en la realització del front-end, el back-end requereix un temps addicional de treball, per la qual cosa s'allarga la seva planificació en una setmana.



## 6. Pressupost

El pressupost d'aquest projecte s'ha estimat tenint en compte un cost per hora de 20 €/h. Se suposa un equip humà format per una persona amb una certa experiència en el disseny i el desenvolupament web, per la qual cosa els costos de documentació sobre l'allotjament del web, gestors de continguts, etc. es consideren nuls ja que aquests coneixements formen part de l'experiència anterior. A la taula següent es poden veure les hores dedicades a les principals etapes del projecte i el cost associat a cadascuna d'elles.

Etapa	Hores	Cost associat
Disseny PSD	50	1.000
Desenvolupament web	120	2.400
Proves i correccions	30	600
Redacció guia d'actualització nou contingut	20	400
Estratègia i desenvolupament de la campanya de màrqueting	20	400
Redacció informe final i presentació	40	800
Reunions amb el propietari	20	400
Cost campanya màrqueting	-	300
Domini i allotjament durant 1 any	-	100
Cost compra d'imatges	-	100
<b>Total sense impostos</b>	-	<b>6.500</b>
IVA	-	1.365
<b>Total amb impostos</b>	-	<b>7.865</b>

Taula 1: Taula de pressupostos per etapa.

El cost total a facturar al propietari és per tant de 7.865 €.

Els costos d'amortització dels equips informàtics no han siguts tinguts en compte ja que pel seu baix cost es consideren negligibles en front dels costos esmentats. Igualment s'ha considerat nul el cost de desplaçament per a portar a terme les reunions per trobar-se el negoci a molt poca distància del lloc de treball habitual.

## 7. Estructura de la resta del document

A continuació explicarem els continguts dels següents capítols per descriure-los breument i analitzar la seva relació amb el projecte en global.

Al capítol 2 es tracta el context de les eines tecnològiques i llenguatges de programació que es necessitaran analitzant-hi la història i els conceptes globals que engloben el procés del disseny i desenvolupament web. Tenir una idea global d'aquestes eines dona perspectiva dels recursos que tenim a la nostra disponibilitat i de com s'estructuren les fases de construcció i gestió d'un lloc web des de zero. L'anàlisi del mercat es planteja en l'anàlisi previ a la construcció de disseny i el perfil d'usuari s'obté a partir dels resultats de la campanya de màrqueting, per tant no formaran part d'aquest capítol.

Al capítol 3 s'explica com s'ha estructurat i dissenyat el lloc web basant-se amb les prèvies indicacions establertes per els propietaris. S'analitza cadascuna de les seccions que conformen la pàgina de inici des del *header* fins al *footer* estructurant esquemàticament els paràmetres demanats pels propietaris, es a dir, verbalitzant de forma més tècnica les seves prèvies demandes. Finalment s'exposen els resultats de la creació en PSD amb *Photoshop* de les mostres realitzades del disseny de la pàgina d'inici, els estils i la usabilitat aplicades al projecte web.

Al Capítol 4 s'exposa el procés de construcció del lloc web mitjançant l'explicació d'un dels seus apartats anomenat *lookbook*<sup>2</sup>, com s'ha creat el sistema de reserves programat en PHP, com s'ha realitzat la campanya de màrqueting i indicacions de la realització d'una guia PDF per als propietaris del lloc web. Tots aquets apartats del capítol engloben la totalitat de la feina realitzada per portar a terme la realització del lloc web.

Finalment, al capítol 5 se'n extrauen les conclusions del projecte desenvolupat i els expectes a seguir treballant al futur més pròxim per millorar els resultats obtingut dins dels terminis marcats per la realització del projecte final de màster.

---

<sup>2</sup> L'explicació de com construir o gestionar la resta d'elements del lloc web es poden trobar a la guia en PDF adjunta al annex que es va crear per als propietaris del lloc web.

# Capítol 2: Anàlisi

## 1. Estat de l'art

El disseny web és un sector que es troba en canvi constant. Des dels seus inicis fa tan sols unes dècades ha canviat ràpidament, tant per a adaptar-se a les innovacions tecnològiques (dispositius mòbils, contingut multimèdia, etc.) com per a buscar la màxima optimització en termes de desenvolupament (evolució dels llenguatges de programació com HTML5 i CSS3, mentre que altres es tornen obsolets com és el cas de l'Adobe Flash).

Per explicar l'estat d'art del disseny web, en primer lloc es farà una breu història des dels inicis el web; a continuació s'explicarà la diferència entre el desenvolupament front-end i back-end; en tercer lloc es farà una breu descripció dels frameworks més utilitzats en l'actualitat per ambdós casos i finalment es descriuran els gestors de continguts més utilitzats avui dia per facilitar i agilitzar el desenvolupament web.

### **1.1. Breu història del disseny i programació web**

A les dues darreres dècades han aparegut noves formes de comunicació entre les organitzacions i els seus clients. Gran part d'aquestes noves relacions han sigut possibles degut a les innovacions produïdes al sector de les plataformes digitals. Els llocs web i les aplicacions mòbil conjuntament amb les xarxes socials s'han convertit, sovint, en l'única forma d'interacció entre autònoms i els seus clients o proveïdors.

Aquest àmbit del disseny i programació web constituïa, abans de l'any 1990, en un conjunt de pàgines estàtiques i documents entre d'altres arxius en que l'única funcionalitat que ofería era la de consulta o descarrega. A partir d'aquell any es confeccionen les pàgines dinàmiques que presentaven una major interactivitat amb l'usuari. Aquest mecanisme consistia en poder transferir informació entre els servidors HTTP i altre programari extern. En aquest context de constant creixement del nombre de webs a la xarxa el físic Tim Berners-Lee, treballador del CERN (Organització Europea per a la Investigació Nuclear) crea el primer document formal HTML sota el nom de HTML Tags. A partir d'aquesta fita l'evolució del llenguatge HTML ha continuat creixent fins al que ara s'anomena com HTML5, presentat el dia 22 de gener del 2008.

A partir del gran creixement de internet i, per conseqüència, del nombre exponencial de documents programats amb llenguatge HTML sorgeix el problema de com interpretar aquest llenguatge per part dels navegadors. Per estudiar la forma de posar solució a un problema (que encara avui en dia no s'ha solucionat del tot) es va crear l'organisme W3C (World Wide Web Consortium). Aquesta entitat s'encarregà de crear els estàndards de llenguatge per facilitar la visualització la lectura de les pàgines web per part dels diferents navegadors. La primera estandardització oficial de W3C es va realitzar al 1996 anomenada com a CSS nivell 1. Aquesta estandardització del llenguatge enfocat al disseny dels llocs web evoluciona al llarg de temps fins al CSS3 a l'any 1999.

Paral·lelament, al 1994 Rasmus Lerdorf va crear un producte anomenat PHP/FI que s'encarregava d'ordenar un conjunt simple de fitxers binaris Common Gateway Interface (CGI) escrits en llenguatge de programari C. Per millorar la capacitat de cerca entre els arxius d'aquesta nova eina va afegir una sèrie de scripts que es coneixen com a PHP Tools publicat al 1995. A l'any següent el codi va ser refet completament incorporant un conjunt d'eines dins de programació de dret propi. En aquesta segona generació naix el que coneguem actualment com a llenguatge PHP que ha evolucionat fins l'última versió de l'actualitat en PHP 5 publicat al juliol del 2004.

Com a conseqüència de l'evolució del conjunt de llenguatges de programació web, els llocs webs evolucionen amb ells millorant notablement en una sèrie d'aspectes tal com la interoperabilitat, la capacitat de compartir informació, millora del disseny enfocat a l'usuari, etc. Aquests llocs webs evolucionats se'ls anomena des de 2004 com a Webs 2.0. Aquest tipus de web facilita la interacció entre els usuaris per una banda, i entre els desenvolupadors per l'altra. És a dir, aquets tipus de webs destaquen per la capacitat de generar contingut per parts dels usuaris i també per parts dels desenvolupadors de la web proporcionant un panell relativament fàcil d'utilitzar.

Al mateix any que s'encunyà el nom de Web 2.0 les xarxes socials fan la seua aparició amb Facebook al capdavant. Tot i que abans de l'aparició de Facebook ja van existir altres alternatives d'intercomunicació entre usuaris tal com Friendster o MySpace, no es va posar tant l'atenció amb la immensa capacitat de comunicació que hi podia tenir internet per a unir usuaris i generadors de contingut. També cal destacar la gran importància que té actualment twitter com a xarxa de microblogging o d'altres tipus de xarxes socials com Pinterest o Instagram com a xarxes per compartir imatges.

Per últim, destacarem els últims dos factors claus que van fer d'internet una xarxa de comunicació cada com més extensa. Aquets dos factors van aparèixer a l'any 2008 i són l'Open Source i el Mobil Web. L'Open Source, o també l'anomenat programari lliure de font oberta, té per objectiu permetre que tots els desenvolupadors que hi estiguin disposats puguin desenvolupar conjuntament un programari mitjançant la plena permissivitat d'accés al codi font d'aquest. Al 2008 Google publica el seu sistema operatiu per a telèfons intel·ligents anomenat Android desenvolupat com a Open Source. Cal tenir present que actualment Android es el sistema operatiu amb més presència als dispositius mòbils a nivell mundial seguit de la seva competidora Apple amb el seu sistema operatiu per a dispositius mòbils iOS.

La multiplicació dels dispositius amb pantalles de diferents proporcions ha canviat la forma en que es desenvolupen els projectes. El disseny de les pàgines web s'ha convertit en un element modelable amb capacitat d'adaptar-se a l'entorn on es visualitza, entenent com a entorn les dimensions del dispositiu i les característiques del usuari tal com la geolocalització d'aquest o el seu idioma. Aquesta flexibilitat amb la forma de mostrar la comunicació per part de les empreses exigeix als desenvolupadors a treballar amb les constants innovacions que es produeixen en l'àmbit del disseny web per generar un producte de qualitat òptima capaç de donar resposta a tot tipus d'usuari independentment de les seves característiques.

## 1.2. Front-end y back-end

Tot desenvolupador web ha de tenir clar els conceptes front-end i back-end abans d'iniciar un projecte. Aquest dos conceptes estructuren en dos grups les especialitats necessàries per desenvolupar un lloc web tal i com si fossin dues cares d'una mateixa moneda. A continuació entrem a desenvolupar aquets dos conceptes.

Entenem front-end per aquella programació que es realitza a la cara visible dels llocs webs. Son aquelles tasques que es realitzen des del punt de vista del client prioritzant les seues necessitats com a usuari de navegador i fent que el seu ús del lloc web compleixin amb les seves expectatives funcionals i estètiques. Els llenguatges necessaris per poder dominar aquesta vessant de la programació web són l'HTML, CSS o JavaScript. El primer dels llenguatges serveix per poder estructurar un lloc web, eina fonamental per poder donar-li cos. El segon llenguatge es el que proporciona el disseny clau que marca la diferencia en el resultat del producte. Aquest llenguatge compren l'estètica de la web sent essencial per a que un lloc web tingui un to més atractius per als clients. Per últim, el llenguatge JavaScript proporciona les funcionalitats necessàries per a que el lloc web estigui format per pàgines dinàmiques. Si només es treballés amb HTML i CSS les pàgines series estàtiques limitant profundament les capacitats de comunicació que es poden assolir en l'actualitat.

Per tant, un desenvolupador web enfocat al front-end no només ha de ser capaç d'estructurar i dissenyar correctament un lloc web, sinó que ha de tenir altres aspectes presents com la seva usabilitat, funcionalitat en tots els dispositius, que compleixi els estàndards de correcció, etc.

D'altra banda, el concepte de back-end dóna nom a la feina realitzada en un projecte de lloc web enfocada al costat del servidor. La part dels projecte que els clients no hi tenen accés però que es la que dóna consistència a la part d'accés dels clients. Per a que un programador pugui treballar en la part del servidor haurà de dominar nombrosos llenguatges i frameworks diferents considerant prioritari quins llenguatges utilitzar per a segons quins objectius requereixi el projecte a desenvolupar. Els llenguatges més comuns son el ASP.NET, PHP, Ruby o Python entre d'altres, i per a facilitar i accelerar el procés de desenvolupament es fan servir frameworks (que tot seguit analitzarem en el següent apartat).

No obstant, un programador enfocat en la part back-end no tindrà prou en dominar solament un d'aquets llenguatges i un framework, sinó que, per a poder emmagatzemar i accedir a la informació, també haurà d'estar familiaritzat amb el funcionament de les bases de dades. Entre les bases de dades més comunes destaquen 3 que són el SQL Server, MySQL i Oracle.

Al llarg de la vida professional d'un programador web el context el conduirà a especialitzar-se en una de les dues cares d'un lloc web. No obstant, per a projectes com aquest que s'està realitzant en els que un sol programador porta a terme totes les tasques independentment de la seva vessant, existeix un tercer concepte; full stack. També es pot aplicar en els casos en que sigui necessari un treballador que identifiqui els errors d'un lloc web on a priori no es pot determinar de quina banda s'ha produït.

### 1.3. Frameworks més utilitzats

Es defineixen els Frameworks com un conjunt d'eines digitals que proporcionen d'estructura i tecnologia per serveixen com a punt de partida en l'organització i desenvolupament d'un software. És a dir, serveix de base a un programador per poder treballar directament sobre una estructura on ja s'hi ha incorporat una sèrie de programes i biblioteques amb llenguatge ja interpretat. Amb els frameworks els programador pot unir i desenvolupar parts d'un projecte com si fossin peces per donar-li forma.

