

# **Disseny i desenvolupament de la botiga online del Celler d'en Marc**

Memòria de Projecte Final de Grau

**Grau en Multimèdia**

**Autor: Joan Casellas Cubiña**

Consultor: David Alcubierre Arenillas

Professor: César Córcoles Briongos

14/01/2019

## Crèdits/Copyright



Aquesta obra està subjecta a una llicència de [Reconeixement-  
NoComercial-SenseObraDerivada 3.0 Espanya de Creative  
Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

## **Dedicatòria/Cita**

Als meus pares (Roser i Josep) per estar sempre al meu costat i ajudar-me a assolir els meus objectius. Arribar fins aquí no hagués estat possible sense vosaltres. Us estimo.

En particular, aquest projecte va per tu mama.

Als meus germans (Jordi i Cristina), gràcies pel vostre recolzament, sou els millors germans del món.

També als meus avis, estic segur que des de el cel esteu orgullosos de mi.

Anna, gràcies pel tot el teu amor i confiança.

A tots els meus amics per tots els moments viscuts i fer-me créixer com a persona.

I finalment a tots els professors i persones que han posat el seu gra de sorra per ajudar-me a ser qui sóc, moltes gràcies a tots.

## Abstract

El Celler d'en Marc va decidir donar un pas endavant i introduir-se al món digital mitjançant una tenda en línia per tal de poder fer arribar la seva marca de vins anomenada Lalut, a un nombre més gran de clients del que tenia fins aquell moment.

Certament, les constants reunions amb el client ens van ajudar a concretar el què volíem fer i seguir un fil conductor cap els objectius definits. A més, en tot moment es va seguir un disseny centrat en l'usuari (DCU) i es van aplicar tan els aspectes tècnics com els programes necessaris requerits en cada etapa del projecte. En acabat, es va realitzar un test d'usuaris a fi de verificar una experiència satisfactòria per part dels usuaris.

Finalment, es va aconseguir eliminar barreres geogràfiques, generar noves oportunitats de negoci i aconseguir un augment de ventes. Així doncs, no només es van obtenir els resultats esperats sinó també una visió optimista de cares del futur de la marca.

Paraules clau: Lalut, Botiga online, web de vins, DCU, Usabilitat, Disseny web, Vins, Cellers de Catalunya, vinya, vi negre, vi rosat, vi blanc, vins de Catalunya, Empordà, Costa Brava, El celler d'en Marc.



## **Abstract (english version)**

Celler d'en Marc decided to take a step forward and enter the digital world through an online store to bring its wine brand called Lalut to a larger number of customers than it had until then .

Certainly, the constant meetings with the client helped us to specify what we wanted to do and to follow a common thread towards the defined objectives. In addition, a user-centered design (DCU) was followed at all times and the technical aspects as required programs required in each stage of the project were applied. Finally, a user test was performed to verify a satisfactory experience on the part of the users.

Finally, it was managed to eliminate geographical barriers, generate new business opportunities and achieve an increase in sales. So, not only were the expected results but also an optimistic view of faces of the future of the brand.

Keywords: Lalut, Online store, wine web, DCU, Usability, Web design, Wines, Cellars of Catalonia, vineyard, red wine, rosé wine, white wine, wines from Catalonia, Empordà, Costa Brava, Marc's cellar.

# INDEX

1. Introducció/Prefaci.....	9
2. Descripció/Definició/Hipòtesi.....	11
3. Objectius.....	12
3.1 Principals.....	12
3.2 Secundaris.....	12
4. Marc teòric/Escenari.....	13
5. Continguts.....	15
5.1 Avís Legal.....	16
Objecte i acceptació.....	16
Identificació i comunicacions.....	16
Política de privacitat.....	18
Publicacions.....	20
5.2 TERMES I CONDICIONS.....	20
Dades d'enviament.....	20
Països d'enviament.....	20
Terminis de lliurament.....	20
Devolucions.....	20
No admissió de devolucions.....	21
5.3 COOKIES.....	21
Què és una cookie?.....	21
Quins tipus de cookies hi ha?.....	21
Quins tipus de cookies són més habituals?.....	22
Per què serveix una cookie?.....	22
Es necessita el meu consentiment per implantar una cookie?.....	22
Com desactivar cookies?.....	23
6. Metodologia.....	24
7. Arquitectura de l'aplicació/sistema/servei.....	26
8. Plataforma de desenvolupament.....	28
9. Planificació.....	30
10. Procés de treball/desenvolupament.....	33
11. APIs utilitzades.....	35

12. Sitemap.....	37
13. Prototips.....	39
13.1 Lo-Fi.....	39
13.2 Hi-Fi.....	45
14. Perfils d'usuari.....	49
15. Usabilitat/UX.....	51
16. Seguretat.....	53
17. Tests.....	55
17.1 Test d'accessibilitat.....	55
17.2 Test de velocitat de carga.....	57
17.2 Speedtest.....	58
18. Instruccions d'instal·lació/implantació.....	61
19. Instruccions d'ús.....	65
19.1 Accés al Backoffice de la web.....	65
19.2 Inserir o editar productes.....	66
19.3 Enviament gratuït a partir d'una certa quantitat.....	69
19.4 Consultar les camandes.....	71
20. Incidències.....	72
21. Projecció de futur.....	73
22. Pressupost.....	74
23. Anàlisi de mercat.....	76
24. Viabilitat.....	84
25. Conclusió/-ns.....	86
Annex 1. Lliurables del projecte.....	87
Annex 2. Codi font (extractes).....	88
Annex 4. Captures de pantalla.....	92
Annex 5. Llibre d'estil.....	95
Annex 8. Bibliografia.....	97



# Figures i taules

## Índex de figures

Figura 1: Configuració plugin Yoast Seo.....	38
Figura 2: Visualització Sitemap.....	38
Figura 3: Wareframe de la pàgina principal de la web el Celler d'en Marc .....	40
Figura 4:Wareframe de la pàgina lalut de la web el Celler d'en Marc .....	41
Figura 5: Wareframe de la pàgina de compra de la web el Celler d'en Marc.....	42
Figura 6: Wareframe de la pàgina enoturisme de la web el Celler d'en Marc.....	43
Figura 7: Wareframe de la pàgina de contacte de la web el Celler d'en Marc.....	44
Figura 8: Captura de pantalla de la pàgina principal.....	45
Figura 9: Captura de pantalla de la pàgina enoturisme .....	46
Figura 10: Captura de pantalla de la pàgina de compra.....	47
Figura 11: Captura de pantalla de la pàgina de contacte.....	48
Figura 12: Pantalla per introduir el domini de la web a l'aplicació TAW.....	55
Figura 13: Resultats del test TAW sobre els textos alternatius.....	56
Figura 14:Resultats del test TAW sobre el teclat .....	56
Figura 15: Resultat del test TAW per comprovar si la web la llegibilitat de la web....	57
Figura 16: Resultat del test TAWsobre la compatibilitat.....	57
Figura 17: Resultats amb el programa WebPageTest.....	58
Figura 18: Resultat del test de velocitat de la versió responsive mitjançant l'aplicació de Google.....	58
Figura 19: Resultats de l'aplicació SpeedTest.....	59
Figura 20: Llistat de suggeriments per a la millora.....	59
Figura 21: Comparació de la velocitat de la web respecte la competència.....	60
Figura 22: Panell del programa FileZilla per veure els arxius de la web.....	61
Figura 23: Creació de la base de dades en el panell de control del hosting.....	62
Figura 24: Opció de autoinstal·lable en el panell de control del hosting.....	63
Figura 25: Autoinstal·lable de Wordpress.....	63
Figura 26: Pantalla d'instal·lació de Wordpress al servidor.....	64
Figura 27: Pantalla d'accés al backend de Wordpress.....	65
Figura 28: Edició d'una pàgina.....	65
Figura 29: Menú backend.....	66
Figura 30: Accés als productes a través del backend.....	66
Figura 31: Llista de productes disponibles.....	67
Figura 32: Edició de les característiques del vi de la web El Celler d'en Marc.....	67

Figura 33: Modificació de la fotografia de la descripció del producte.....	68
Figura 34: Afegir una imatge.....	68
Figura 35: Editar variacions del producte.....	69
Figura 36: Editar el preu de les variacions.....	69
Figura 37: Accés als ajustaments a través del backend.....	69
Figura 38: Secció d'enviament.....	70
Figura 39: Zona d'enviament.....	70
Figura 40: Edició de la quantitat mínima de la comanda.....	70
Figura 41: Secció de comandes.....	71
Figura 42: Imatges de la pàgina web de Brugarol.....	77
Figura 43: Disseny de les ampolles de Brugarol.....	78
Figura 44: Tipografies que utilitza Brugarol.....	78
Figura 45: Pàgina principal de la web de Mas Molla.....	80
Figura 46: Pàgina de vins Clos D'Agon.....	81
Figura 47: Etiquetes dels vins Clos D'Agon.....	82
Figura 48: Característiques del vi Clos D'Agon.....	82
Figura 49: Disseny de les pàgines.....	92
Figura 50: Disseny de les botelles de vi.....	92
Figura 51: Disseny de les medalles del vi.....	93
Figura 52: Elements de visual composer.....	93
Figura 53: Creació de wireframes amb el programa Mockflow.....	94
Figura 54: Guia d'estil.....	95

## Índex de taules

Taula 1: Característiques de l'arquitectura utilitzada.....	27
Taula 2: Nom dels plugins utilitzats a la web.....	28
Taula 3: Planificació de les tasques.....	31
Taula 4: Rols d'usuari de Wordpress.....	50
Taula 5: Pressupost de la web del Cellerd'en Marc.....	75

# 1. Introducció/Prefaci

Els meus pares i la vida mateixa, em van ensenyar a tenir constància, dedicació, perseverança, esforç, amor i il·lusió per cada cosa que fas a la vida, ja que ens permetrà, no només poder assolir els objectius plantejats, sinó també ens ajudarà a connectar-nos amb els altres a través d'allò que realment ens apassiona.

Per aquest motiu, es va voler enfocar aquest treball de final de carrera en demostrar que les noves tecnologies i el món digital han de ser transparents amb tot el que volen representar, sense oblidar que són i seran simplement una eina per potenciar tots els objectius que tenim en un món tangible, amb tradicions i lligams a una cultura.

Era conscient que la implementació de botigues en línia per part de les empreses ha anat augmentant cada dia, degut a que són un excel·lent complement per negocis amb establiments físics, y en alguns casos, han acabat sent tant o més importants que aquests. Cal dir també, que la necessitat imperiosa de les empreses d'oferir els seus productes en el món digital, ha provocat que en ocasions es perdi el valor de la marca i tot el que hi ha darrera. Es per això que en aquest projecte, volem evitar caure en aquesta tendència i preservar l'essència d'allò que volem donar a conèixer.

Pel que fa els usuaris, cada cop és senten més còmodes a l'hora d'utilitzar aquests portals per realitzar les seves compres. D'aquí prové la gran importància de la usabilitat i l'experiència d'usuari en aquests tipus de webs, ja que el seu èxit vindrà determinat per la facilitat que té en interactuar-hi i finalment trobar allò que busca.

Per altre banda, el repte que em va oferir "El celler d'en Marc" el vaig trobar molt interessant i idoni per aplicar molts dels coneixement adquirits durant la carrera de Grau en Multimèdia. Es tractava de la creació d'una botiga en línia per tal de vendre el seu vi ecològic anomenat Lalut. Fins aquell moment, sempre havien venut els seus vins físicament i volien anar un pas més enllà per tal de estar presents en el món digital amb l'objectiu de transmetre l'emoció, l'afecte i la passió amb la qual elaboren els seus vins.

Dins d'aquest projecte es va construir una identitat visual corporativa consistent, no només que permetés identificar i diferenciar l'empresa sobre les demés, sinó també construir un eix de comunicació que projectés els valors, la personalitat i la filosofia de l'empresa.

Una altre aspecte important va ser utilitzar un llenguatge formal però a l'hora planer i directe per tal de fer arribar al màxim de gent possible les gran avantatges que les noves tecnologies poden oferir en el món de la comercialització en línia.

Finalment, citar una frase que sempre he tingut molt present a la meva vida i m'ajuda a tenir una visió optimista davant de qualsevol projecte: "Les oportunitats grans neixen d'haver sabut aprofitar les petites".

## 2. Descripció/Definició/Hipòtesi

L'evolució tecnològica i canvi continu en els nostres hàbits de consum, han ajudat al desenvolupament i confiança en el comerç en línia. Cada vegada són més els usuaris que volen fer compres instantànies, d'una manera senzilla i des de qualsevol lloc, amb l'esperança d'estalviar-se diners o simplement trobar allò que no sap ni que existeix.

El consumidor sempre ha marcat les regles, fins el punt que actualment, les botigues físiques necessiten tenir presència en el món digital amb les grans avantatges que això comporta, però també, moltes d'elles continuaran mantenint les seves botigues físiques per satisfer aquells clients que necessiten tenir un contacte físic amb el producte.

Aquest era el cas del Celler d'en Marc, una petita empresa familiar de vins que sempre havia venut el seu producte presencialment mitjançant el boca a boca. El seu repte era introduir-se al mercat digital mitjançant una botiga en línia per tal d'augmentar la visibilitat del seu producte i el nombre de ventes.



## 3. Objectius

### 3.1 Principals

- Conceptualitzar, dissenyar e implementar una web corporativa que funcioni també com a botiga en línia.
- Crear la web mantenint a l'usuari i el client en el centre del procés amb la finalitat de satisfer les seves expectatives.
- Transmetre al client els beneficis que comporta estar present en el món digital.
- Transmetre la passió a l'hora d'elaborar els seus productes.
- Crear una web *responsive* que s'ajusti als diferents dispositius mòbils.
- Seguir les diferents etapes d'un disseny centrat en l'usuari (DCU) i aplicar conceptes d'usabilitat i accessibilitat.

### 3.2 Secundaris

- Desenvolupar la capacitat de planificar un projecte en un temps determinat i uns requisits determinats obtinguts a través de reunions amb el client.
- Desenvolupar a nivell professional les diferents possibilitats que ens ofereixen els proveïdors de dominis i allotjament.
- Adquirir els coneixements necessaris sobre els aspectes legals a tenir en compte quan creem una web de venda en línia.
- Aprendre a utilitzar el software específic a fi de generar la informació adient a cadascuna de les etapes de creació de la pàgina web

## 4. Marc teòric/Escenari

### 4.1 Context social

La societat s'ha adaptat a una nova forma de comprar impulsats pel fàcil accés a la tecnologia. Per aquest motiu, caldrà tenir en compte aquests tipus de clients, fent un disseny adaptable a diferents dispositius i analitzant sobretot l'experiència d'usuari, ja que els clients principalment valoren la facilitat d'accés a la informació.

Els consumidors a l'hora de comprar vins a través d'internet valoraran factors com:

- Selecció i varietat de vins a la botiga en línia
- Preu i promocions
- Costos d'enviament i terminis d'entrega
- Servei d'atenció al client i assistència en línia
- Quantitat i qualitat del contingut web
- Usabilitat de la pàgina a l'hora de dur a terme el procés de compra (fàcil d'utilitzar, accessible i segur)

En aquest projecte, el que es va voler intentar es posar a l'abast d'aquest públic tots aquests productes, d'una forma més còmoda, ràpida i efectiva.

### 4.2 Context econòmic

Les dades econòmiques dels últims anys confirmaven que malgrat la situació econòmica del nostre país, el comerç electrònic ha registrat un creixement continu, degut en gran part al canvi d'hàbits de la nova generació de consumidors, acostumada cada vegada més a utilitzar Internet per informar-se i realitzar les seves compres.

Aquests indicadors i molts altres ens van fer suposar que el comerç electrònic està en un clar procés de creixement i expansió, un procés que afectarà a tots els sectors, empreses i comerços de totes les grandàries i que requerirà un esforç addicional per part de tots aquells que vulguin mantenir la seva quota de mercat o fins i tot ampliar-la aprofitant les oportunitats que el e-commerce ofereix.

L'estudi Nielsen 360 sobre tendències de gran consum, deia que 6 de cada 10 espanyols eren consumidors totals, és a dir, compaginaven la compra a internet amb la convencional, unes xifres que també se sumaven a les que apuntaven que el percentatge de persones que feien les seves compres en línia almenys un cop per setmana havia augmentat del 19 al 27%.

Extret de <http://www.expansion.com/economia-digital/2017/12/09/5a2bb81eca4741f5088b45d2.html>

La facturació del comerç electrònic a Espanya va aconseguir en el tercer trimestre de 2017 la xifra rècord de 7.785 milions d'euros, la qual cosa suposa un 26,2% més que els 6.167 milions d'euros que va ingressar en el mateix període de l'any anterior, segons les últimes dades ofertes per la Comissió Nacional dels Mercats i la competència (CNMC). En comparació amb el trimestre anterior, les vendes de comerç electrònic es van incrementar un 6,1%, ja que la seva xifra de negoci en el període comprés entre abril i juny va assolir els 7.338 milions d'euros.

Per sectors, les indústries amb majors ingressos han estat les agències de viatges i els operadors turístics, amb el 15,6% de la facturació total; el transport aeri, amb un 9,9%; la roba de vestir, amb un 5,1% i els hotels amb un 4,7%.

Extret de <http://www.europapress.es/economia/noticia-comercio-electronico-espana-supera-7700-millones-tercer-trimestre-2017-crecer-26-20180406104659.html>

## 5. Continguts

En el moment de crear una web de comerç en línia, va ser necessari tenir en compte certes qüestions legals bàsiques que ens ajudessin a evitar conseqüències no desitjades i que fàcilment evitables. Per tant, va ser necessari dedicar un petit espai a la web per influir per incloure mencions exigides per la normativa.

La normativa bàsica que vaig tenir en compte a nivell nacional va ser la següent:

- Llei 34/2002 de serveis de la societat de la informació i el comerç electrònic de l'11 de juliol. LSSI.
- Llei orgànica 15/1999 de protecció de dades de caràcter personal i el reglament que el desenvolupa (Real Decret núm. 1720/2007, de 21 de desembre. LOPD.
- Ordre Ministerial IT C/1542/2005, de 19 de maig que aprova el Pla Nacional de noms de domini de Internet sota el codi del país corresponent.
- Llei 7/1996 de ordenació de comerç Minorista.

## 5.1 Avís Legal

### Objecte i acceptació

El present avís legal regula l'ús del lloc web [www.elcellerdenmarc.com](http://www.elcellerdenmarc.com), (en endavant, LA WEB), de la que es titular l'empresa "El Celler d'en Marc, (en endavant, EL PROPIETARI DE LA WEB).

La navegació pel lloc web del PROPIETARI DE LA WEB atribueix la condició d'usuari del mateix i implica l'acceptació plena i sense reserves de totes i cadascuna de les disposicions incloses en aquest Avís Legal, que poden patir modificacions .

L'usuari s'obliga a fer un ús correcte del lloc web de conformitat amb les lleis, la bona fe, l'ordre públic, els usos del tràfic i el present Avís Legal. L'usuari respondrà davant EL PROPIETARI DE LA WEB o davant de tercers, de qualsevol dany i perjudici que pugui causar com a conseqüència de l'incompliment d'aquesta obligació.

### Identificació i comunicacions

EL PROPIETARI DE LA WEB, en compliment de la Llei 34/2002, de 11 de juliol, de serveis de la societat de la informació i de comerç electrònic, l'informa de que:

La seva denominació social és : El Celler d'en Marc.