Com podem observar, la funció dels frameworks té per objectiu donar funcionalitat al programador proveint-li de patrons predisenjats capaços de cohesionar-se entre ells. Els frameworks que s'utilitzaran al llarg d'aquest projecte estaran basats en llenguatges de programació PHP i CSS. A continuació alguns dels frameworks més utilitzats basats en cadascun d'aquets dos llenguatges.

#### 1.3.1. Frameworks basats en llenguatge PHP:

Els cinc frameworks més utilitzats per programadors webs estan basats en llenguatges PHP i la majoria d'aquets son de tipus MVC (Model View Controller). Es a dir, que el programador té un panell de control per poder gestionar el codi. Aquets frameworks són:

**Symfony:** El framework més utilitzat. Importants CMS (gestors de contingut) com Drupal l'utilitzen per al seu nucli. Destaca per la facilitat en que el programador pot adaptar-se al seu funcionament.

**Zend Framework:** Un dels més importants, amb una estructura molt gran i amb gran potència amb capacitat de donar servei a grans empreses. El inconvenient que hi té és la llarga corba d'aprenentatge.

**Yii Framework:** Framework especialitat en el desenvolupament de llocs web com fòrums que requereixen un CMS sofisticat o lloc webs de e-commerce. Destaca per la seva ràpida funcionalitat i capacitat de construcció.

**Laravel:** Aquest framework es centra en l'estètica del producte desenvolupat. Naix amb la finalitat de aportar quelcom més que els típics codis de programació reproduïts fins la infinitat per part dels programadors.

**CodeIgniter:** Destaca per la seva funcionalitat. Un programador pot aprendre a utilitzar-la ràpidament sense tenir experiència prèvia. A més, incorpora molts documents a altres llengües que no són l'anglès. No obstant aquesta eina no és molt demandada actualment pel conjunt d'empreses de desenvolupament i aplicacions web.

#### 1.3.2. Frameworks basats en llenguatge CSS:

L'avantatge d'utilitzar frameworks CSS radica no només amb una forma d'estalviar temps sinó amb la potenciació d'unes eines que ens permeten prioritzar demandes que abans no existien tal com l'aparició dels navegadors web mòbil. Aquets frameworks en l'actualitat prioritzen el disseny responsive, és a dir, el disseny realitzat per a que sigui adequadament visualitzat des de tots els dispositius mòbil. Proporcionen un tanteig de la seva funcionalitat amb els diferents navegadors i permet l'ús d'un disseny escalable capaç de ser fàcilment estructurable per part dels programadors. No

obstant, si es fa un ús mediocre d'aquestes eines estalviant el temps d'aprenentatge necessari per fer-ne un ús optimitzat el resultat del producte pot estar mancat de creativitat. Per fer-ne un bon ús d'aquestes eines no només cal saber programar sinó que cal tenir prèviament ben estudiat com serà el disseny del producte que volem assolir. A continuació destaquem els dos frameworks CSS més utilitzats en l'actualitat.

**Bootstrap:** És el framework més utilitzat pels dissenyadors i maquetadors web. Destaca per la seua usabilitat o capacitat de recursos que proporciona per a un disseny web professionalitzat. És una eina que s'ha d'utilitzar adequadament i de forma optimitzada ja que un ús excessiu d'ella pot donar lloc a la formació de massa codis innecessaris que incrementin notòriament el temps de càrrega del lloc web.

**Foundation:** Aquest és el segon framework més utilitzat. És una eina relativament nova (té 4 anys de vida) i ha fet d'això la seva virtut. Conté moltes idees originals i interessants amb una escriptura de codi excel·lent. Incorpora tres versions especialitzades en objectius diferents: webs, aplicacions i emails.

# Capítol 3: Disseny

## 1. Arquitectura general del lloc web

En aquest apartat del TFM s'entrarà en anàlisi de com s'ha portat a terme el disseny i el desenvolupament del lloc web. Amb l'objectiu de treballar de la manera més eficient possible i de diversificar els mètodes de treball al projecte, s'ha treballat amb *plugins* de *Wordpress* que permeten desenvolupar el web de manera dinàmica, sense aprofundir en la programació. A continuació s'explicarà quins acords es van establir amb els propietaris del lloc web per desenvolupar el disseny tal i com ells desitjaven.

Per portar a terme una idea general de com serà la funcionalitat, estructura y disseny de web cal tenir present en primer lloc quines seran els requisits previs que hi establirà el propietari de l'empresa. Amb aquesta finalitat, es realitza una primera entrevista de punt de contacte on es senyalen una sèrie d'objectius que la web necessàriament ha de complir i, al mateix temps, el client també hi aportarà material gràfic que exemplifiqui els seus ideals estètiques i funcionals.

En aquest sentit el primer en el que s'hi treballa amb el propietari del lloc web es l'estipulació d'aquest objectius per poder deixar per escrit una llista detallada i revisable de que es vol portar a terme amb la realització del lloc web. Aquesta llista d'objectius és la següent:

- Web capaç de comunicar a pocs clics les dades bàsiques de l'establiment (telèfon, horari, xarxes socials...).
- Capacitat de reserva online.
- Imatge corporativa que reflecteixi que són clarament un saló de bellesa "físic".
- Que porti quelcom més que simplement informació o comunicació.
- Estètica minimalista amb un to d'elegància.

A més, el propietari aportà una sèrie d'enllaços de llocs webs que consideren referència en matèria de webs relacionades en salons de bellesa o similars. En aquest cas la llista de llocs webs son les següents:

- **Toni&Guy** (<http://toniandguy.es/>): Xarxa de salons de bellesa on també hi realitzen cursos de perruqueria. El client hi destaca l'estètica d'aquesta web i la secció "Style Finder" que ofereix quelcom més a la web que comunicació o informació.
- **DTox Hair Salon** (<http://dtoxbcn.com/ca/>): Perruqueria de Barcelona competència del client. Hi destaca l'estructura del lloc web com a referència.
- **Antonio Garrido** (<http://www.antoniogarrido.eu/>): Es tracta d'un reconegut perruquer amb una cadena de perruqueries al seu nom. D'aquesta web hi destaca la seva capacitat de projectar una imatge guanyadora d'aquest perruquer.



- **Backstage BCN** (<http://backstagebcn.com/>): Perruqueria especialitzada en actors o similars. D'aquest lloc web el client destaca la importància de l'apartat blog com a eina per proporcionar a la web un to de coneixement i professionalitat de cara a l'usuari que s'hi senti atret per les diferents novetats que s'hi produeixen en el camp de l'estètica i perruqueria.

A partir d'aquestes indicacions es va planificar com portar a terme el disseny general per construir la pàgina d'inici del lloc web realitzant un PSD amb Photoshop. No obstant, abans de desenvolupar aquest PSD es va realitzar la planificació de la pàgina inicial per seccions, posant per escrit de forma esquemàtica com seria la idea inicial en cadascuna d'aquestes.

A continuació es presentarà aquestes idees generals per seccions amb ordre d'aparició al lloc web; des del header fins al footer.

### **1.1. Menú Superior**

Aquest tipus de menú serà adaptable al contingut, és a dir, quan un usuari entri a la web la primera impressió que tindrà serà que tant el logotip (situat a l'esquerra del menú) com les paraules del menú (situades a la dreta del menú) comparteixin horitzontalment un lloc de referència a la part superior del lloc web sense que aquest hi comparteixi el fons amb el header. La primera impressió que hi tindrà l'usuari serà un menú que hi ocupi una franja superior destacada i a sota el header que ocuparà la resta de la pantalla. Quan l'usuari s'hi desplaci cap avall per observar la resta del contingut de la home, el menú superior canviarà de fons a un negre amb un petit grau de transparència adaptant-se a la part superior de la pantalla en tot moment.

### **1.2. Header**

El Header serà una imatge desenfocada de l'establiment per dins (Arxiu "Header Background") amb una capa superior que desenfocui la imatge de fons i li doni un to gris.

Com ja s'ha indicat, el header estarà a sota del menú superior y ocuparà la resta de la pantalla quan l'usuari entri al lloc web abans de desplaçar-se cap avall.

En aquest sentit, dividim el header en 3 parts: 2 parts que constituïrien la part frontal de la imatge del background que es col·locarà al fons del header i una part que constituïria una petita franja inferior. Les primeres dos parts dividides verticalment pel centre s'introduiria un lema corporatiu i un calendari dels horaris de l'establiment. La franja inferior ens serviria per presentar de forma destacada un text acompanyat d'un vot on l'usuari pugui portar a terme una cita. El fons d'aquest apartat serà fosc amb una imatge de fons diferent a la de la resta del header.

### **1.3. Secció NUESTROS SERVICIOS**

En aquest apartat es comunicarà quins són els serveis que s'ofereixen als usuaris i el preu d'aquests. Com la llista de serveis (encara per determinar en la fase de disseny) serà superior a 4, es decideix que

la millor forma per exposar aquesta informació es la de realitzar una pestanya per tipus de servei on al clicar en cadascuna s'exposi el seus respectius preus dels serveis dins de la mateixa tipologia.

Les pestanyes estaran centrades i amb una ampla separació entre elles presentant els preus a sota. Tant la pestanya selecciona com les que se li passi el cursor a sobre (hover) estaran marcades amb una vora de 1px negra per proporcionar un to d'elegancia i omplir el espai on predomina el fons blanc de la home.

#### **1.4. Secció LOOKBOOK**

Aquesta secció té la finalitat de destacar un enllaç que porti a una galeria de imatges categoritzades. Es tracta d'una galeria en el que els usuaris poden navegar entre diferents tipografies de pentinats que serveixin de inspiració i informació.

Aquesta secció ocuparà una 40% d'alt de pantalla i contindrà una imatge de fons amb un text i enllaç al centre. El text estarà format de dos frases:

“¿NECESITAS INSPIRACIÓN PARA NUESTRO LOOK?” i “Busca e inspírate en nuestro catálogo de peinados”.

#### **1.5. Secció GALERIA D'IMATGES**

La galeria de imatges que s'hi presentaran a la home del lloc web estarà format per dos o tres files de imatges relativament petites ordenades de forma irregular. La idea serà proporcionar un nombre reduït de imatges en aquesta secció i, si l'usuari ho considera oportú, es podrà accedir mitjançant un click en el títol de la secció a poder accedir a la resta de imatges.

#### **1.6. Secció "ELS NOSTRES PRODUCTES"**

Aquesta secció té la finalitat de comunicar als usuaris quina marca de productes s'utilitza en aquest establiment mostrant una imatge de qualitat i sofisticació. Hi ha un total de 7 marques. S'opta per realitzar un slider dividit en dos grups de imatges (un primer grup de 4 i un segon de 2) on fent un click l'usuari pugui desplaçar-se entre ambos grups de imatges. Cadascuna d'aquestes imatges correspondria a una imatge del logo de la marca. Fent click en cadascuna d'elles l'usuari podrà accedir a una pagina informativa on es comuniqui informació general sobre aquesta marca i quins productes d'aquesta s'hi utilitzen.

Aquesta secció tindrà una imatge de fons fosca i cadascun dels logos se li aplicarà una capa grisa que destaquí per sobre d'aquest fons. La imatge escollida de fons serà una imatge que representi una gama de productes clàssics relacionats amb la perruqueria tal com tisores o productes similars.

#### **1.7. FOOTER**

L'última secció situada en la part inferior de la home ha de contenir les dades bàsiques del lloc web tal com l'horari, la localització o un arbre de navegació.

Aquest apartat estarà dividida en tres seccions verticals. En la primera secció de l'esquerra contindrà un breu text que comuniqui els valors de l'empresa acompanyat d'enllaços a les xarxes socials. La segona secció contindrà un arbre de navegació del lloc web. I per últim, l'última secció de la dreta

contindrà el telèfon, localització i informació addicional de l'establiment tal com un mapa de google maps.

### 3. Arquitectura de la informació i diagrames de navegació

L'estructura del lloc web s'ha organitzat de forma ramificada. La gran part de les pàgines son accesbles des de la paàgina principal o bé des del menú superior. Abans d'endinsar-se a realitzar el disseny cal tenir present en primer lloc quines funcions ha de complir el lloc web i en segon lloc quins elements s'introduiran per poder realitzar correctament l'estructura i despres el seu disseny.