El seu nom comercial es: Lalut

El seu CIF es: ESB - 55186894

El seu domicili social està a: c/. Camí de bell lloc, S/N de 17230 PALAMOS (Girona)

Per comunicar-se amb nosaltres, posem a la seva disposició diferents mitjans de contacte que detallem a continuació :

Telèfon: +34 972 319 138

E-mail : [elcellerdenmarc@gmail.com](mailto:elcellerdenmarc@gmail.com)

Totes les notificacions i comunicacions entre els usuaris i EL PROPIETARI DE LA WEB es consideraran efectives, a tots els efectes, quan es realitzin a través de correu postal o qualsevol altre mitjà dels detallats anteriorment .

### Condicions d'accés i utilització

El lloc web i els seus serveis són d'accés lliure i gratuït, no obstant això, EL PROPIETARI DE LA WEB condiona la utilització d'alguns dels serveis oferts a la seva web al previ emplenament del corresponent formulari .

L'usuari garanteix l'autenticitat i actualitat de totes aquelles dades que comuniqui al PROPIETARI DE LA WEB i serà l'únic responsable de les manifestacions falses o inexactes que realitzi.

L'usuari es compromet expressament a fer un ús adequat dels continguts i serveis d'EL PROPIETARI DE LA WEB i a no utilitzar per, entre d'altres:

a ) Difondre continguts, delictius, violents, pornogràfics, racistes, xenòfob, ofensius, d'apologia del terrorisme o, en general, contraris a la llei o a l'ordre públic .

b ) Introduir en la xarxa virus informàtics o realitzar actuacions susceptibles d'alterar, malmetre, interrompre o generar errors o danys en els documents electrònics, dades o sistemes físics i lògics d'EL PROPIETARI DE LA WEB o de terceres persones, així com obstaculitzar l'accés d'altres usuaris al lloc web i als seus serveis mitjançant el consum massiu dels recursos informàtics a través dels quals EL PROPIETARI DE LA WEB presta els seus serveis.

c ) Intentar accedir als comptes de correu electrònic d'altres usuaris o a àrees restringides dels sistemes informàtics del PROPIETARI DE LA WEB o de tercers i, si s'escau, extreure informació .

d) Vulnerar els drets de propietat intel·lectual o industrial, així com violar la confidencialitat de la informació d' EL PROPIETARI DE LA WEB o de tercers .

e) Suplantar la identitat d'un altre usuari, de les administracions públiques o d'un tercer.

f ) Reproduir, copiar, distribuir, posar a disposició o de qualsevol altra forma comunicar públicament, transformar o modificar els continguts, llevat que es compti amb l'autorització del titular dels corresponents drets o això resulti legalment permès.

g ) Demanar dades amb finalitat publicitària i de remetre publicitat de qualsevol classe i comunicacions amb fins de venda o altres de naturalesa comercial sense que hi hagi prèvia sol·licitud o consentiment .

Tots els continguts del lloc web, com ara texts, fotografies, gràfics, imatges, icones, tecnologia, programari, així com el seu disseny gràfic i codis font, constitueixen una obra la propietat pertany al PROPIETARI DE LA WEB, sense que puguin entendre cedits a l'usuari cap dels drets d'explotació sobre els mateixos més enllà de l'estrictament necessari per al correcte ús del web.

En definitiva, els usuaris que accedeixin a aquest lloc web poden visualitzar els continguts i efectuar, si escau, còpies privades autoritzades sempre que els elements reproduïts no siguin cedits posteriorment a tercers, ni s'instal·lin a servidors connectats a xarxes, ni siguin objecte de cap tipus d'explotació.

Així mateix, totes les marques, noms comercials o signes distintius de qualsevol classe que apareixen al lloc web són propietat del PROPIETARI DE LA WEB, sense que pugui entendre que l'ús o accés al mateix atribueixi a l'usuari dret sobre els mateixos.

La distribució, modificació, cessió o comunicació pública dels continguts i qualsevol altre acte que no hagi estat expressament autoritzat pel titular dels drets d'explotació queden prohibits.

L'establiment d'un hiperenllaç no implica en cap cas l'existència de relacions entre EL PROPIETARI DE LA WEB i el propietari del lloc web a la que s'estableixi, ni l'acceptació i aprovació per part del PROPIETARI DE LA WEB dels seus continguts o serveis. Aquelles persones que es proposin establir un hiperenllaç prèviament han de demanar autorització per escrit al PROPIETARI DE LA WEB . En tot cas, l'hiperenllaç únicament permetrà l'accés a la pàgina d'inici del nostre lloc web, així mateix haurà abstenir-se de realitzar manifestacions o indicacions falses, inexactes o incorrectes sobre EL PROPIETARI DE LA WEB, o incloure continguts il·lícits, contraris a les bons costums i l'ordre públic.

EL PROPIETARI DE LA WEB no es responsabilitza de l'ús que cada usuari li doni a els materials posats a disposició en aquest lloc web ni de les actuacions que realitzi en base als mateixos.

## **Exclusió de garanties i exclusivitat**

El contingut del present lloc web és de caràcter general i té una finalitat merament informativa, sense que es garanteixi plenament l'accés a tots els continguts, ni la seva exhaustivitat, correcció, vigència o actualitat, ni la seva idoneïtat o utilitat per a un objectiu específic.

EL PROPIETARI DE LA WEB exclou, fins on permet l'ordenament jurídic, qualsevol responsabilitat pels danys i perjudicis de tota naturalesa derivats de:

a ) La impossibilitat d'accés al lloc web o la falta de veracitat, exactitud, exhaustivitat i / o actualitat dels continguts, així com l'existència de vicis i defectes de tota classe dels continguts transmesos, difosos, emmagatzemats, posats a disposició als quals s'hagi accedit a través del lloc web o dels serveis que s'ofereixen.

b ) La presència de virus o d'altres elements en els continguts que puguin produir alteracions en els sistemes informàtics, documents electrònics o dades dels usuaris

c) L'incompliment de les lleis, la bona fe, l'ordre públic, els usos del tràfic i el present avís legal com a conseqüència de l'ús incorrecte del lloc web. En particular, i a tall d'exemple , EL PROPIETARI DE LA WEB no es fa responsable de les actuacions de tercers que vulnerin drets de propietat intel·lectual i industrial, secrets empresarials, drets a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge, així com la normativa en matèria de competència deslleial i publicitat il·lícita.

Així mateix, EL PROPIETARI DE LA WEB declina qualsevol responsabilitat respecte a la informació que es trobi fora d'aquesta web i no sigui gestionada directament pel nostre webmaster. La funció dels links que apareixen en aquesta web és exclusivament la d'informar l'usuari sobre l' existència d'altres fonts susceptibles d'ampliar els continguts que ofereix aquest lloc web. EL PROPIETARI DE LA WEB no garanteix ni es responsabilitza del funcionament o accessibilitat els llocs enllaçats, ni suggereix, convida o recomana la visita als mateixos, de manera que tampoc serà responsable del resultat obtingut. EL PROPIETARI DE LA WEB no es responsabilitza de l'establiment d'hipervincles per part de tercers.

## **Política de privacitat**

Quan precisem obtenir informació per la seva banda, sempre li demanarem que ens la proporcioni voluntàriament de forma expressa. Les dades demanades a través dels formularis de recollida de dades del lloc web o altres vies seran incorporades a un fitxer de dades de caràcter personal degudament inscrit en el Registre General de Protecció de Dades de l'Agència Espanyola de Protecció de Dades, del qual és responsable EL PROPIETARI DE LA WEB. Aquesta entitat tractarà les dades de forma confidencial i exclusivament amb la finalitat d'oferir els serveis sol·licitats, amb totes les garanties legals i de seguretat que imposa la Llei Orgànica 15/1999 , de 13 de desembre, de Protecció de Dades de Caràcter Personal, el Reial Decret 1720/2007, de 21 de desembre i la Llei 34/2002, de 11 de juliol, de Serveis de la Societat de la Informació i Comerç Electrònic.

EL PROPIETARI DE LA WEB es compromet a no cedir, vendre, ni compartir les dades amb tercers sense la seva aprovació expressa.

Així mateix, EL PROPIETARI DE LA WEB cancel·larà o rectificarà les dades quan resultin inexactes, incompletes o hagin deixat de ser necessàries o pertinents per a la seva finalitat, de conformitat amb el que preveu la Llei Orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de Protecció de Dades de Caràcter Personal.

L'usuari podrà revocar el consentiment prestat i exercir els drets d'accés, rectificació, cancel·lació i oposició dirigint-se al domicili social de EL CELLER D'EN MARC, S.L. situat a C/. Camí de bell lloc, S/N de 17230 PALAMOS (Girona), o a l'adreça de correu electrònic [cellerdenmarc@gmail.com](mailto:cellerdenmarc@gmail.com), identificant-se degudament i indicant de forma visible el dret concret que s'exerceix.

EL PROPIETARI DE LA WEB adopta els nivells de seguretat corresponents requerits per la citada Llei Orgànica 15/1999 i altra normativa aplicable. No obstant això, no assumeix cap responsabilitat pels danys i perjudicis derivats de alteracions que tercers poden causar en els sistemes informàtics, documents electrònics o fitxers de l'usuari.

EL PROPIETARI DE LA WEB podrà utilitzar cookies durant la prestació serveis del lloc web. Les cookies són fitxers físics d'informació personal allotjats en el propi terminal de l'usuari. L'usuari té la possibilitat de configurar seu programa navegador de manera que s'impedeixi la creació d'arxius cookies o es adverteixi de la mateixa.

Si opta a abandonar el nostre lloc web a través d'enllaços a llocs web no pertanyents a la nostra entitat, EL PROPIETARI DE LA WEB no es farà responsable de les polítiques de privacitat d'aquests llocs web ni de les cookies que aquests puguin emmagatzemar en l'ordinador de l'usuari.

La nostra política respecte al correu electrònic se centra a remetre únicament comunicacions que vostè hagi sol·licitat rebre.

Si prefereix no rebre aquests missatges per correu electrònic li oferirem a través els mateixos la possibilitat d'exercir el seu dret de cancel·lació i renúncia a la recepció d'aquests missatges, de conformitat amb el que disposa el títol III, article 22 de la Llei 34 /2002 de Serveis per a la Societat de la Informació i de Comerç Electrònic.

### **Procediment en cas de realització d'activitats de caràcter il·lícit**

En el cas que qualsevol usuari o un tercer consideri que existeixen fets o circumstàncies que revelin el caràcter il·lícit de la utilització de qualsevol contingut i / o de la realització de qualsevol activitat en les pàgines web incloses o accessibles a través del lloc web, haurà d'enviar una notificació al PROPIETARI DE LA WEB identificant-se degudament, especificant les suposades infraccions i declarant expressament i sota la seva responsabilitat que la informació proporcionada a la notificació és exacta.

Per a tota qüestió litigiosa que incumbeixi al lloc web del PROPIETARI DE LA WEB, serà d'aplicació la legislació espanyola, sent competents els Jutjats i Tribunals de LA BISBAL D'EMPORDÀ (Girona).



## Publicacions

La informació administrativa facilitada a través del lloc web no substitueix la publicitat legal de les lleis, normatives, plans, disposicions generals i actes que hagin de ser publicats formalment als diaris oficials de les administracions públiques, que constitueixen l'únic instrument que dóna fe de la seva autenticitat i contingut. La informació disponible en aquest lloc web s'ha d'entendre com una guia sense propòsit de validesa legal.

## 5.2 TERMES I CONDICIONS

### Dades d'enviament

El CLIENT haurà d'indicar en les seves dades de client el domicili de l'enviament. L'enviament s'efectuarà mitjançant lliurament a domicili a través del servei de missatgeria UPS. EL CELLERD'EN MARC no es fa responsable de les despeses que puguin ocasionar una adreça d'enviament incompleta o incorrecta per part del client.

### Despeses d'enviament

En els preus oferts en ELCELLERDENMARC.COM no es troben inclosos les despeses d'enviament. Aquestes despeses variaran en funció de la destinació del envio. El CLIENT serà informat a la pròpia Web de l'import d'aquestes despeses en cada cas.

### Països d'enviament

Els productes de la marca LALUT venuts a través de la tenda "en línia" elcellerdenmarc.com, només poden lliurar-se a Espanya.

### Terminis de lliurament

El temps de lliurament és de 3-5 dies per a productes que tinguem en estoc

Per a més informació pot manar-nos un e-mail a [elcellerdenmarc@gmail.com](mailto:elcellerdenmarc@gmail.com)

### Devolucions

El CLIENT disposarà d'un termini de 14 dies hàbils des de la recepció de la comanda per realitzar la devolució del producte adquirit. Per la campanya de Nadal, les comandes efectuades entre l'1 de desembre i 1 de gener, tindran 30 dies per canviar-se.

### Motius vàlids per realitzar una devolució o canvis

1. Si el producte lliurat al CLIENT fos diferent del sol·licitat.
2. Si el producte lliurat estigués trencat, danyat o en condicions deficientes.

En aquests casos els productes li seran substituïts sense cap cost adicional, per als clients residents a Espanya. Als clients fora d'Espanya hauran de fer-se càrrec dels costos de recollida i enviament. El CLIENT haurà d'indicar per escrit enviant un e-

mail a l'adreça [elcellerdenmarc@gmail.com](mailto:elcellerdenmarc@gmail.com) especificant la referència de la comanda i adjuntant imatges clares de la part defectuosa. Una vegada rebem aquesta informació procedirem a manar-li una altra vegada el producte correcte i s'efectuarà un canvi amb el missatger. El CLIENT ha de tenir preparat el producte a retornar en el mateix estat en què ho va rebre.

Si per contra el CLIENT vol la devolució dels diners de la compra, haurà d'enviar-nos el producte a aquesta adreça:

EL CELLER D'EN MARC – Camí de bell loc, S/N – 17230 Palamós, Girona

En aquest cas el cost de l'enviament va a càrrec del CLIENT. Una vegada retornat el producte i quan aquest arribi al CELLER D'EN MARC, s'examinarà que compleix les condicions de devolució a dalt detallades. Si tot és correcte, EL CELLER D'EN MARC procedirà a l'abonament de l'import de la compra mitjançant transferència bancària al compte que el CLIENT designi.

### **No admissió de devolucions**

NO s'admeten devolucions o canvis d'ampolles usades.

NO s'admet devolucions o canvis d'articles en oferta (Outlet, rebaixes, promocions temporals, etc...)

Per a més informació pot manar-nos un e-mail a [elcellerdenmarc@gmail.com](mailto:elcellerdenmarc@gmail.com)

## **5.3 COOKIES**

L'article 22 de la llei de serveis de la societat de la informació i de comerç electrònic (LSSI) és la que regula aquesta normativa encara que hagi estat modificada posteriorment pel Real Decret-Ley 13/2012. Així doncs, estàvem obligats a avisar sobre la política de cookies en algun apartat de la nostre web. La pàgina havia de tenir la següent informació:

### **Què és una cookie?**

Una cookie és un fitxer que es descarrega al seu ordinador en accedir l'Usuari a determinades pàgines web. Les cookies permeten a una pàgina web, entre altres coses, emmagatzemar i recuperar informació sobre els hàbits de navegació d'un usuari o del seu equip i, depenent de la informació que continguin i de la forma en què utilitzi el seu equip, es poden utilitzar per reconèixer a l'usuari.

### **Quins tipus de cookies hi ha?**

Hi ha diversos tipus de cookies en funció de diferents criteris:

En funció del temps que romanen activades:

- Cookies de sessió. Són un tipus de cookies dissenyades per demanar i emmagatzemar dades mentre l'usuari accedeix a una pàgina web.
- Cookies permanents: Són un tipus de cookies en el qual les dades segueixen emmagatzemats en el terminal i poden ser accedits i tractats durant un període definit pel responsable de la galeta.

En funció de la titularitat:

- Cookies pròpies. Són les que pertanyen a EL CELLER D'EN MARC
- Cookies de tercers. Són aquelles la titularitat és d'un tercer, diferent de EL CELLER D'EN MARC, que serà qui tracti la informació recollida.

En funció de la seva finalitat:

- Cookies tècniques i / o de personalització. Són aquelles que serveixen per millorar el servei, localitzar incidències, reconèixer a l'usuari, etc.
- Cookies d'anàlisi i / o de publicitat. Són aquelles que serveixen per analitzar informació sobre la navegació i oferir publicitat, sigui genèrica o personalitzada.

### **Quins tipus de cookies són més habituals?**

**TÈCNIQUES:** Són cookies PRÒPIES, de sessió, d'identificació, de configuració i de registre, estrictament necessàries per a la identificació de l'usuari i per a la prestació dels serveis sol·licitats per l'usuari. La informació obtinguda a través de les mateixes és tractada únicament per EL CELLER D'EN MARC

**D'ANÀLISI:** Són aquelles que, ben tractades per nosaltres o per tercers, ens permeten quantificar el nombre d'usuaris i així realitzar el mesurament i anàlisi estadística de la utilització que fan els usuaris del servei ofert. Per això s'analitza la seva navegació a la nostra pàgina web per tal de millorar l'oferta de productes o serveis que li oferim.

**DE PUBLICITAT:** Són aquelles que, ben tractades per nosaltres o per tercers, permeten la gestió, de la forma més eficaç possible, dels espais publicitaris que es poguessin incloure a la nostra pàgina web i / o emmagatzemen informació del comportament dels usuaris obtinguda a través de l'observació continuada. Gràcies a elles, podem conèixer els hàbits de navegació a internet i mostrar-li publicitat relacionada amb el seu perfil de navegació.

### **Per què serveix una cookie?**

Les cookies s'utilitzen per poder oferir-serveis i / o publicitat personalitzats, per analitzar el funcionament del sistema, reconèixer quan accedeix com a usuari, localitzar incidències i problemes que puguin sorgir i solucionar en el menor termini possible, així com analitzar i mesurar l'ús i activitat de la pàgina web.

### **Es necessita el meu consentiment per implantar una cookie?**

No cal el consentiment per a la instal·lació de cookies tècniques o les que siguin estrictament necessàries per a la prestació d'un servei de la societat de la informació expressament sol·licitat pel destinatari.

Per a la resta, sí que es necessita el consentiment de l'interessat que es pot sol·licitar per diferents vies. En el cas de EL CELLER D'EN MARC., s'entendrà atorgat si Vostè segueix utilitzant la pàgina web, sense perjudici que en qualsevol moment podrà revocar-i desactivar les cookies.

Quins tipus de cookies utilitza aquesta pàgina web?

Cookies tècniques: Són aquelles creades i gestionades únicament per nosaltres, i permeten a l'usuari la navegació a través de la nostra pàgina web i la utilització de les diferents opcions com, per exemple, identificar la sessió, personalitzar informació o accedir a zones d'accés restringit.

El lloc web de EL CELLER D'EN MARC., utilitza Google Analytics, una eina d'analítica web desenvolupada per Google, que ajuda els propietaris de llocs web a mesurar com interactuen els usuaris amb el contingut del lloc.

Per a més informació veure:

<https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/analyticsjs/cookie-usage>

Pot permetre, bloquejar o eliminar les cookies instal·lades en el seu equip mitjançant la configuració de les opcions del navegador en el vostre ordinador.