En aquest cas es presenta a continuació el mapa conceptual portat a terme en aquest projecte:

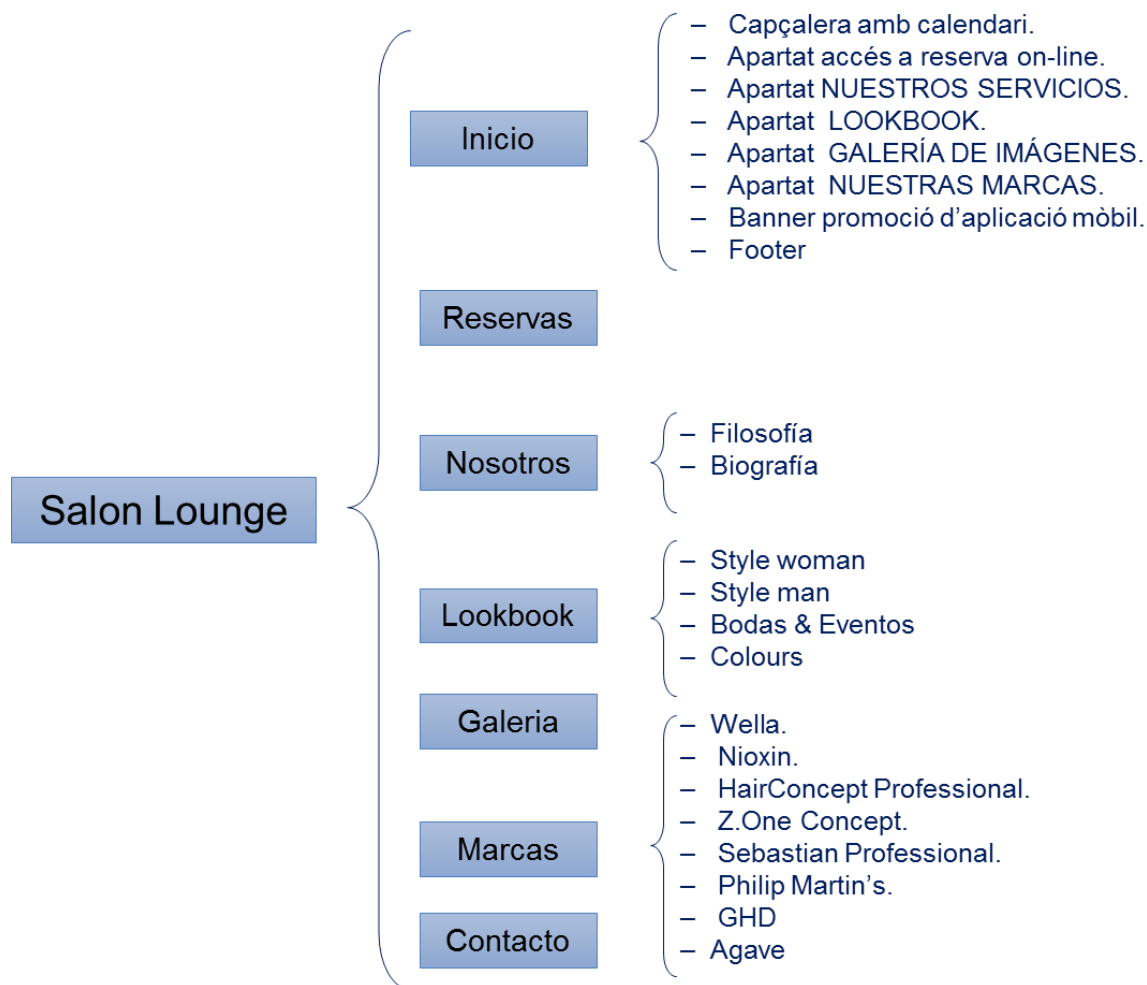


Figura 1. Mapa conceptual

Com es pot observar al mapa conceptual l'estructura d'aquest lloc web consta de 6 parts. En primer lloc tenim la pàgina d'inici o pàgina principal on s'inclou la majoria dels elements informatius del lloc web i l'accés a la resta de apartats. Des d'aquesta pàgina principal es pot accedir a la pàgina de reserves on els usuaris poder realitzar les seves cites assignant-s'hi una hora per fer la visita al local.

La secció de "nosotros" consta de dues parts: la filosofia de l'empresa i la biografia de l'estilista cap de l'empresa. En aquestes pàgines es fa s'exposa quines son les característiques de l'empresa que els

fa ser diferents a la resta d'empreses similars al mercat i aporta informació sobre l'experiència i recorregut que han tingut fins arribar a la inauguració d'aquest local.

La secció "lookbook" és un catàleg de possibles pentinats que els clients poden escollir. Aquesta secció està categoritzada en quatre parts; la dicotomia home/dona clàssica i altres dos més particulars com són la de "bodes & eventos" per a pentinats més especials i una última de colors destinats als clients que vulguin canviar-se el color dels seus cabells.

La galeria de imatges és la secció on es destinaran totes les imatges del local que els propietaris consideren oportunes per mostrar una imatge de proximitat cap als seus clients. D'altra banda, la secció de marques recull per cada pàgina els productes de cada marca per explicar al públic la diversitat i qualitat dels productes que fan servir. Com es pot observar al mapa conceptual hi ha un total de huit marques on s'ha realitzat una pàgina pròpia per explicar els productes que s'han utilitzat per marca.

Finalment, la secció de contacte recull tota la informació necessària per poder posar-se en contacte amb el saló d'estètica i perruqueria. Incorpora entre la seva informació el telèfon, correu, direcció, enllaç a les xarxes socials i un formulari per enviar algun missatge als propietaris.

### 3. Disseny gràfic i interfícies

Un cop s'han proporcionat els paràmetres i indicacions necessaris que requerirà el lloc web a realitzar, s'hi disposa a portar a terme un primer PSD de Photoshop que pugi aglomerar cadascuna de les característiques destacades dels llocs webs analitzat prèviament. Per poder portar a terme aquest PSD cal prèviament decidir (tot i que no es definitiu, sinó que caldrà revisar-ho en cada fase) alguns aspectes importants tal com quins elements hi apareixeran al menú principal, quins hi seran al Header, quins seran els colors a escollir, etc. Tot seguit analitzem cadascun d'aquests aspectes en base al disseny del PSD.

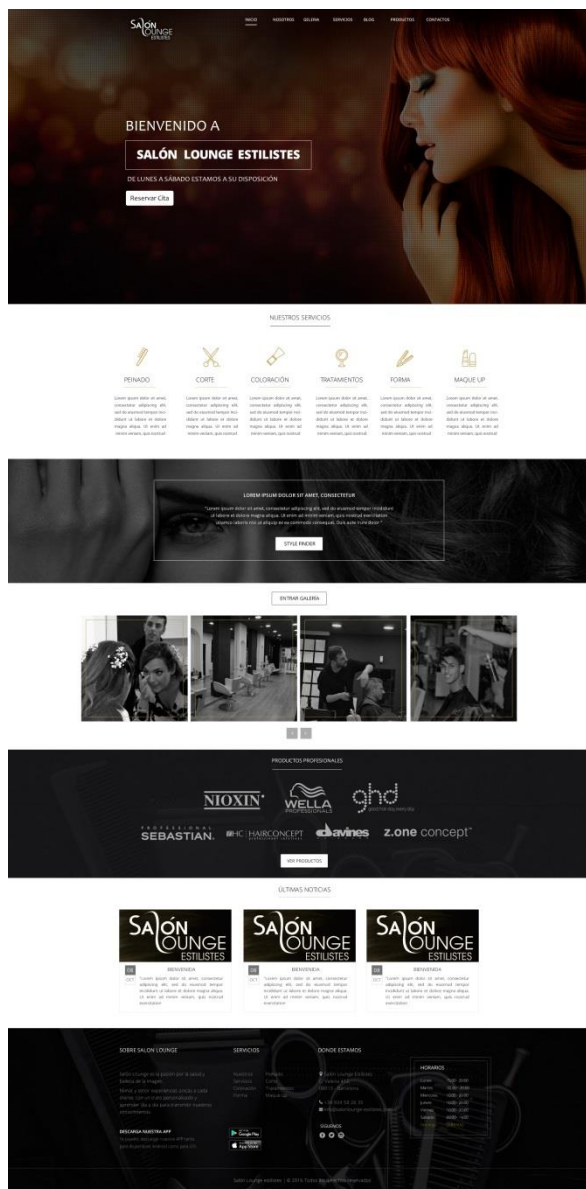


Figura 2. Mostra PSD primer disseny.

Cal explicar que en aquesta fase s'han realitzat dos dissenys PSD. El primer disseny tenia per objectiu ser un punt de referència entre client i dissenyador per posar a prova si els criteris que el primer establí eren planament compresos pel segon. Un cop portat a terme el primer PSD tots dos han

manifestat quins aspectes son millorables i quins es poden obviar. Així doncs, s'hi realitza més tard una segona mostra PSD que definitivament reflecteixi com serà el disseny que més s'adapta als gustos i finalitats del client.

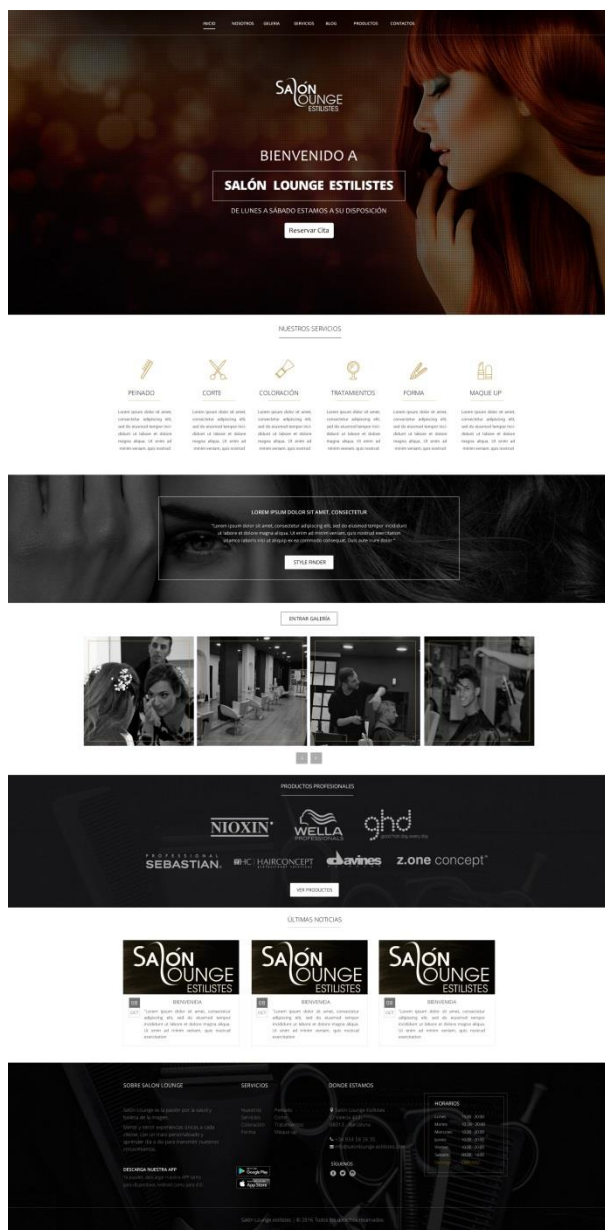


Figura 3. Mostra PSD segon disseny.

La finalitat de realitzar una mostra PSD que reuneixi totes les demandes del client és de suma importància per a les fases següents del projecte. Tot el temps i esforç que s'hi inverteix en aquesta es projectarà posteriorment de forma beneficiosa en complir els temps establerts en les següents fases ja que, si el disseny està clar per ambdues parts participants en el projecte s'hi evitaran futurs errors de comprensió o canvis estructurals que puguin prorrogar el projecte al llarg del temps.

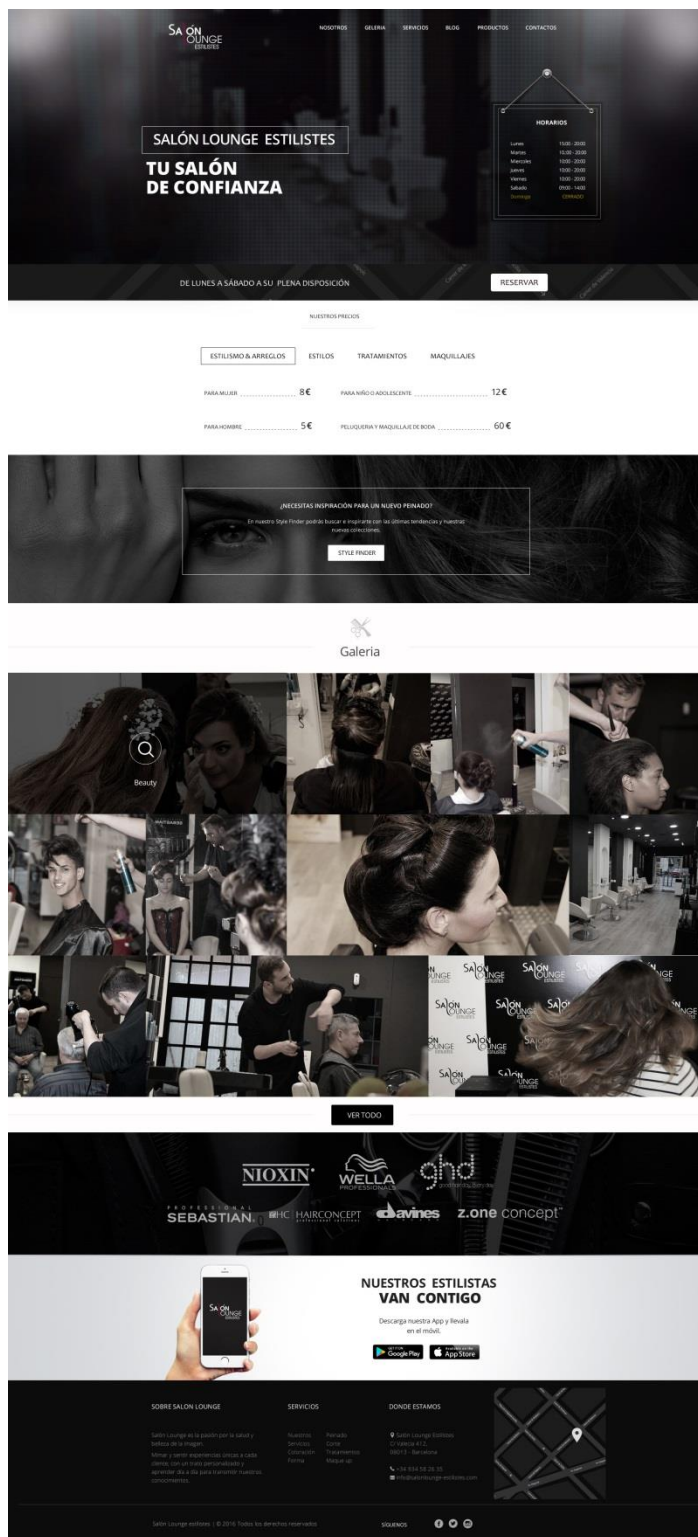


Figura 4. Mostra PSD tercer disseny i definitiu

### 3.1 Estils

Blanc / Negre / Plata (# C0C0C0)

Els colors escollits son el negre, el blanc i un tercer color gris suau similar al color plata. Amb aquests colors s'aposta per un disseny elegant, senzill i amb capacitat de comunicar elegància. Tot i que es una



gamma de colors perillosa ja que s'hi no s'aplica correctament pot acabar proporcionant una imatge gris i avorrida. Per evitar que passi això s'aposta per utilitzar el color blanc com a color del background del lloc web, el negre com a color principal de les lletres i imatges destacades, i finalment el gris hi donarà en aquells elements o textos secundaris el color necessari per a que l'usuari intuïtivament pugi observar que son efectivament elements menys destacats.