### **Com desactivar cookies?**

- Firefox: <https://support.mozilla.org/es/kb/habilitar-y-deshabilitar-cookies-sitios-web-rastrear-preferencias?redirectlocale=es&redirectslug=habilitar-y-deshabilitar-cookies-que-los-sitios-we>
- Chrome: <https://support.google.com/chrome/answer/95647?hl=es>
- Internet Explorer: <https://support.microsoft.com/es-es/products/windows?os=windows-10>
- Safari: [https://support.apple.com/kb/ph5042?locale=es\\_ES](https://support.apple.com/kb/ph5042?locale=es_ES)
- Safari para iOS: <https://support.apple.com/es-es/HT201265>
- Opera: <http://help.opera.com/Windows/11.50/es-ES/cookies.html>

## 6. Metodologia

El gran repte d'aquest projecte va ser establir les eines necessàries per tal que l'empresa pugui vendre els seus productes per internet. Per fer-ho, es van seguir un conjunt d'etapes ben diferenciades però a l'hora interconnectades per tal d'assolir els objectius:

1. **Anàlisi:** Concretar reunions amb el client per obtenir els requisits, així com analitzar la competència per tal d'aprendre allò que s'està fent bé o els errors que no volem cometre. Només així, podrem centrar-nos en crear allò que vol el client i diferenciar la web de totes les que ja existeixen al mercat.
2. **Fase de continguts i arquitectura de la informació:** Definir el contingut de la pàgina web i organitzar visualment l'estructura de la botiga-online mitjançant *wireframes* i *sitemap*, amb l'objectiu d'establir el missatge i les funcionalitats de la web.
3. **Fase de disseny:** Un dels aspectes fonamentals a la hora de crear qualsevol web. Es crearà la part més creativa del projecte, per "vestir" els prototips ja acabats. També es generarà la imatge visual de la web (fonts tipogràfiques, gamma cromàtica, elements d'interacció, etc.)
4. **Fase d'implementació:** En aquesta es faran servir totes les eines necessàries per tal de fer realitat tot el que hem plantejat en els punts anteriors.
5. **Fase d'avaluació:** La web s'analitzarà per tal de comprovar que compleixi amb les expectatives que tenia el client i els objectius establerts.

Una de les premisses més importants era fer el salt al món digital -un món caracteritzat per ser fred i llunyà – però que el client en tot moment percebés la passió que hi ha havia darrera el producte-

El desenvolupament del projecte ha seguit cinc fases principals: Anàlisi, disseny, estructura del contingut, implementació i avaluació.

### 6.1 Anàlisi

La fase d'anàlisi es va iniciar amb el "briefing", és a dir, el punt de partida estratègic per preparar qualsevol acció de marketing en línia. Ho vam necessitar per conèixer les necessitats del nostre client, per determinar objectius clars i mesurables com també per decidir amb quina plataforma es realitzarà o per dissenyar una estratègia de continguts. Paral·lelament, es van realitzar reunions amb el client per tal d'obtenir informació sobre l'empresa, quina era la situació de partida i quins eren els seus objectius principals.

Gràcies el *briefing* es va obtenir una visió global de l'empresa a fi de definir i sobretot enfocar correctament el projecte que va servir com a fulla de ruta. Durant aquesta etapa es van obtenir els requeriments per part del client i posteriorment es van identificar els objectius, definir l'abast, el pressupost, els terminis d'entrega i finalment es van establir les reunions de seguiment.

El següent pas va ser realitzar un *benchmarking* comparatiu mitjançant el qual es recopilava informació i noves idees gràcies a l'anàlisi d'altres empreses del mateix sector. L'objectiu d'aquest procés era analitzar què fan bé els nostres competidors per tal adaptar-ho a la nostra web o fins i tot millorar-ho, però també el què fan malament a fi de no cometre els mateixos errors i diferenciar-se de la competència.

## 6.2 Arquitectura del contingut

Abans de començar a treballar sobre l'aspecte estètic de la web, va ser de vital importància pensar amb la seva estructura. L'arquitectura de la informació té com a objectiu organitzar i estructurar el contingut de tal forma que faciliti la navegació a l'usuari. Primer de tot, es va construir un arbre jeràrquic per representar les pàgines que contindrà la web, i posteriorment mitjançant els *Wireframes* es va fer un petit esbós de com s'organitzaria el contingut per tal d'oferir una bona experiència d'usuari.

## 6.3 Disseny

Un cop tinguem l'acceptació del client, es va continuar amb el disseny de la web a mitjançant el programa Adobe Illustrator. El procés de disseny també necessitava establir reunions amb el client per tal de què acceptés la versió definitiva i passar a la fase d'implementació. A més, durant el disseny s'havia de tenir en compte conceptes com el Disseny Centrat en l'usuari i usabilitat.

## 6.4 Implementació

En aquest punt ja es tenia el disseny definitiu i poder iniciar a implementar la pàgina web. En aquest punt entrarà en joc l'elecció de la plataforma utilitzada per tal de crear la botiga en línia, el tipus d'allotjament i altres aspectes tècnics. Haurem de d'aprendre el seu funcionament, quines funcionalitats extres haurem d'instal·lar i resoldre les diferents problemàtiques que vagin sorgint, ja sigui per problemes d'adaptació del disseny entre els diferents dispositius, desconeixement de com adaptar certes parts del disseny a la plataforma o altres inconvenients.

## 6.5 Avaluació

Finalment, ja tindrem la pàgina web implementada, però necessitarem realitzar una sèrie de tests per tal de comprovar el correcte funcionament, si compleix els requeriments plantejats per part del client, si s'han assolit els objectius o trobar possibles errors ja siguin d'implementació, estructuració de contingut o altres causes que impliquin un desconcert a l'usuari.

Per avaluar la botiga en línia, es va crear una guia de test per tal d'anar mercant si s'havien assolit els requeriments. Així doncs, es va navegar per les diferents seccions avaluant totes les accions que podia realitzar a l'usuari per tal de analitzar el seu correcte funcionament.

## 7. Arquitectura de l'aplicació/sistema/servei

L'arquitectura del servei d'allotjament venia definida segons el tipus de d'allotjament que volíem contractar. El nostre proveïdor ens ofería diferents opcions, i simplement es va triar la més adequada per crear la botiga en línia. Tot seguit veurem en una taula les característiques més importants de l'allotjament web que vam escollir:

<b>Característiques del hosting</b>	
Espai total	10 GB
Transferència (Transit de dades mensual màxim)	Il·limitada
Sistema operatiu	Linux
Full SSD (Més potència i rendiment)	Si
HTTP/2 (Redueix fins a la meitat la velocitat de carga de la web)	Si
Varnish Caché (Accelera la web)	Si
Comptes FTP i SFTP (Quantitat de comptes per pujar continguts a la web)	Il·limitades
FTP via web (Per gestionar fitxers, imatges i permisos des del navegador)	Si
Backups Selfservice (Còpia incremental diària i una altre completa setmanal)	Gratuït
<b>Programació</b>	
Versió PHP	7.1.23
<b>Bases de dades</b>	
Nombre de bases de dades	Il·limitada
Mida (Mida màxima de cada base de dades)	Limitat al total
MySQL	v.5.1.48/5.5
<b>Correu</b>	
Comptes de correu	Il·limitades
Webmail amb Groupware	Gratuït
TLS (Per garantir la seguretat dels correus)	Gratuït
DKIM (Autentica i signa els correus de manera electrònica)	Si
Filtres i regles (Estableix paràmetres per tractar el correu rebut)	Si
Antivirus i Antispam (Actualització de filtres periòdicament)	Si
<b>Serveis utilitzats</b>	
Creoweb (Constructor de muntar webs fàcilment)	Si

SSH (Shell per connexió remota i segura al servidor)	Linux
IIS Manager (Administració avançada de forma remota)	Windows
Tasques programades (Automatitza l'execució de scripts al hosting)	Si
SEO Toolkit (Millora el transit des dels cercadors a la web)	Si
XCache /OpCaché Millora el rendiment de les aplicacions PHP	

Taula 1: Característiques de l'arquitectura utilitzada



## 8. Plataforma de desenvolupament

Wordpress és un sistema de gestió de continguts o CMS (Content Management System) enfocat a la creació de qualsevol tipus de pàgina web. Originalment era molt popular en la creació de blogs però amb el temps es va convertir en una de les principals eines per la creació de pàgines web comercials. Està desenvolupat amb PHP per entorns que fan servir MySQL i Apache, sota llicència GPL i és un software lliure. Els seus fundadors van ser Matt Mullenweg i Mike Little.

Wordpress va ser creat a partir del desaparegut b2/cafeleg i s'ha convertit en el CMS més popular del món. A més, que fos un software lliure, la seva facilitat d'ús i les seves característiques com a gestor de continguts van ser les principals causes del seu enorme creixement. Per desenvolupar el projecte es va fer servir la versió de Wordpress 5.02

Encara que la major part de documentació existent es basa en la utilització del motor de base de dades MySQL sobre el servidor web Apache, aquest sistema de gestió de continguts pots instal·lar-se també en entorns que executin Postgresql, MariaDB i Nginx. Per desenvolupar el projecte, es va escollir fer-ho amb la versió v.5.1.48/5.5 de MySql i la versió 7.1.23 de PHP.

Un altre punt a considerar que va tenir incidència en el seu gran èxit i extensió, era la enorme comunitat de desenvolupadors i dissenyadors, encarregats de programar el nucli i creant complements (plugins) i plantilles per la comunitat.

Els tres components més importants de Wordpress són: Plugins, Temes i Widgets.

### Plugins

Els plugins són complements de Software que augmenten les capacitats y les possibilitats de Wordpress d'una forma exponencial. Així doncs, els plugins s'utilitzen per millorar Wordpress en diferents àrees com la de marketing, xarxes socials, seguretat, SEO, disseny web, contingut, tràfic web, etc...

Els plugins que es van utilitzar van ser els següents:

Nom	Versió	Descripció
Akismet Anti-Spam	4.0.8	Protecció contra spam
Contact Form 7	5.05	Crear formularis de contacte
Cookie Notice	1.2.44	Informar de cookies
Redsys Woocommerce	3.0.1	Pagament amb targeta Red-sys
Unicode Core	1.7.1	Plugin per templates Undsgn
Unicode Page Builder	5.5.2	Per construir pàgines visualment
UPS Woocommerce Shipping	3.10.5	Enviament mitjançant UPS
Woocommerce	3.5.1	Crear una botiga en línia
Woocommerce Checkout manager	4.2.3	Gestiona la pàgina de Woocommerce en mode avançat
Woocommerce PDF invoices&Packing Slips	7.10.44	Crear factures automàticament

Taula 2: Nom dels plugins utilitzats a la web

## **Temes**

Els temes són plantilles que s'utilitzen per modificar la aparença i el disseny de la web. Existeix un gran nombre de temes gratuïts i "Premium" (pagament) que ajuden a adaptar Wordpress a qualsevol tipus de necessitat. La opció més recomanable és invertir en un tema de pagament ja que ofereix més possibilitats de disseny i personalització.

El tema que es va utilitzar el "UNCODE versió 1.9.2.

## **Widgets**

Els widgets són petits blocs d'informació que podem afegir en els "sidebars" de la nostre web. Els widgets poden contenir imatges, codi que s'ha creat manualment, vídeos, botons de xarxes socials i molts altres continguts.

Per altre banda, no podem obviar els programes que es van utilitzar paral·lelament per tal de desenvolupar la botiga en línia tal i com teníem previst. El programes de disseny més importants van ser:

### **Illustrator CC 2018**

És un software de creació i edició de gràfics vectorials. Així doncs, en comptes de generar imatges a partir de píxels, es fa de manera vectorial utilitzant equacions matemàtiques per la creació de qualsevol forma, de manera que podem escalar les imatges sense pèrdua de resolució.

### **Photoshop CC 2018**

És un programa per crear, editar i retocar imatges. Aquest programa el vaig utilitzar sobretot per editar les imatges que el client tenia del Celler.

### **Mockflow**

Aquesta aplicació en línia ens va permetre crear esbossos/prototips de la estructura de les pàgines de la web. És molt fàcil d'utilitzar i ens va permetre implementar una arquitectura web molt personalitzada i amb múltiples complements.

## 9. Planificació

La planificació va ser un element clau que em va permetre arribar a assolir els objectius previstos inicialment. Així doncs, els processos compresos en aquesta secció van ser els següents:

1. **Definir les activitats**, és a dir, identificar les accions específiques que s'haurien de dur a terme per a produir els resultats parcials i finals del projecte. De manera que els objectius es converteixen en fites i terminis de lliurament.
2. **Seqüenciar les activitats**, és a dir, identificar i documentar les relacions i l'ordre de realització de les activitats definides.
3. **Estimar els recursos per a les activitats**, és a dir, estimar el tipus i quantitats de recursos humans (temps de persones), equipament, materials o subministrament necessaris per a dur a terme les activitats. De tots aquests recursos, el més important va ser el temps.
4. **Estimar la durada de les activitats**, és a dir, s'havia d'establir de manera aproximada el nombre de períodes de treball per completar les activitats individuals amb els recursos estimats anteriorment.
5. **Establir el calendari o cronograma** de treball per analitzar i relacionar la seqüència d'activitats, la seva durada, els requisits i disponibilitat de recursos i les limitacions d'agenda i calendari del projecte, per a crear el calendari de treball.

Va ser important tenir en compte que totes aquestes accions s'interrelacionarien les unes amb les altres. Quan tot això es situa en un calendari, en el cas que es produeixin variacions en una activitat o un grup d'activitats. Afectaran tot un conjunt o algunes activitats crítiques del conjunt, de manera que part del treball d'execució serà un exercici continu de re-planificació, demanda i reubicació de recursos que haurem de tenir molt present.

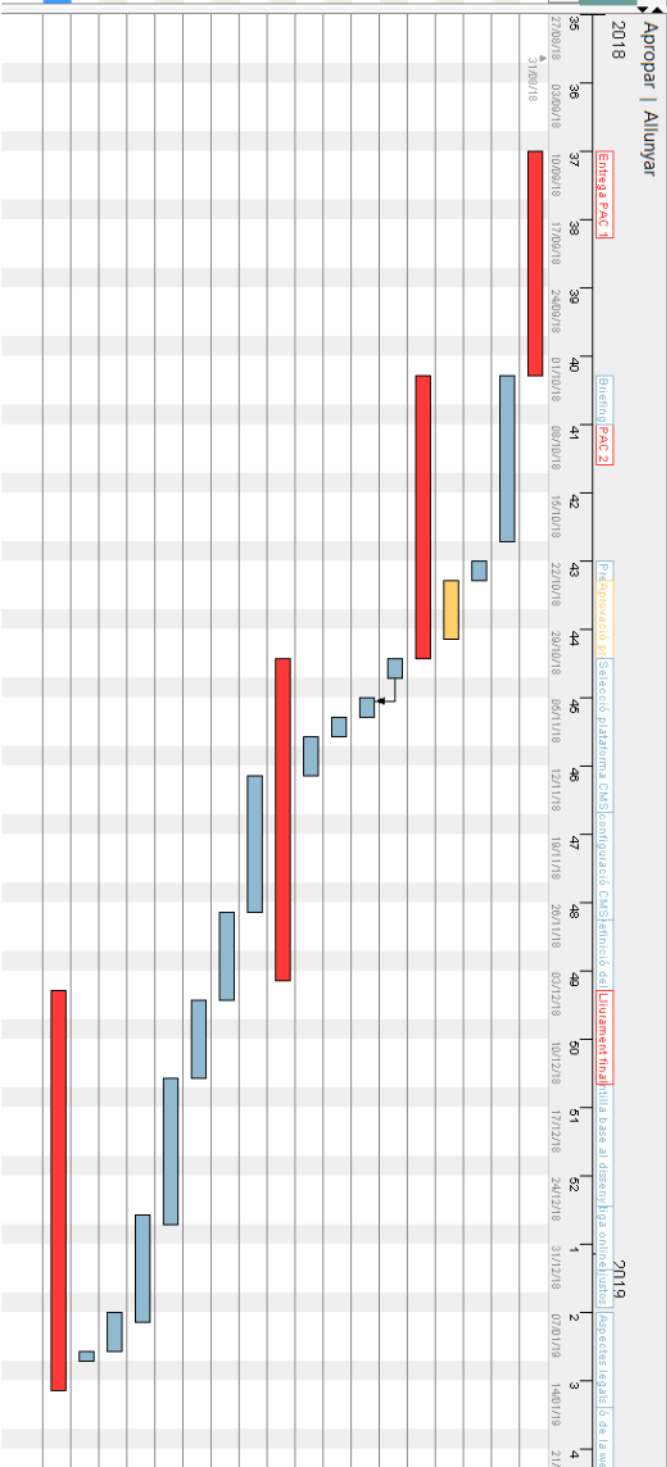
El projecte estarà marcat principalment per les tres PACs que s'hauran d'anar lliurant durant el curs i el corresponent lliurament final. És per això que les dates clau del projecte van ser les següents:

1. 02/10/2018: Entrega PAC 1
2. 31/10/2018: Entrega PAC 2
3. 2/12/2018: Entrega PAC 3
4. 14/1/2019: Lliurament final

TASCA	DATA INICI	DATA FI
<b>Entrega PAC 1</b>	19/09/2018	<b>02/10/2018</b>
<b>Briefing</b>	03/10/2018	<b>19/10/2018</b>
<b>Generar el pressupost</b>	22/10/2018	<b>23/10/2018</b>
<b>Aprovació del pressupost</b>	24/10/2018	<b>29/10/2018</b>
<b>Entrega PAC 2</b>	03/10/2018	<b>31/10/2018</b>
<b>Selecció plataforma CMS</b>	1/11/2018	<b>2/11/2018</b>
<b>Selecció plantilla base</b>	5/11/2018	<b>6/11/2018</b>
<b>Escollir domini i hosting</b>	7/11/2018	<b>8/11/2018</b>
<b>Instal·lació i configuració del CMS</b>	9/11/2018	<b>12/11/2018</b>
<b>Entrega PAC 3</b>	01/11/2018	<b>02/12/2018</b>
<b>Arquitectura de contingut (Sitemap i Wireframes)</b>	13/11/2018	<b>26/11/2018</b>
<b>Definició del disseny</b>	26/11/2018	<b>5/12/2018</b>
<b>Adaptació plantilla base al disseny</b>	6/12/2018	<b>13/12/2018</b>
<b>Configuració de la botiga-Online</b>	14/12/2018	<b>28/12/2018</b>
<b>Proves i ajustos</b>	28/12/2018	<b>7/01/2019</b>
<b>Aspectes legals</b>	07/01/2019	<b>10/01/2019</b>
<b>Publicació de la web</b>	11/01/2019	<b>12/01/2019</b>
<b>Lliurament final</b>	05/12/2018	<b>14/01/2019</b>

Taula 3: Planificació de les tasques

Nom	Inici	Finalització
Entrega PAC 1	10/09/...	02/10/18
Briefing	03/10/...	19/10/18
Pressupost	22/10/...	23/10/18
Aprovació pressupost	24/10/...	29/10/18
Entrega PAC 2	03/10/...	31/10/18
Selecció plataforma CMS	01/11/...	02/11/18
Selecció plantilla base	05/11/...	06/11/18
Escollir domini i hosting	07/11/...	08/11/18
Instal·lació i configuració CMS	09/11/...	12/11/18
Entrega PAC 3	01/11/...	03/12/18
Arquitectura de contingut (Sitemap i Wifr...)	13/11/...	26/11/18
Definició del disseny	27/11/...	05/12/18
Adaptació plantilla base al disseny	06/12/...	13/12/18
Configuració de la botiga online	14/12/...	28/12/18
Proves i ajustos	28/12/...	07/01/19
Aspectes legals	07/01/...	10/01/19
Publicació de la web	11/01/...	11/01/19
Lliurament final	05/12/...	14/01/19



# 10. Procés de treball/desenvolupament

La part més important del desenvolupament del projecte van ser les etapes de recopilació de la informació preliminar, la planificació detallada y la definició de l'arquitectura de la informació. Així doncs, el cicle de vida del desenvolupament va seguir els següents processos

## **Definir els rols i l'abast del projecte**

Es van definir quines serien les funcions de cadascuna de les parts. D'aquesta forma s'aconsegueixen clarificar responsabilitats i comprovar que no queden buits, funcions sense assignar o tasques sense controlar que podrien afectar el projecte.