Pel que fa a la tipografia utilitzada s'ha utilitza l'anomenada Cantana One, una tipografia lliure de drets. Aquesta tipografia s'ha utilitzat en quasi la totalitat de la web modificant la seva mida. Per exemple, per als títols principals s'ha utilitzat una mida de 40px, per als títols secundaris 22px i per a les lletres habituals de 14px. Únicament s'ha introduït una tipografia diferent en la capçalera. En aquesta la tipografia de la primera part del títol principal<sup>3</sup> és Abril Fatface i el de la segona part<sup>4</sup> és la tipografia anomenada Lato. Totes dues també són lliures de drets d'ús.

Per últim, cal especificar que un element clau com és el logotip de l'empresa ja estava creat prèviament i aquest ha sigut proporcionat pels propietaris de l'empresa per al seu ús al lloc web. El motiu és que aquest saló de bellesa ja va requerir, en el moment de la seva inauguració, la creació d'un logotip per a l'entrada del seu local. Per tant, en aquest sentit no era necessari ni crear un logotip de nou ni modificar-lo.

### 3.2 Usabilitat

Com ja s'ha indicat a l'inici del capítol 2 d'aquest projecte final de màster, mitjançant el mapa conceptual ens poder fer una idea de que hi ha, a banda de la pàgina d'inici sis apartats. D'aquets sis apartats, els que no tenen subapartat tenen la seva pàgina web. En canvi, els qui si tenen subapartats són els subapartats els que tenen pàgina web i no el apartat que els engloba. S'ha considerat que la funció d'englobar cada subapartat des d'una pàgina de referencia ja estava complint-se des de la pàgina principal i per tant no cali crear una altra pàgina que les tornes a englobar.

A la següent taula podem observar el total de pàgines web creades

APARTAT	SUBAPARTAT
Inici	
Reservas	
Nosotros	Filosofia, Biografia
Lookbook	<i>Slyle Woman, Syle Man, Bodas &amp; Eventos, Colours</i> <sup>5</sup>
Galeria	
Marcas	Gdd, hairConcept, Nioxin, Sebastian, Wella, ZonaConcept
Blog	
Contacto	

Taula 2. Taula de pàgines creades per seccions.

<sup>3</sup> "Tu belleza", primera part del títol del header.

<sup>4</sup> "EN NUESTRAS MANOS", segona part del títol al header.

<sup>5</sup> Més que subapartats en realitat son categories de l'apartat principal.

Com podem observar a la taula, a banda del apartat *lookbook* que els seus subapartats en realitat són categories ja que es gestionen totes des de la pàgina de *lookbook* i no cal anar canviant de pàgina per veure cada categoria, els apartats "nosotros" i "marcas" són els únics que no tenen una pàgina pròpia. En canvi, els seus subapartats si tenen pàgina pròpia. Per tant, podem contar que el lloc web preveu tenir un total de catorze pàgines.

Pel que fa a la seva navegació, el usuari tindrà com a eina principal per navegar entre pàgines el menú superior. Des d'aquets, amb la excepció de la pàgina de reserves que només es pot accedir des de la pàgina de inici, tots els apartats es poden accedir des del menú superior independentment de la pàgina en la q es trobi. Cal afegir que el menú superior està adaptat per a dispositius mòbils accessible des d'una icona amb forma de tres línies que al clicar fa aparèixer el menú desplegable.

L'usuari també podrà navegar entre pàgines a través de la pàgina de inici. En el cas de d'accedir a la pàgina reserves només ho podrà fer des de la pàgina d'inici ja que vam considerar que de l'altra forma el menú superior -o menú desplegable en cas de dispositius mòbils- quedava excessivament carregat d'elements. En canvi, des de la pàgina d'inici el botó que dona accés a la pàgina de reserves d'una forma destacada i ocupant la primera posició després de la capçalera.

Finalment, per garantir la plena navegació pel lloc web des de qualsevol dispositiu o navegador s'ha habilitat, al final de la primera columna del *footer*, un apartat anomenat "navegación" on inclou totes les pàgines que hi ha al lloc web.

## 4. Llenguatges de programació i APIs utilitzades

En aquest apartat s'explica quins són els principals gestors de continguts -i quin d'aquest s'ha escollit- i quins són els plugins que s'han utilitzat per construir el lloc web -i com s'han utilitzat.

### 4.1. Gestor de contingut

Per a facilitar la gestió del lloc web y proporcionar al client una eina que possibiliti la seva participació en el projecte com a creador de contingut tenim a la nostra disposició l'ús dels gestors de contingut (CMS). Aquesta eina facilita un panell intern on els administradors i creadors de contingut poden interactuar amb el lloc web de forma intuïtiva sense necessitat de tenir grans coneixements de programació. Entre les característiques comunes a tots els CMS, trobem l'existència d'una comunitat online per cercar ajuda, la facilitat per afegir plantilles de disseny, sistemes de mòduls, etc. Al mercat hi ha molts gestors de contingut, cadascun especialitzat per a cada tipus de llocs webs. A la taula següent es mostren els CMS més utilitzats per als tipus principals de webs:

Blogs	Fòrums	Wiki	Botiga online	Entorn educatiu	Portals web
Wordpress*	phpBB	Mediawiki	Prestashop	Moodle	Drupal
Blogger	vBulletin	Dokuwiki	Opencart		Joomla

Taula 3. Tipus de CMS.

Al present projecte s'utilitzarà el gestor de continguts **Wordpress**. Tot i que aquest CMS inicialment va néixer com una plataforma de blog, la seva ràpida i gran extensió (actualment més del 25 % dels llocs webs utilitzen aquest CMS) ha fet que en l'actualitat pugui utilitzar-se per a la creació de pràcticament qualsevol tipus de web. Per a aquest propòsit s'utilitza un sistema de mòduls (en aquest cas anomenats plugins) que permeten al desenvolupador estendre la funcionalitat del lloc web amb senzillesa.

Per exemple, el plugin més popular per a la integració d'una botiga online a un lloc web desenvolupat amb Wordpress és WooCommerce, el qual permet introduir els productes en venda amb les seves característiques (preu, pes, color, etc.), inclou la plataforma de pagament, la possibilitat d'afegir cupons de descompte, la integració de xarxes socials, i en resum pràcticament totes les funcionalitats que es poden trobar a un CSM especialitzat en botigues online. Un altre exemple és bbpress, que permet la creació d'un fòrum de manera senzilla des del panell de Wordpress.

Aquesta facilitat per integrar diversos tipus de webs en el mateix panell és un dels motius pels quals Wordpress és utilitzat en l'actualitat a més del 25 % dels llocs web [1], i el motiu pel qual s'utilitzarà al present projecte.

## 4.2. Plugins utilitzats

A continuació s'explica quins apartats i elements han sigut realitzat amb cadascun d'aquests plugins:

**Visual Composer** funciona en base a shortcodes que inserta dins del contingut de WordPress per crear noves estructures al contingut web en base al disseny que proporciona la plantilla. Tot i que té un marge de capacitat per editar l'estil del lloc web, aquesta opció s'haurà de combinar necessàriament amb la modificació dels arxius CSS que incorpora la plantilla Wordpress per obtenir un lloc web amb identitat i estil propi. No obstant, es una plugin complet pel que fa a la construcció de l'estructura del conjunt de pàgines que formen el lloc web.

Amb aquesta s'ha construït la base estructural de totes les pàgines que formen la web de l'empresa Salon Lounge Estilistes. Començant per la home del lloc web, amb el Visual Composer s'ha assignat el contingut i l'espaiat que hi ocuparà cada element que la forma. D'altra banda, amb altres pàgines com la galeria de imatges només s'ha utilitzat aquest plugin per inserir un sol element en aquest cas se li ha indicat que operi un shortcode que proporciona contingut del plugin Master Slider.

**Slider Revolution** és un plugin destacat al mercat per la seva capacitat de crear sliders (és a dir, imatges fixes o canviants que s'hi alternin en un mateix espai de la web) per la seva capacitat de combinar fons amb capacitat d'aplicar-li filtres amb elements tal com articles o pàgines, imatges, textos o botons, vídeos i formularis entre d'altres. Aquesta capacitat per poder gestionar tot tipus de contingut es suma a la seva capacitat responsive de preveure com s'hi veuran els elements en tot tipus de pantalla per facilitar-ne la seva construcció.

Amb aquest plugin s'han dissenyat nombrosos elements del lloc web. Tot el header influïnt la franja de sota que incorpora l'enllaç de demanar cita com la resta de headers de les pàgines de les respectives marques de productes que s'hi utilitzen. Pel que fa a la home, a banda del header el slider revolution també s'ha utilitzar per inserir el contingut les seccions de style finder i el banner amb enllaç a la descarrega de l'app.

**Essential Grid** es un plugin que permet construir galeries de imatges basades en senzilles caixes amb capacitat de gestionar-les de forma global o individual. L'usuari pot gestionar aspectes fonamentals basats en el disseny de la galeria tal com l'amplada entre imatges o el color del fons. També permet inserir elements tal com text o enllaços. Un dels principals avantatges que incorpora es la capacitat d'ordenar quantes imatges per fila s'hi posicionaran depenent de la pantalla que les visualitzi, el que permet una fàcil gestió que respecta el responsive design.

Amb aquest plugin s'ha realitzat la secció de productes i la galeria de imatges, ambdues situades en la home. També s'ha utilitzat a cada pàgina on s'hi presenten els productes de cada marca que s'utilitzen a l'establiment integrant un efecte al situar a sobre el cursor (efecte hover) que fa que pareixi en destacat el títol del producte, la seva tipologia i un breu text descriptiu. Tanmateix cal tenir en compte que, tot i que encara no s'ha construït, la respectiva pàgina del style finder també es realitzarà amb aquest plugin com a eina. L'objectiu serà presentar una sèrie de pestanyes dividides per tipologies de pentinats que incorpori cadascuna un shorcode on s'hi visualitzin les imatges que pertoquen

proporcionant a l'usuari web una opció per compartir a les xarxes socials imatges al lloc web que beneficien en un futur a la campanya de màrqueting online.

**Master Slider** té la mateixa capacitat de crear slider com el plugin abans presentat anomenat Slider Revolution. No obstant, el que destaca es la capacitat de crear sliders (o imatges canviants) amb formats estètics molt més contundents com per exemple la capacitat de crear galeries de imatge en 3D que permet navegar entre les imatges arrastrant les imatges (de forma alternativa a la clàssica de clicar en un boto o un altre per poder desplaçar-hi).

En aquest cas, com s'ha indicat prèviament, aquest plugin només s'ha utilitzat per crear la pàgina respectiva de la galeria de imatges accessible des del menú principal o fent click en el títol "Galeria de Imatges" de la seva respectiva secció a la home. No obstant, aquesta eina pot ser utilitzada per a futures activitats en base a les necessitats estètiques que més endavant pugui tenir el client.

# Capítol 4: Implementació

## 1. Construcció del lloc web

Un cop s'ha realitzat el disseny del segon PSD d'acord amb les premisses establertes pel client i les modificacions realitzades respecte el segon PSD s'hi porta a terme la fase de construcció de la web. En aquesta fase es disposa a portar a terme aquesta construcció en un domini diferent al que s'hi penjarà definitivament amb la finalitat de respectar la decisió del client de no penjar el lloc web fins que no estigui construït definitivament. El domini en el que el lloc web s'ha realitzat en aquesta fase es [www.salon1.didea.es](http://www.salon1.didea.es).