## **Definir les formes de pagament i garanties**

Es tenia consciència d'un dels temes més delicats abans de començar el projecte, els diners. Mitjançant l'acceptació del pressupost i un acord per escrit ens vam evitar futures confusions.

## **Entrega d'accessos a dominis i altres aspectes**

Es va sol·licitar accés al servidor on es trobava allotjada la web per tal de migrar tan el domini com l'allotjament. Prèviament es va valorar els avantatges e inconvenients de cadascun dels aspectes tècnics escollits.

## **Procés de recopilació de la informació: objectius principals, públic objectiu i anàlisi de mercat.**

En aquesta etapa la tasca més important va ser tenir clar quins eren els objectius principals que volíem obtenir un cop finalitzat el projecte i definir el públic objectiu que utilitzaria la botiga en línia. Abans de començar a crear la web, era de vital importància saber a quin públic aniria dirigida la web com també conèixer les seves necessitats actuals i futures.

Analitzar la competència també va ser un dels processos clau abans de començar a crear la web. Saber exactament quins són els nostres competidors reals ens va ajudar millorar la web respecte les de la competència.

Finalment, es van marcar els objectius i definir quina era exactament la nostra finalitat. El disseny de la web ha de reflectir els objectius que hem establert.

## **Procés de planificació, Sitemap i creació de wireframe**

Es va crear el mapa de lloc que descriu les relacions entre les àrees principals del lloc web, amb l'objectiu un lloc web fàcil d'utilitzar i fàcil de navegar. Amb el mapa de lloc vam poder comprendre com era l'estructura interna del lloc web sense descriure la interfície. En canvi, per aquesta tasca, es va crear un wireframe (una maqueta) que consisteix en una representació visual descrivint els elements que s'inseriran a cada pàgina i la seva ubicació.

## **Procés de disseny de les pàgines, revisió i cicle d'aprovació**

Es van definir els elements de disseny: colors, logotips, estils, elements gràfics... fins que el client estava totalment satisfet. Al finalitzar, es va poder valorar de manera definitiva el cost en executar el disseny definitiu i el seu desenvolupament.

## **Procés d'escriptura del contingut i muntatge.**

Definir el contingut va ser la part més feixuga del projecte, ja que el client no tenia clar el text que volia inserir. Per aquest motiu, es va fer una proposta de contingut i a través de diferents reunions es va anar perfilant ja establert a la pàgina web.

## **Procés de disseny i codificació**

En aquest punt ja estàvem creant la web a partir del disseny definit. Així doncs, vam instal·lar el CMS, els plugins i les diferents adaptacions del disseny, ja que teníem una plantilla base per començar a muntar la web.

## **Procés de proves, revisió i llançament**

Va ser la última part del procés de creació i la més rutinària. Vam haver de comprovar que totes les accions de compra eren correctes i que no hi haguessin errors. Per fer-ho, es va accedir a la web adaptant un rol de usuari i d'empresa al mateix temps.

# 11. APIs utilitzades

## **Akismet Anti-Spam**

És un plugin antispam que es va utilitzar principalment per integrar-se amb el plugin de contacte anomenat Contact Form 7.

## **Contact Form 7**

Em va servir per gestionar múltiples formularis de contacte i personalitzar el formulari i el contingut del correu d'una manera molt senzilla.

## **Cookie Notice**

Aquest plugin ens va permetre informar als usuaris de la utilització de Cookies. A més, ens permet canviar el text d'avís, enllaçar a la pàgina de política de cookies per obtenir més informació, inserir animacions als botons, personalitzar la barra de notícies i l'estil dels botons, afegir la opció de denegar el permís per utilitzar cookies, etc.

## **Woocommerce**

Va ser una de les funcionalitats imprescindibles per crear la botiga en línia. Ens va proporcionar totes les eines necessàries per gestionar i mantenir les vendes a través d'internet, i sobretot aconseguir que el client tingui una bona experiència durant i després de la compra dels vins.

## **Redsys WooCommerce**

Es va utilitzar per admetre pagaments amb targeta i conté totes les funcionalitats necessàries per fer-ho. En primer lloc vam realitzar una sèrie de proves fins el moment de activar-ho definitivament.

## **Unicode Page Builder (Visual Composer)**

És un software integrat a la plantilla Unicode per crear les pàgines d'una manera visual i amb funcionalitats diverses. Va ser un plugin essencial per realitzar la web ja que ens va facilitar molt la feina en el moment de crear el contingut de les pàgines i inserir altres funcionalitats específiques.

## **UPS WooCommerce Shipping**

Aquest plugin em va ajudar a connectar la web amb la API del proveïdor d'enviaments de UPS. Gràcies això, el client pot saber el cost de l'enviament segons el producte i la destinació d'enviament escollida.

## **WooCommerce Checkout Manager**

Ens va permetre personalitzar i afegir nous camps en el formulari de checkout. A més, ens va permetre escollir quins volíem que fossin camps obligatoris i quins no.



## **WooCommerce Multilingual**

Aquesta funcionalitat ens va permetre traduir la pàgina dels productes en diferents idiomes. És un complement del plugin WPML.

## **WooCommerce PDF Invoices & Packing Slips**

Generar factures és bàsic si es vol vendre un producte, i aquest plugin em va permetre fer-ho automàticament segons les dades introduïdes pel client i les opcions de personalització que incorpora.

## **WPML**

És el plugin que vaig utilitzar per generar totes les traduccions de la web, tan de backend com del frontend. Ve amb un conjunt de funcionalitats que ens permeten traduir la pàgina web de manera ràpida.

## **Yoast SEO**

Un plugin de SEO que ens va ajudar a corregir tots els errors de SEO que hi havia a la web.

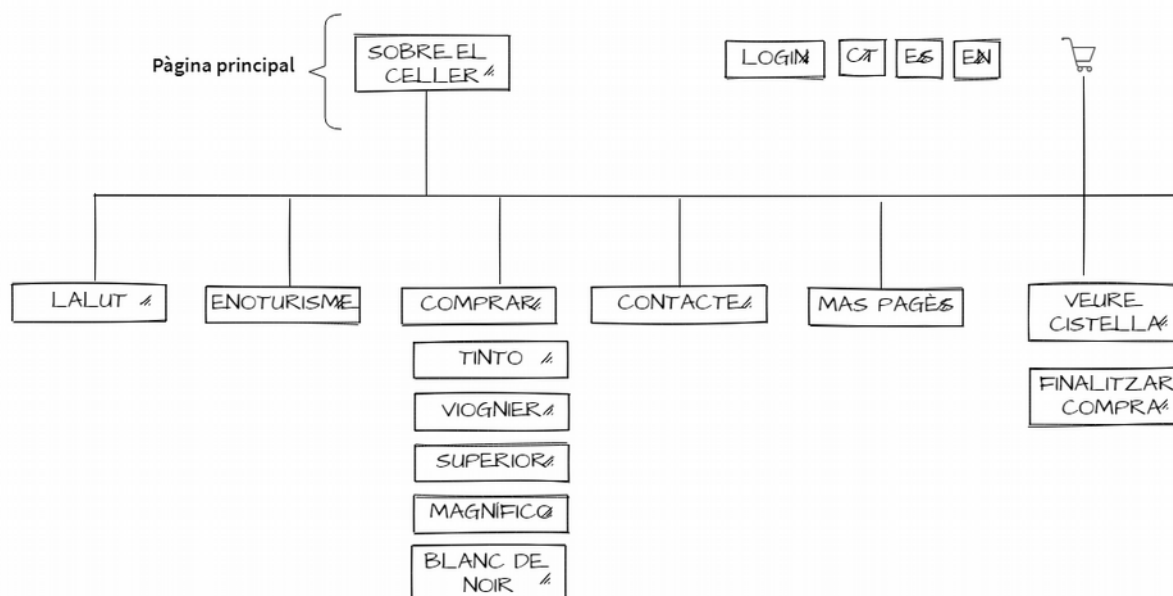
## 12. Sitemap

Un Sitemap o mapa del lloc web, és un llistat de URL que conté totes les pàgines d'una web que vols que siguin indexades. És a dir, una mena d'índex d'una web, que en general, és dissenyat per fer accessible un web als robots de cerca.

Gràcies al Sitemap podem donar informació als motors de recerca sobre la jerarquia de la nostra web, sobre les actualitzacions que hàgim realitzat, les pàgines que volem que els cercadors indexin, i finalment, sobre la prioritat que els cercadors d'assignar a cada pàgina.

Els grans cercadors (Google, Yahoo i Bing) accepten el format estàndard d'Sitemap XML, però també és possible fer un mapa del web en HTML o incloure feeds RSS.

Per altre banda, a més alt nivell, es va crear un esquema jeràrquic amb diferents nivells per tal de tenir una visió global de com estarien estructurades les pàgines.