Per a portar a terme aquesta construcció s'ha instal·lat al servidor propietat de l'estudiant una plantilla wordpress anomenada Rosie escollida per les seves característiques d'estil similars al de la mostra PSD realitzada. Un cop instal·lada s'han esborrat tots els elements que aquesta hi contenia con pàgines ja construïdes que no eren necessàries. Posteriorment s'ha disposat a instal·lar tots aquells plugins de construcció web que s'hi ha utilitzat per donar estructura i disseny al lloc web. Com s'ha indicat en el darrer apartat, els plugins més utilitzats per a portar a terme la construcció del lloc web sense necessitat de programar són: Visual Composer, Slider Revolution, Essential Grid i Master Slider.

A continuació s'analitzarà com s'ha construït la pàgina que pertany a la secció "lookbook" com a exemple de com s'ha construït la totalitat del lloc web fent servir dos dels quatre plugins que s'han destacat.

### 1.1. Secció "Lookbook"<sup>6</sup>

Com es va detallar a la darrera entrega aquesta secció va sofrir un endarreriment a causa de l'absència d'una quantitat suficient de imatges que poguessin garantir una secció competent. Un cop informat del contratemps al client aquest es va posar en contacte amb la companyia Wella, empresa de cosmètica, per a que li proporcionés un pack de imatges d'alta qualitat amb permisos per utilitzar-la.

Un cop en possessió d'aquestes imatges es va avaluar la quantitat d'apartats que s'haurien de mostrar, es a dir, entre quines categories de cabells l'usuari podrà navegar. Es va acordar quatre categories i, a petició del client, el nom d'aquestes (menys una) es van fer en anglès. Aquestes categories són:

- Style Woman
- Style Man
- Bodas & Eventos
- Colours

Per satisfer una navegació ràpida, senzilla i intuïtiva es va crear una pàgina sense capçalera que l'encapçala 4 pestanyes amb les 4 categories anomenades. Per crear aquestes pestanyes es va fer utilitzar el "Visual Composer" per combinar aquest plugin amb el "Essential Gridd". Cada pestanya

---

<sup>6</sup> <http://salonlounge-estilistes.com/lookbook/>

conté al seu interior un grup de imatges diferent creades amb "Essential Gridd" que permet que al seleccionar una pestanya aquesta carregui la seva respectiva galeria.

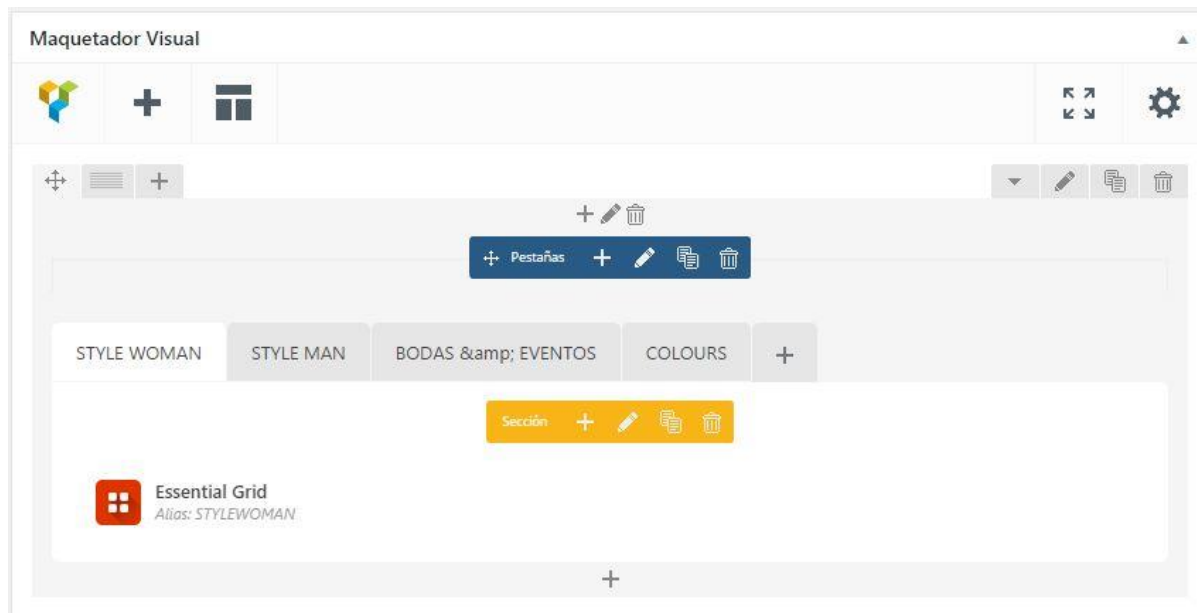


Figura 5. Editor Visual Composer

Cal afegir dos apunts més en aquest apartat. En primer lloc, s'ha definit que contingui un nombre diferent de imatges per fila depenent del dispositiu que s'hi connecti al lloc web. En la següent imatge, a l'apartat "Columns", es pot visualitzar com s'ha especificat el nombre de imatges per cada fila. Per exemple, per a pantalles amples com les d'una pantalla gran o una tableta en horitzontal se li han assignat 4 imatges per fila, en canvi en els dispositius mòbils petits en vertical se li ha assignat una imatge per fila. El segon apunt rau amb un contratemps que ha provocat aquesta secció un cop construïda. Aquest es que el Visual Composer no podia carregar més d'una galeria per pestanya provocant que quan es canviés de pestanya les imatges que mostrava eren de mida molt reduïda. Aquest incident es va solucionar modificant la pàgina de CSS corresponent indicant que sempre, totes els galeries, es carregin quan la pagina sigui carregada encara que el usuari no faci click per visualitzar-la.

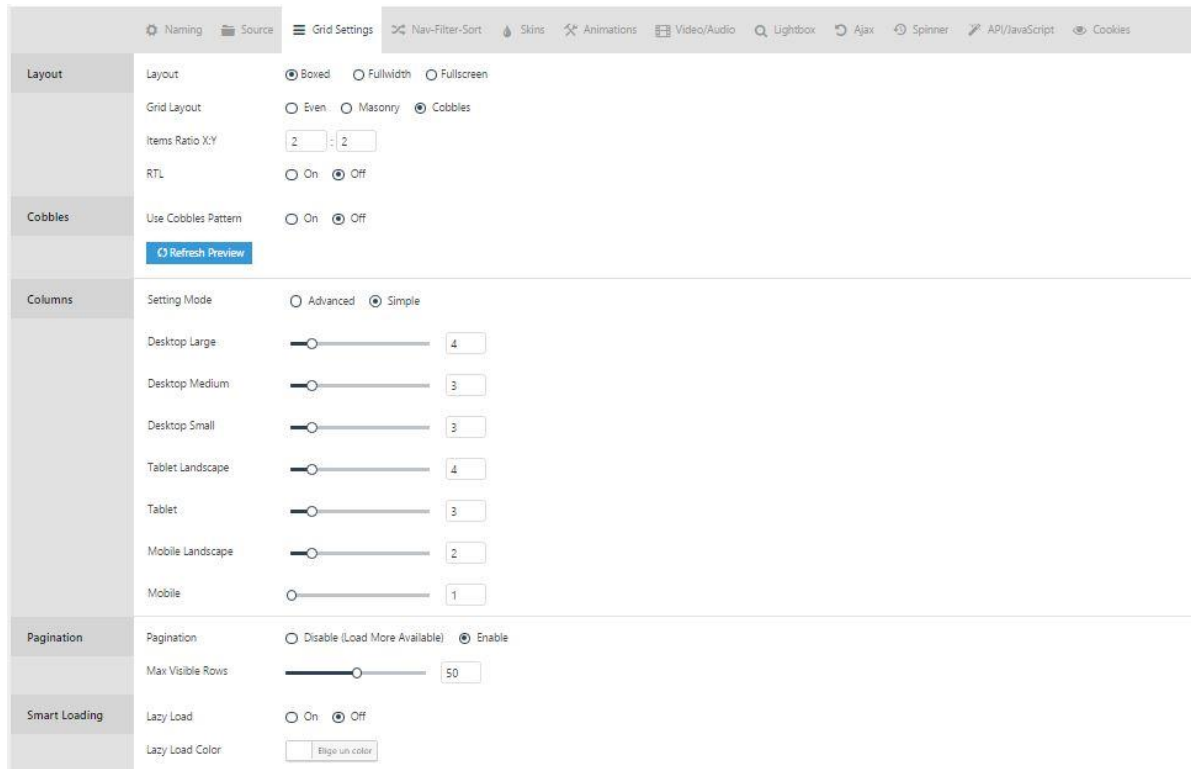


Figura 6. Editor Essential Grid



## 2. Creació del sistema de reserves

### 2.1. Funcionament

El sistema de reserves de es pot trobar a la següent URL: <http://salonlounge-estilistes/reservas/>. Consisteix en primer lloc en un calendari, en el que apareixen en gris els dies passats, en verd els dies sense cap reserva realitzada, en taronja els dies en alguna reserva realitzada però amb blocs disponibles, i en roig els dies on no queda cap bloc disponible per reservar. Per últim, els dies en els que la perruqueria es troba tancada es mostren en blau.

« diciembre, 2016 »						
l	m	m	j	v	s	d
			1	2	CERRADO	CERRADO
5	6	7	8	9	CERRADO	CERRADO
12	13	14	15	16	CERRADO	CERRADO
19	20	21	22	23	CERRADO	CERRADO
26	27	28	29	30	CERRADO	

Figura 7. Calendari

Els dies amb reserves disponibles permeten fer click a sobre d'ells. En fer-lo, apareix a sota un quadre on es mostren tots els horaris disponibles (és a dir, en els quals no existeix cap reserva) i un checkbox que permet reservar un determinat bloc horari.

Horarios disponibles		
Los siguientes horarios están disponibles el 22-12-2016		
Inicio	Fin	Reservar
10:00:00	10:30:00	<input type="checkbox"/>
10:30:00	11:00:00	<input type="checkbox"/>
11:00:00	11:30:00	<input type="checkbox"/>
11:30:00	12:00:00	<input type="checkbox"/>
12:00:00	12:30:00	<input type="checkbox"/>
12:30:00	13:00:00	<input type="checkbox"/>
13:00:00	13:30:00	<input type="checkbox"/>
13:30:00	14:00:00	<input type="checkbox"/>
14:00:00	14:30:00	<input type="checkbox"/>
14:30:00	15:00:00	<input checked="" type="checkbox"/>
15:00:00	15:30:00	<input type="checkbox"/>
15:30:00	16:00:00	<input type="checkbox"/>
16:00:00	16:30:00	<input type="checkbox"/>
16:30:00	17:00:00	<input type="checkbox"/>
17:00:00	17:30:00	<input type="checkbox"/>
17:30:00	18:00:00	<input type="checkbox"/>
18:00:00	18:30:00	<input type="checkbox"/>
18:30:00	19:00:00	<input type="checkbox"/>
19:00:00	19:30:00	<input type="checkbox"/>

Figura 8. Horaris disponibles per reservar

Quan se selecciona algun dels blocs disponibles, apareix a sota el formulari de reserva on l'usuari ha d'introduir el nom, email i telèfon. Aquestes dades, junt amb la data i hora de la reserva, s'enviaran a la base de dades al fer click al botó "Reservar".



Formulari de reserva  
12:00:00 - 12:30:00

Nombre

Email

Phone

Reservar

Figura 9. Enviar reserva realitzada per l'usuari

Per últim, un cop s'envien les dades es redigirà a l'usuari a una pàgina de confirmació.

**Tu reserva se ha realizado con éxito**  
**Estamos encantados de recibirle en Salon Lounge Estilistes**



Figura 10. Missatge de reserva realitzada correctament

Com s'ha comentat a l'informe del treball, la realització del back-end del sistema de reserves s'ha retardat una setmana. No obstant, amb l'objectiu de comprovar que el front-end funciona correctament, de manera provisional es pot veure el resultat de les reserves en la següent adreça: <http://salonlounge-estilistes.com/wp-content/themes/rosie/admin.php>

## 2.2. Desenvolupament

La creació del sistema de reserves es realitzarà de 0 combinant els llenguatges html, css, php i javascript de manera que pugui integrar-se senzillament al web sense necessitat d'utilitzar cap complement extern.

El primer component necessari per al sistema de reserves és una base de dades on s'emmagatzemarà la informació dels usuaris que realitzin una reserva. Les dades que s'ha considerat que es necessitaran són les següents:

- ID (nombre únic de la reserva per distingir-la d'altres).
- Data
- Hora d'inici
- Nom
- Email
- Número de telèfon

Per tant, s'ha creat una base de dades i en MySQL amb una columna corresponent a cadascuna d'aquestes variables, com es pot veure a la imatge següent:

#	Nombre	Tipo	Cotejamiento	Atributos	Nulo	Predeterminado	Extra
<input type="checkbox"/>	1 <b>id</b>	int(100)			No	Ninguna	AUTO_INCREMENT
<input type="checkbox"/>	2 <b>data</b>	date			No	Ninguna	
<input type="checkbox"/>	3 <b>inici</b>	time			No	Ninguna	
<input type="checkbox"/>	4 <b>nom</b>	varchar(100)	utf8_unicode_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/>	5 <b>email</b>	varchar(200)	utf8_unicode_ci		No	Ninguna	
<input type="checkbox"/>	6 <b>phone</b>	varchar(50)	utf8_unicode_ci		No	Ninguna	

Figura 11. Variables de la base de dades

La variable id és del tipus enter, començant a 1 i s'anirà incrementant en 1 cada cop que un usuari realitza una reserva. Les variables "data" i "inici" són dels tipus data i hora respectivament. Per últim, "nom", "email" i "phone" són del tipus varchar, amb diferents màxims en el nombre de caràcters per a cadascuna, ja que els números de telèfon solen tindre 9 caràcters (es posa un màxim de 50 per marge), els noms solen ser més llargs i els emails poden ser més llargs ja que sovint inclouen nom, cognoms i la extensió del domini.

Un cop creada la base de dades, cal crear un fitxer php per a establir la connexió amb la mateixa. Aquest fitxer es troba a la carpeta php i té el nom connect.php

```
<?php
$host="localhost";
$user="didea_calendari";
$password="password123";
$db = "didea_calendari";

$link = mysqli_connect($host, $user, $password);
mysqli_select_db($link, $db) or die(mysql_error());
?>
```

L'arxiu principal del sistema de reserves és reserves.php. En aquest arxiu es troba en primer lloc s'obtenen les variables de la URL corresponents a la data seleccionada per l'usuari (s'explicarà en detall més endavant). Després, cal registrar en wordpress el fitxer CSS corresponent al sistema de reserves, ja que s'ha considerat més adequat afegir-lo com un arxiu a part per motius de comoditat i ordre.

Un cop realitzades aquestes tasques, es començarà amb la part de html. A la zona <head> trobem la codificació del web, el títol, les referències als fitxers css utilitzats, i una funció en javascript que té la funció de mostrar/amagar la taula de reserva en funció de si se selecciona un bloc de temps al quadre de horaris disponibles, així com comprovar que tots els camps estan plens abans d'enviar les dades. A la part de <body> s'implement es crida a la funció que dibuixa el calendari crear\_calendari, el qual es troba a la classe reservar a classes/reservar.php.

La classe reservar en primer lloc connecta amb la base de dades i a continuació es troben les variables modificables amb les que es treballarà. Aquestes són \$hora\_inici i \$hora\_fi (primera i última hora a la que es realitzen reserves), \$frecuencia (interval de temps en minuts que dura cada bloc de reserva), \$tancat (els dies en què està tancada la perruqueria), \$text\_tancat (el text que apareixerà al calendari els dies tancats) i \$setmana (conté els noms dels dies de la setmana en ordre en castellà). També es declaren les altres variables que s'utilitzaran a la classe.

A continuació es troben les 8 funcions que componen la classe. Aquestes variables es troben encadenades una a dintre de l'altra, de manera que crear\_calendari crida a crear\_array\_reserves, aquesta crida a la següent, etc. A continuació s'explica breument cadascuna d'elles:

- **Crear\_calendari:** aquesta primera funció dóna a les variables \$day, \$month i \$year els valors que s'han obtingut anteriorment de la URL en cas que s'hagi seleccionat algun dia al calendari. Finalment crida a la funció crear\_array\_reserves.
- **Crear\_array\_reserves:** és l'encarregada de calcular quans blocs hi ha cada dia i comprovar si el dia seleccionat es troba parcialment\_seleccionat o completament lliure. Crida a la funció crear\_array\_dies.
- **Crear\_array\_dies:** aquesta funció crea una array per al mes seleccionat, donant a cada dia un número i un nom corresponents al dia de la setmana. Un exemple d'array de dies seria el següent:

```
[0] => Array
(
    [dianum] => 1
    [nomdia] => Lunes
)

[1] => Array
(
    [dianum] => 2
    [nomdia] => Martes
```

L'element [6] seria per tant igual al [0], ja que torna a ser dilluns.

Aquesta funció crida al final a espais\_inici i espais\_fi

- **Espais\_inici:** a l'array de dies creada al punt anterior, afegeix dies en blanc corresponents als dies de la setmana anteriors al dia 1 del mes. És a dir, si per exemple el dia 1 fos dimecres, afegiria dos espais en blanc corresponents a dilluns i dimarts de la primera setmana.
- **Espais\_fi:** funció idèntica a l'anterior però afegeix dies en blanc al final de l'array, corresponents als dies de la setmana restants des de l'últim dia del mes. Aquesta funció crida al final a Top\_calendari.
- **Top\_calendari:** funció encarregada de dibuixar la capçalera del calendari i les fletxes d'abans i després, imprimint codi html. Crida a la funció crear\_celles.
- **Crear\_celles:** dibuixa les cel·les corresponents a l'array de dies anteriorment esmentada. A cada cel·la, comprovarà de quin tipus de dia es tracta (anterior, tancat, parcialment reservat o complet) amb l'objectiu d'assignar a cadascun la classe corresponent. Si hi ha blocs de reserva disponibles crida a la funció quadre\_horaris, i si s'han rebut dades des de la URL (és a dir, si s'ha seleccionat algun dia al calendari) crida a la funció taula\_reserva.
- **Quadre\_horaris:** dibuixa en codi html el codi corresponent al quadre d'horaris a partir de la array de reserves creada a la funció Crear\_array\_reserves, tenint en compte aquells blocs que ja han sigut reservats prèviament.
- **Taula\_reserva:** dibuixa el formulari final de reservar utilitzant html.

Quan es fa click al botó "Reservar" aquest porta a la pàgina "enviament.php". Aquesta pàgina connecta amb la base de dades i guarda els valors de les respectives variables en les columnes esmentades anteriorment. Finalment, es redirecciona a la pàgina <http://salonlounge-estilistes.com/reserva-realizada/> per a que l'usuari tingui la confirmació de que la seva reserva s'ha realitzat correctament.

### 3. Campanya de màrqueting

Amb l'objectiu de donar a conèixer la nova pàgina web i promocionar el negoci, es va acordar la realització d'una campanya de màrqueting a les xarxes socials un cop la web estigués enllestida. Com que en el moment de realitzar la campanya l'empresa comptava ja amb una pàgina de Facebook amb més de 200 seguidors es va decidir realitzar la campanya en aquesta plataforma, i deixar per més endavant la possibilitat d'estendre aquesta campanya a altres xarxes socials com Twitter o Instagram.

#### 3.1. Facebook Ads

Per a la realització de la campanya es va utilitzar Facebook Ads, plataforma que facilita Facebook per a la promoció de les pàgines i publicacions a la xarxa social, a més d'altres opcions com promocionar pàgines web externes, instal·lacions d'aplicacions mòbils, etc.

El mètode de promoció que es va elegir va ser la publicació a la pàgina de Facebook de l'empresa d'un enllaç dirigit a la pàgina d'inici del web, juntament amb un banner o imatge publicitària dissenyada expressament. Aquesta publicació és la que es va promocionar més endavant. El motiu pel que es va triar aquest mètode en lloc de, per exemple, un enllaç directe a la pàgina, és que els resultats obtinguts en l'experiència de l'autor són més alts per diversos motius:

- El cost per interacció (click en la imatge, reaccions la publicació, comentaris, etc.) és més baix per experiència del que s'obté realitzant la mateixa promoció directament a la plataforma, sense realitzar la publicació prèviament en una pàgina de Facebook.
- Al promocionar una publicació d'una pàgina de Facebook, s'obtenen també de manera indirecta nous seguidors, que arriben interessats per la publicació promocionada.

#### 3.2. Anàlisi del perfil d'usuari

Facebook Ads permet especificar a un alt nivell el públic objectiu dels anuncis, filtrant per ubicació, sexe, edat, interessos, etc. En aquest cas, es realitzaran dues campanyes diferents: una per a homes i una per a dones, ja que s'utilitzaran imatges específiques en cada cas. D'altra banda, s'ha seleccionat que el públic objectiu es trobi a la ciutat de Barcelona i s'han dividit ambdues campanyes en 2: una amb edat de 18 a 35 anys (s'han evitat els menors d'edat degut a que el seu poder adquisitiu és menor i per tant hi ha menys possibilitats que acabin sent clients) i l'altra a partir de 36 anys. D'aquesta manera es pot determinar en una primera fase de proves quina és la franja d'edat que millors resultats dona, per a més tard centrar-se únicament en aquesta i maximitzar així els resultats obtinguts en quant a interaccions amb la publicació. No s'han seleccionat interessos ja que, degut a que es limita la campanya a la ciutat de Barcelona, el públic objectiu és ja bastant reduït i afegir nous filtres podria augmentar el preu dels anuncis.

Es realitzarà per tant una campanya de màrqueting dividida en dues fases: a la primera es promocionaran els banners en diferents grups de públic durant un breu període de temps i amb baix pressupost, amb l'objectiu de determinar quin és el públic que millors resultats donarà. Aquesta primera fase ja s'ha enllestit, i s'ha realitzat la primera setmana de gener. En segon lloc, amb la

informació obtinguda a la primera fase tindrà lloc una campanya amb un pressupost més alt i que s'allargarà durant la resta del mes de gener.

En ambdues campanyes s'ha utilitzat el factor del nou any com un reclam per cridar als possibles nous clients a trobar un estil nou i per tant utilitzar els serveis de Salon Lounge Estilistes. A continuació es poden veure els banners utilitzats per a la campanya de dones i homes respectivament.



Figura 12. Primer banner per a dones.



Figura 13. Segon banner per a homes.

En ambdós banners es troba tota la informació necessària per a poder posar-se en contacte amb l'empresa, així com una frase de reclam. Les paraules "pide cita on-line" s'han realitzat amb forma de botó de manera que sigui més atractiu per a que els clients potencials facin click i acabin visitant la pàgina web.

### **3.3. Resultats de la campanya de màrqueting**

Com s'ha dit anteriorment, la primera fase de la campanya de màrqueting consisteix en la realització de diferents anuncis per a determinar quin és el públic objectiu que millors resultats dona. Per tant, s'ha realitzat una primera campanya durant un període de 3 dies per als quatre grups anteriorment

esmentats amb baix pressupost, repartit a parts iguals entre els diferents anuncis. Els resultats obtinguts són els següents:

Grup	Abast	Reaccions	Comentaris	Compartir	Clicks en l'enllaç	M'agrada pàgina
Homes < 35	1.300	7	-	3	10	1
Homes > 35	1.300	10	-	2	15	0
Dones < 35	1.300	6	-	-	12	1
Dones > 35	1.300	7	-	-	16	2

Taula 4. Resultats campanya de màrqueting.

Les diverses interaccions que tenen les campanyes de màrqueting a Facebook Ads són:

- Abast: total de persones individuals que veuen l'anunci.
- Reaccions: nombre de reaccions en una publicació (m'agrada, m'encanta, etc.).
- Comentaris: nombre de comentaris realitzats a la publicació des de l'anunci.
- Compartir: nombre de cops que algú ha compartit la publicació al seu mur.
- Clicks en l'enllaç: nombre de vegades que un usuari ha fet click en l'enllaç i que per tant ha visitat la pàgina web.
- M'agrada de la pàgina: nombre de m'agrada que ha augmentat la pàgina com a conseqüència directa de l'anunci.

Com es pot veure, l'abast ha sigut semblat en tots els casos, és a dir cada anunci ha sigut vist aproximadament per 1.300 persones diferents. En quant a les interaccions amb la publicació, aquestes han sigut tant per a homes com per a dones més altes en el cas dels majors de 35 anys. Per últim, en quant a diferència entre homes i dones els resultats han sigut similars, tot i que els homes són més propensos a deixar comentaris.

Un cop obtinguts aquest resultat, pot passar-se a la segona fase de la campanya, que tindrà lloc del 9 al 31 de gener de 2016. En aquesta etapa es filtrarà el públic d'edat més alta (a partir de 30 anys) ja que s'ha vist anteriorment que els resultats per a públics de menor edat són més reduïts, mantenint els banners diferenciats per a homes i dones.



## 4. Guia de com crear/editar contingut per al client

En un dels primers punts de contacte amb el client es va acordar que se li realitzaria una guia per gestionar el contingut del lloc web. La finalitat de realitzar aquesta tasca es la de concedir al client la percepció de que, amb l'ajuda de l'eina que se li proporciona, pugui ser capaç de aportar novetats al contingut en un futur pròxim amb independència. No obstant, es valora que son reduïdes les possibilitats que el client vulgui introduir el seu propi contingut delegant aquesta funció al mateix gestor del projecte web.

En aquesta guia es detallen com gestionar cinc funcions necessàries per poder, un cop finalitzat el lloc web, que la web tingui novetats en el seu contingut convidant als usuaris potencials a tornar-hi cada cert temps.

Les cinc funcions necessàries que s'han d'actualitzar per poder crear nous continguts son els següents:

- Editar la capçalera de la web.
- Modificar el menú superior.
- Introduir noves imatges a les galeries (galeria de imatges, marques i lookbook).
- Introduir nous botons de xarxes socials.
- Introduir noves entrades al blog.

Com es pot observar, a banda de la gestió de reserves, el client d'aquest lloc web només haurà de tenir pendent actualitzar mínim cada setmana dos d'aquestes funcions: galeria de imatges i blog. Totes dues son necessàries per poder viralitzar el lloc web entre les diferents xarxes socials amb la finalitat d'obtenir un nombre de usuaris interessats amb les novetats o coneixements que els s'hi pot aportar.

Aquesta guia està al ZIP amb els arxius adjunts al annex.

# Capítol 5: Conclusions i línies de futur

## 1. Conclusions

La creació del lloc web ha suposat un repte per la forma en que s'ha portat a terme per diversos motius.

En primer lloc per que al llarg d'aquest projecte s'han portat a terme fases en les que se li ha donat molta importància com es el cas de la fase de disseny. Fins ara, a nivell personal, aquesta fase només s'ha portat a terme a nivell verbal i no realitzant un PSD per a concreti exactament el que es demana. En aquest sentit, l'experiència de realitzar el PSD ha sigut molt positiva ja que ha estalviat feina en les fases següents, especialment en la fase de construcció ja que el propietari del lloc web va demanar molts pocs canvis respecte a la mostra PSD realitzada.

En segon lloc, prèviament a aquest projecte mai s'havia treballat amb els plugins mencionats al seu corresponent apartat i, per tant, mai s'havia construït des de zero amb ells. Es cert que prèviament si s'havien editat plantilles de Wordpress per modificar-les seguint l'ordre i l'estructura proporcionades per la pròpia plantilla. No obstant, és el primer cop que s'ha treballat per construir un lloc web des de zero a partir de les indicacions marcades pel disseny i estructura al PSD de Photoshop. Així doncs, no s'ha necessitat la compra d'una plantilla específica que pugues reunir alguna de les característiques de forma supèrflua, sinó que s'ha pogut construir un lloc web amb tots els paràmetres establerts pels propis propietaris de l'empresa i lloc web. Per tant, és quelcom plenament útil per a poder desenvolupar futurs projectes web basats amb dissenys exclusius evitant pagar costos excessius amb plantilles CMS de Wordpress o d'altres gestors de continguts.

A més, cal afegir la usabilitat gestionada amb aquets plugins ja que ens ha permès adaptar el lloc web a tot tipus de pantalles de dispositius mòbil d'una forma senzilla, ràpida i personalitzada sense necessitat d'afegir directament instruccions concretes al llibre d'estils en CSS.

En tercer lloc, també ha sigut una experiència nova la de realitzar un gestor de reserves propi amb PHP. Tot i que si s'havien realitzat algunes prèvies activitats de programació en PHP o s'havien adaptat alguns codis proporcionats gratuïtament per tercers, mai prèviament s'havia realitzat de forma completa un codi en PHP per aplicar-ho a un lloc web d'una empresa real i que definitivament es faci servir en un entorn professionalitzat.

Pel que fa als objectius estipulats prèviament, es considera que s'han complit en gran mesura. Cal tenir present que si els propietats del lloc web no haguessin sigut participatius, en certa mesura aquest projecte hagués fracassat. És a dir, si no fos pel la cessió de material gràfic per a contingut o no haguessin participat activament en la fase del disseny els resultats haguessin estat a un nivell inferior. No obstant, cal dir que també s'haguessin millorat els resultats obsessos si haguessin treballat en la creació de contingut (és a dir, en activar el blog i afegir-hi contingut especialitzat en la matèria que dominen) o s'hagués invertit immediatament amb una quantitat major de imatges per fer del lookbook un catàleg més complet.

En la part dels objectius que considerem que, tot i que en part han estat assolits, podrien ser de millor funcionalitat és el panell de reserves programat en PHP. Tot i que es funciona, es considera que aquets pot millorar-se. No obstant, el temps entre les fases anteriors han suposat que el temps restant per crear aquets apartat ha sigut molt limitat.

Per tant, en termes generals s'han complit els objectius establerts. No obstant, cal senyalar que la qualitat dels resultats obtinguts a partir del compliment d'aquets objectius podria a ver sigut d'una major qualitat. Però això es relatiu a tots els projectes realitzats en l'àmbit multimèdia.

Per últim, pel que fa a l'aplicació de la prèvia planificació cal estar satisfets en gran mesura pel compliment de la majoria dels temps marcats. Ja em mencionat que el temps ocupat per les primeres fases han obligat a que la creació d'un sistema de reserves amb el seu panell per al administrador sigui funcional però molt millorable ja que es considera que, dins d'un àmbit professional, a mig termini els errors que poden produir poden provocar problemes encara no previstos amb la gestió de les cites.

En general es preveia que la fase de disseny ocuparia més del que s'havia previst en altres projectes ja que es volia obtindre un resultat adequat amb les peticions establertes. Es considerava que si la fase de disseny s'ignorava o s'acceptava massa ràpid per anar directament a la construcció d'aquesta, els projecte podria haver-se bloquejat a causa de les continues modificacions realitzades per arribar al disseny web desitjat. En gran mesura s'ha aconseguit tot i que, com sol ser habitual, el disseny del lloc web s'ha aplicat per construir al lloc web els propietaris d'aquest han realitzat canvis que al PSD poden no haver sigut plasmables per la manca de dinamisme tal com la distància entre element, o alguns colors o mides d'alguns detalls.

En resum, l'experiència de treballar en un projecte web que els resultats fossin útils i aplicables al món professional ha sigut del tot enriquidora, sobretot si els resultats obtinguts han satisfet les expectatives dels qui són els propietaris del lloc web i, per tant, dels qui la van a utilitzar per al seu negoci.

## 2. Línies de futur

Diversos són els aspectes que considerem que s'han d'aplicar en els pròxims mesos per a que la web millori substancialment. A continuació s'entrarà en detall en cadascun d'ells:

En primer lloc, es necessari que la secció "LOOKBOOK" es finalitzi correctament per a poder satisfer correctament la funció que ha d'ocupar; la de catàleg. Fins ara només s'han utilitzat imatges cedides per l'empresa de productes de cosmètica Wella. Aquestes imatges cedides es van classificar entre els quatre categories que formen aquest apartat: *Style Woman*, *Style Man*, *Bodas & Eventos* i *Colours*. Aquestes imatges han sigut necessàries per construir aquesta secció sense provocar cap infracció amb drets de imatge. No obstant no són suficient i caldrà que els propietaris del lloc web comprin imatges adequades per formar un catàleg ampli i coherent per a que la secció compleixi amb la funció per la qual ha sigut creada.

En segon lloc, un dels altres aspectes que la web s'ha de millorar i no s'ha pogut realitzar fins ara per falta de temps es la d'ampliar el ventall de llengües disponibles. S'ha creat el lloc web en castellà però es forçosament necessari que aquest lloc web es tradueixi com a mínim al català i l'anglès. El motiu d'aquesta obligatorietat es que el local es situa molt a prop de la Sagrada Família i el nombre de turistes que es desplacen per la zona es molt alta. Fins ara el major nombre de clients que té aquesta perruqueria són veïns de Barcelona. No obstant, si el lloc web es traduïda, a banda de l'anglès, a altres llengües com el francès o l'alemany i s'apliqués una campanya adequada encarada a aquest perfil de client turista les possibilitat de que el lloc web fes de reclam augmentarien considerablement.

En tercer lloc, una altre aspecte en que s'ha de treballar és en crear des de zero un sistema de correu en el que els usuaris interessats puguin rebre al seu correu totes les novetats d'aquesta empresa de perruqueria. Cal treballar en donar més opcions al que els usuaris visiten la web i estiguin al corrent de les noves ofertes que es poden produir. Tanmateix, els propietaris del lloc web ja col·laboren en altres llocs web d'oferta de serveis com Groupon. Si els usuaris interessats provinents des de aquesta web es registressin per estar al corrent de les següents ofertes que publicaran el nombre de clients també podria augmentar considerablement.

En quart lloc, com s'ha mencionat a les conclusions, hi ha molts aspectes a millorar en el sistema de reserves. La manca de temps disponible a causa de l'àmplia atenció aplicada a les primeres fases bassades e el disseny de la web han impossibilitat crear un sistema de reserves que tingues un panell més funcional i fàcil d'utilitzar ja que, per exemple, per eliminar una de les cites que han entrar cal senyalar la data i l'hora de la cita abans d'esborrar-la. També cal treballar en millorar aquest codi afegint noves funcions com la d'avisos directes als propietaris amb *push-ups* al mòbil o altres sistemes.

Per últim, també es vol posar en relleu la necessitat de donar forma a l'apartat del blog ascendible des del menú superior però actualment encara inhabilitat. Aquest apartat pot proporcionar-li major contingut al lloc web a banda de un major feedback entre els propietaris de l'empresa i els seus clients. Les futures campanyes de Facebook Ads es poden realitzar enfocant-les a serveis concrets que es realitzen a la perruqueria. Posem un cas d'exemple; si el propietari crea un article explicant com realitzar un "allisat japonès" ja sigui mitjançant text o un vídeo a la xarxa social es pot promocionar

aquest article a tots aquells interessats en com es realitza aquest servei i si, creuen que es millor que en lloc de fer-s'ho a ells mateix li ho faci un professional, el mes probables es que decideixin que li ho faci el professional que ho està explicant i per tant tindran accés a tota la informació disponible per posar-se en contacte amb ell per a que li realitzin aquest servei.

## Bibliografia

[1] **Web Technology Surveys**, «*Usage of content management systems for websites*,» [En línia].

Disponible:

[https://w3techs.com/technologies/overview/content\\_management/all/](https://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all/). [Últim accés: 22 10 2016].

[2] **J. E. Alfonso**, «*Framework de desarrollo de aplicaciones web*,» [En línia]. Disponible:

[http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/17139/tfg\\_javier\\_espinosa\\_alfonso\\_2012.pdf?sequence=1](http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/17139/tfg_javier_espinosa_alfonso_2012.pdf?sequence=1). [Últim accés: 15 10 2016].

[3] **Bootstrap**, «Bootstrap, Web oficial,» [En línia]. Disponible: <http://getbootstrap.com/>. [Últim

accés: 2016 10 19].

[4] **Wordpress**, «*Wordpress, web oficial*,» [En línia]. Disponible: <https://wordpress.org/>. [Últim

accés: 2016 10 20].

[5] **S. L. Mora**, «*Programación de aplicaciones web: historia, principios básicos y clientes web*,»

[En línia]. Disponible: <http://gplsi.dlsi.ua.es/~slujan/materiales/pi-cliente2-muestra.pdf>. [Últim accés: 15 10 2016].

[6] **E. Labrada Martínez i C. Salgado Ceballos**, «*Diseño web adaptativo o responsivo*,» [En

línia]. Disponible:

<http://www.revista.unam.mx/vol.14/num1/art07/art07.pdf>. [Últim accés: 21 12 2016].

# Annexos

## Annex A: Glossari

**PSD** (*Photoshop Document*): Format nadiu de *Photoshop*.

**PHP** (*Hypertext Preprocessor*): És un llenguatge de programació interpretat que s'utilitza per a generar pàgines web de forma dinàmica.

**HTML** (*Hyper Text Markup Language*): És un llenguatge dissenyat per estructurar textos i relacionar-los en forma d'hipertext.

**CSS** (*Cascading Style Sheets*): És un llenguatge de fulls d'estil utilitzat per descriure la semàntica de presentació d'un document escrit en un llenguatge de marques, habitualment sobre arxius HTML.

**CMS** (*Content Manager System*): Sistema gestor de continguts.

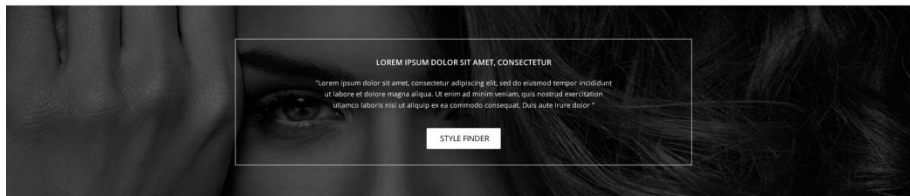
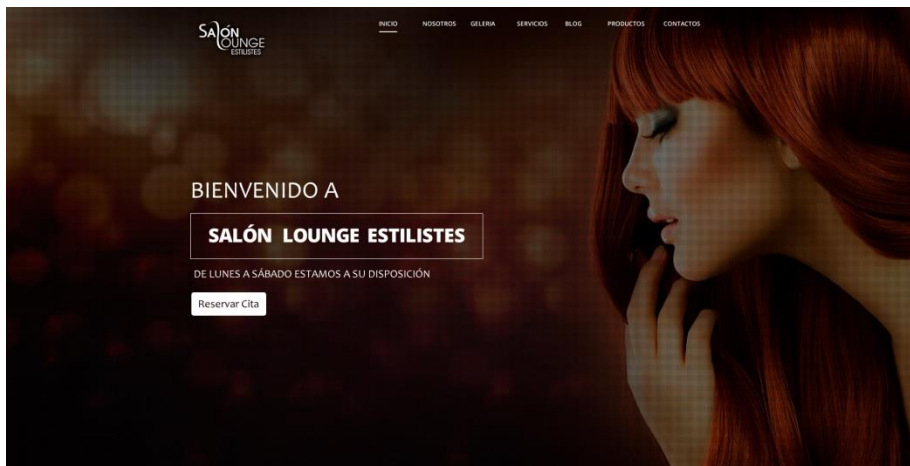
## Annexo B: Lliurables del projecte

- **Captura Web Mòbil.jpeg**: Captura de imatge de com es visualitza completament la pàgina principal en un dispositiu mòbil.
- **Captura Web PC.jpeg**: Captura de imatge de com es visualitza completament la pàgina principal en una pantalla de PC estàndard.
- **Captura Web Tablet.jpeg**: Captura de imatge de com es visualitza completament la pàgina principal en una pantalla d'una tauleta.
- **Manual d'ús Web Salon Lounge Estilistes.pdf**: Guia creada per als propietaris del lloc web on s'exposa com es poden modificar, gestionar i crear el contingut del lloc web. Serveix com a demostració de com es fan servir els plugins per construir un lloc web.
- **PHP sistema de reserves.zip**: Conté els arxius PHP i un CSS que s'han creat per programar el sistema de reserves.
- **Presentació acadèmica.mp4**: Vídeo en MP4 de presentació del projecte dirigit al tribunal.
- **Presentació pública.pptx**: Power Point de presentació del lloc web creat dirigit al públic.
- **PSD disseny home.zip**: Conté l'arxiu .PSD que s'ha creat per dissenyar la pàgina principal del lloc web, un arxiu .jpeg que mostra el resultat d'aquest PSD i les dos tipografies que s'han utilitzat.
- **Informe de treball PAC5.pdf**: Informe de les incidències que s'han produït en aquesta última etapa (PAC5).
- **Memòria TFM.pdf**: Memòria definitiva del projecte realitzat al treball final de màster.

## **Annex C: Captures de pantalla**

En aquest annex introduïm les tres mostres realitzades en PSD mostrades en aquesta memòria per a que es pugin visualitzar correctament. A banda, s'han afegit als arxius adjunts del .ZIP les mostres de les captures de la pàgina principal a les pantalles corresponents a PC, tauleta i dispositius mòbils.





INICIO NOSOTROS GÉNERA SERVICIOS BLOG PRODUCTOS CONTACTOS

SALÓN LOUNGE ESTILISTES

BIENVENIDO A

**SALÓN LOUNGE ESTILISTES**

DE LUNES A SÁBADO ESTAMOS A SU DISPOSICIÓN

Reservar Cita

NUESTROS SERVICIOS

- PEINADO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
- CORTE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
- COLORACIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
- TRATAMIENTOS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
- FORMA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
- MAQUE UP

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor"

STYLE FINDER

ENTRAR GALERÍA

PRODUCTOS PROFESIONALES

NIOXIN WELLA PROFESSIONALS ghd great hair day. every day.

PROFESSIONAL SEBASTIAN H3C HAIRCONCEPT PROFESSIONAL SEBASTIAN davines z.one concept™

VER PRODUCTOS

ÚLTIMAS NOTICIAS

**SALÓN LOUNGE ESTILISTES**

BIENVENIDA

OCT "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor"

**SALÓN LOUNGE ESTILISTES**

BIENVENIDA

OCT "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor"

**SALÓN LOUNGE ESTILISTES**

BIENVENIDA

OCT "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor"

SOBRE SALON LOUNGE

SALÓN Lounge es la pasión por la salud y el cuidado de la imagen. Alimentar y sentir experiencias únicas a cada cliente, con un trato personalizado y aprender día a día para transformar nuestros conocimientos.

DESCARGA NUESTRA APP

No puedes descargar nuestra APP tanto para dispositivos Android como para iOS.

SERVICIOS

Nuestros Servicios: Peinado, Corte, Coloración, Forma, Tratamientos, Maquillaje

DONDE ESTAMOS

Salón Lounge Estilistes  
C/ Jacca 88  
08013 Barcelona

+34 334 58 28 29  
info@salonlounge-estilistes.com

SIGUENOS

HORARIOS

Lunes	10:00 - 20:00
Martes	10:00 - 20:00
Miércoles	10:00 - 20:00
Jueves	10:00 - 20:00
Viernes	10:00 - 20:00
Sábado	09:00 - 14:00
Domingo	12:00-14:00

Salón Lounge estilistes | © 2016. Todos los derechos reservados

**SALÓN LOUNGE ESTILISTES**  
**TU SALÓN DE CONFIANZA**

DE LUNES A SÁBADO A SU PLENA DISPOSICIÓN

[RESERVAR](#)

[NUESTROS](#)
[GALERIA](#)
[SERVICIOS](#)
[BLOG](#)
[PRODUCTOS](#)
[CONTACTOS](#)

**HORARIOS**

Lunes	11:00 - 20:00
Martes	11:00 - 20:00
Miércoles	11:00 - 20:00
Jueves	11:00 - 20:00
Viernes	11:00 - 20:00
Sábado	09:00 - 14:00
Domingo	CERRADO

NUESTROS PRECIOS

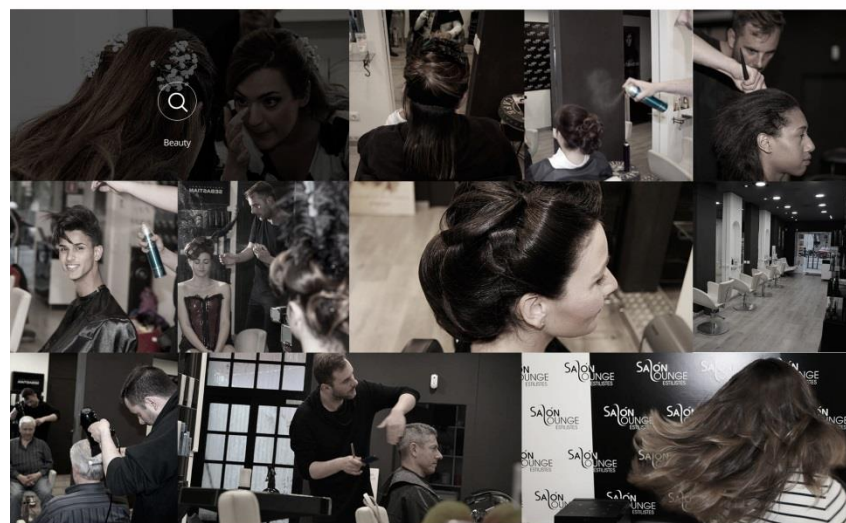
ESTILISMO & ARREGLOS	ESTILOS	TRATAMIENTOS	MAQUILLAJES
PARA MUJER ..... 8 €		PARA NIÑO O ADOLESCENTE ..... 12 €	
PARA HOMBRE ..... 5 €		FELIQUERIA Y MAQUILLAJE DE BODA ..... 60 €	

¿NECESITAS INSPIRACIÓN PARA UN NUEVO PEINADO?

En nuestro Style Finder podrás buscar e inspirarte con las últimas tendencias y nuestras nuevas colecciones.

[STYLE FINDER](#)

Galeria



[VER TODO](#)



**NUESTROS ESTILISTAS VAN CONTIGO**

Descarga nuestra App y llevála en el móvil.

[Google Play](#)
[App Store](#)

<p><b>SOBRE SALÓN LOUNGE</b></p> <p>Salón Lounge es la pasión por la salud y belleza de la imagen.</p> <p>Más que un salón, ofrecemos una experiencia única a cada cliente, con el mayor profesionalismo y atención día a día para asegurar nuestros compromisos.</p>	<p><b>SERVICIOS</b></p> <p>Nuestros Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Peinado</li> <li>Corte</li> <li>Tratamientos</li> <li>Maquillaje</li> <li>Forma</li> </ul>	<p><b>DONDE ESTAMOS</b></p> <p>Salón Lounge Estilistes C/ Tàrrada 412, 08013 - Barcelona</p> <p>+34 934 58 28 35 info@salonlounge-estilistes.com</p>	
---	--	--	--

Salón Lounge estilistes | © 2016. Todos los derechos reservados. [SIGUENOS](#)

## Annex D: Currículum Vitae

### DADES

**Nom:** Jose Antonio Sánchez Borràs

**Correu electrònic:** [josepborras87@gmail.com](mailto:josepborras87@gmail.com)

### ESTUDIS OFICIALS

**Graduat en Ciències Polítiques i de l'Administració a la Facultat de Dret de la Universitat de Barcelona (2009-2013). Menció en Gestió Pública.**

**Cursant actualment el màster Aplicacions Multimèdia a La universitat Oberta de Catalunya (UOC)**

### PROGRAMARI INFORMÀTIC

- *Microsoft Office (Word, Excel, Access) nivell avançat.*
- *IBM SPSS, nivell mig*
- *Adobe InDesign, nivell mig*
- *Photoshop: nivell avançat*
- *Àmplia experiència en l'ús dels gestors de contingut Wordpress, Joomla, Opencart i Prestashop.*

### LLENGUATGES DE PROGRAMACIÓ

- *HTML/CSS: nivell alt*
- *Javascript: nivell mig*
- *Java: nivell mig*
- *PHP: nivell bàsic*

### IDIOMES

**Català:** Nadiu

**Castellà:** Nadiu

**Anglès:** Nivell mig.

### EXPERIÈNCIA LABORAL

**Agost 2008 – agost 2009: Centre d'Investigació i Especialització en Gestió d'Empreses (CEGEA).**

Activitat desenvolupada: Control de la producció i qualitat de diferents empreses agrícoles.

**Juny 2013 – juliol 2013: Pràctiques realitzades al Parlament de Catalunya a l'àrea de Serveis Educatius.**

Activitats desenvolupades:        -Realització d'un projecte per a apropar la ciutadania al Parlament.  
  -Assistència a conferències de formació ofertes per les diferents àrees.

**Setembre 2014 – actualitat: Treball independent en disseny i desenvolupament de pàgines web i aplicacions Android.**

## **Annexo E: Transcripció d'una entrevista**

A continuació es presenta una entrevista realitzada a Yon Estevez i Cristian Garcia propietaris de l'empresa d'estètica Salon Lounge Estilistes i del lloc web realitzat en aquest projecte.

**A l'inici del projecte es va acordar un disseny basat amb la imatge corporativa que voleu mostrar al lloc web, el PSD que es va realitzar complia les seves expectatives?**

Sense cap dubte. El primer contacte el vam tenir va ser correu, allà em va demanar que recopilés una sèrie de pàgines web del sector on treballem que m'agradaren. Webs que foren de perruqueries, spas, centres de bellesa o de cursos de perruqueria però que no fossin les típiques més famoses com la de Llongueras o altres.

Un cop ens ja quedarem en persona em va suggerir quins apartats havia de tenir la web. Entre altres seccions em va proposar la de lookbook, una secció que em va semblar molt bona idea perquè així els clients poden tenir un catàleg de referència. Jo li vaig comentar que els colors que volia eren el negre, blanc y el plata, els colors que més m'agraden y els del logotip de l'empresa que tenim a l'entrada.

Ja quan em va enviar la primera mostra PSD només va caldre fer uns quants retocs i el disseny que em va sortir em va agradar bastant.

**I posteriorment, el disseny del lloc web realitzat compleix amb l'acordat amb el PSD?**

La veritat es que m'agradava com es va quedar la mostra que em va ensenyar, no obstant havia de veure-ho a la pantalla del PC per tenir clar com quedaria. Un cop m'ho va ensenyar al PC li vaig demanar que em canviés alguns apartats de la pàgina principal com el color de les lletres principal y el fons d'aquestes lletres. És a dir, li vaig demanar que em posés el fons negre y les lletres blanques. En conclusió, estic més que satisfet amb el resultat, sobretot amb el poc temps que va tardar en fer la pàgina web y lo ràpid que va ser en fer els canvis que li vaig demanar.

**Creu que la navegació pel lloc web per part dels seus clients serà fluida o podrà causar confusió?**

Jo crec que no té cap complicació. En realitat la majoria de coses estan a la pàgina principal y si vols accedir a algun apartat només s'ha de fer click en el menú que hi ha a dalt. I, d'altra banda, si vols tornar a la pàgina principal només has de fer click en el logo. No crec que cap client pugui tenir cap confusió a l'hora de navegar.

**Creu que la guia en PDF realitzada per l'estudiant l'ajudarà a poder gestionar la seva web?**

La veritat es que el meu nivell en aquestes coses és bastant baix. Suposo que si la web funciona bé i els clients la fan servir i estan contents en ella m'hauré d'esforçar en ser més participatiu. Per ara la web la vull per informar al client de quina és la nostra localització i de com poden contactar amb nosaltres a banda d'altres coses com quins son els nostres serveis o de quins productes utilitzem. En tot cas, si més endavant m'animo a afegir coses la guia em serà bastant útil.

**Respecte la programació del servei de reserves, creu que l'ajudarà a gestionar correctament la seva agenda?**

És una cosa nova per a mi, mai he utilitzat un sistema de reserves informatitzat però crec que suma, i tot el que suma és bo. A més, permet que els clients puguin reservar per altres vies que la de trucar per telèfon, enviar un correu o presentar-se en persona. Ara m'hauré d'acostumar a tenir un ull ficat sempre al panell per observar si han realitzat comandes noves.

**Creu que la campanya de màrqueting ha ajudat a augmentar el nombre de seguidors a les xarxes socials?**

Normalment tot el que fèiem per internet era via Facebook i un poc per Intagram (però molt menys). Crec que amb la campanya hem augmentat els seguidors a la nostra pàgina de Facebook en unes 30 persones. En realitat no sé si son moltes o poques, però si acaben visitant el local i demanen algun dels nostres serveis serà molt bo.

**Quin es el seu grau de satisfacció amb el lloc web realitzat per l'estudiant de la UOC?**

Excel·lent. Fa molt bona pinta i m'agrada molt com està dissenyada. També m'agrada molt que funcioni bé als mòbils ja que crec que es una cosa molt important per donar bona presència. Últimament al local lis he ensenyat la web i han entrat des del mòbil (perquè evidentment el que porten damunt és el mòbil) i diuen que lis agrada. I si als meus clients lis agrada jo estic completament satisfet amb la feina feta.