A través del plugin Yoast SEO vam generar automàticament en mapa del lloc web:

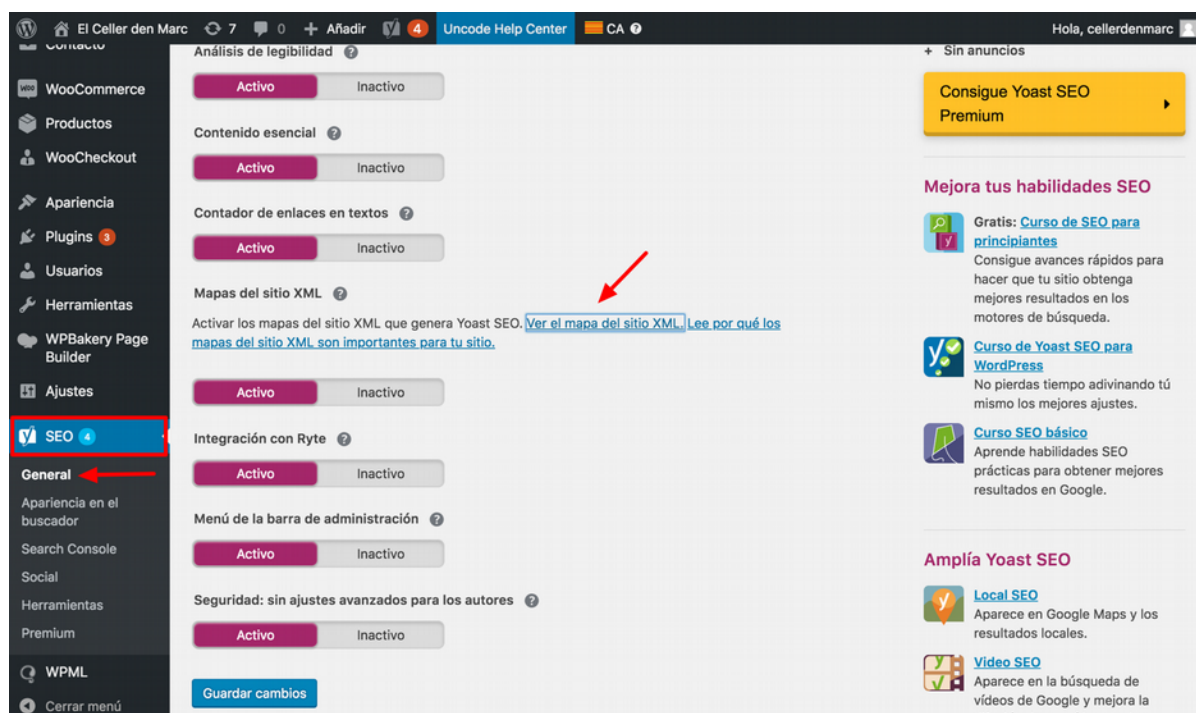


Figura 1: configuració plugin YOAST SEO

l es va generar el següent fitxer que és el que els buscadors tindran en compte en el moment de posicionar la web.

### XML Sitemap

Generated by **YoastSEO**, this is an XML Sitemap, meant for consumption by search engines.

You can find more information about XML sitemaps on [sitemaps.org](https://sitemaps.org).

This XML Sitemap contains 40 URLs.

URL	Images	Last Mod.
<a href="http://elcellerdenmarc.com/ca/">http://elcellerdenmarc.com/ca/</a>	25	2018-12-04 14:34 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/ca/page-404-custom/">http://elcellerdenmarc.com/ca/page-404-custom/</a>	0	2016-02-23 15:50 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/ca/politica-de-privacitat-i-avis-legal/">http://elcellerdenmarc.com/ca/politica-de-privacitat-i-avis-legal/</a>	0	2018-11-06 12:19 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/ca/shops__trashed/my-account/">http://elcellerdenmarc.com/ca/shops__trashed/my-account/</a>	0	2018-11-07 10:17 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/ca/enviaments-i-devolucions/">http://elcellerdenmarc.com/ca/enviaments-i-devolucions/</a>	0	2018-11-07 19:41 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/ca/shops__trashed/checkout/">http://elcellerdenmarc.com/ca/shops__trashed/checkout/</a>	0	2018-11-14 19:12 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/ca/enoturisme/">http://elcellerdenmarc.com/ca/enoturisme/</a>	21	2018-11-20 13:35 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/ca/contacte/">http://elcellerdenmarc.com/ca/contacte/</a>	1	2018-11-29 19:23 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/es/lalut/">http://elcellerdenmarc.com/es/lalut/</a>	8	2018-12-04 14:42 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/es/enoturismo/">http://elcellerdenmarc.com/es/enoturismo/</a>	21	2018-12-04 15:10 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/en/lalut/">http://elcellerdenmarc.com/en/lalut/</a>	8	2018-12-04 16:45 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/en/enoturism/">http://elcellerdenmarc.com/en/enoturism/</a>	21	2018-12-04 18:02 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/ca/tienda/">http://elcellerdenmarc.com/ca/tienda/</a>	0	2018-12-11 16:41 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/ca/mi-cuenta/">http://elcellerdenmarc.com/ca/mi-cuenta/</a>	0	2018-12-11 16:41 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/en/cart/">http://elcellerdenmarc.com/en/cart/</a>	0	2018-12-11 16:41 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/en/shop/">http://elcellerdenmarc.com/en/shop/</a>	0	2018-12-11 16:41 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/en/checkout/">http://elcellerdenmarc.com/en/checkout/</a>	0	2018-12-11 16:41 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/es/tienda-2/">http://elcellerdenmarc.com/es/tienda-2/</a>	0	2018-12-11 16:41 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/en/my-account/">http://elcellerdenmarc.com/en/my-account/</a>	0	2018-12-11 16:41 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/es/confirmar/">http://elcellerdenmarc.com/es/confirmar/</a>	0	2018-12-11 16:42 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/es/mi-cuenta-2/">http://elcellerdenmarc.com/es/mi-cuenta-2/</a>	0	2018-12-11 16:42 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/ca/cookies/">http://elcellerdenmarc.com/ca/cookies/</a>	0	2018-12-17 10:14 +01:00
<a href="http://elcellerdenmarc.com/es/cookies/">http://elcellerdenmarc.com/es/cookies/</a>	0	2018-12-17 10:19 +01:00

Figura 2: visualització sitemap

# 13. Prototips

## 13.1 Lo-Fi

### Wireframes

Un wireframe o prototip és un esbós que vam fer servir per representar visualment, d'una manera molt senzilla i esquemàtica l'estructura de la pàgina web. El seu objectiu era definir el contingut i la posició dels diversos blocs de la nostre web. Això va incloure menús de navegació, blocs de contingut, etc... A més, et permet veure com interactuen aquests elements entre ells.

Durant la creació dels wireframe no s'inclouen colors, tipografies ni cap element gràfic. El més important va ser centrar-se en la funcionalitat del lloc i l'experiència d'usuari. La prioritat són els continguts de la web.

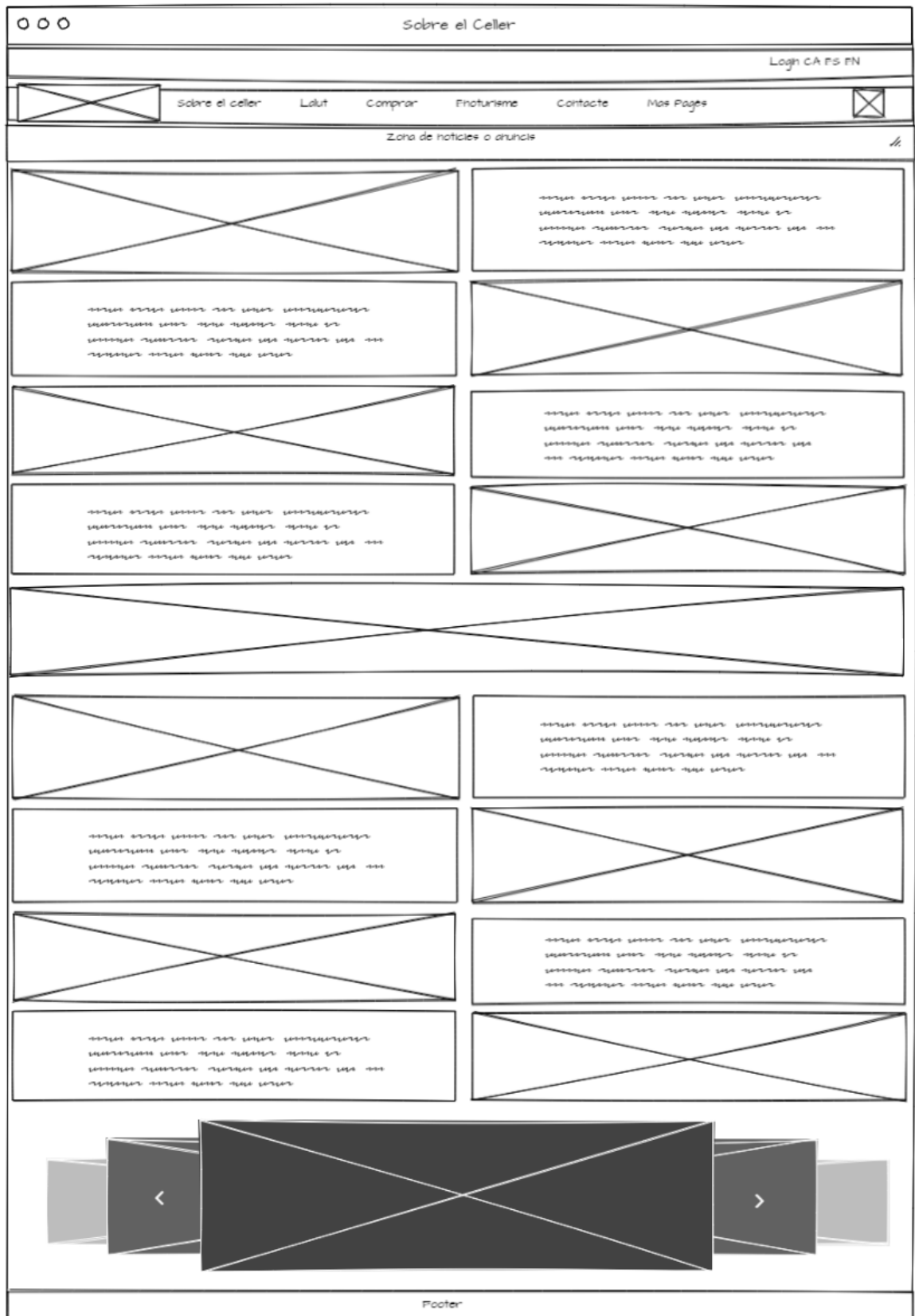


Figura 3: wireframe de la pàgina principal

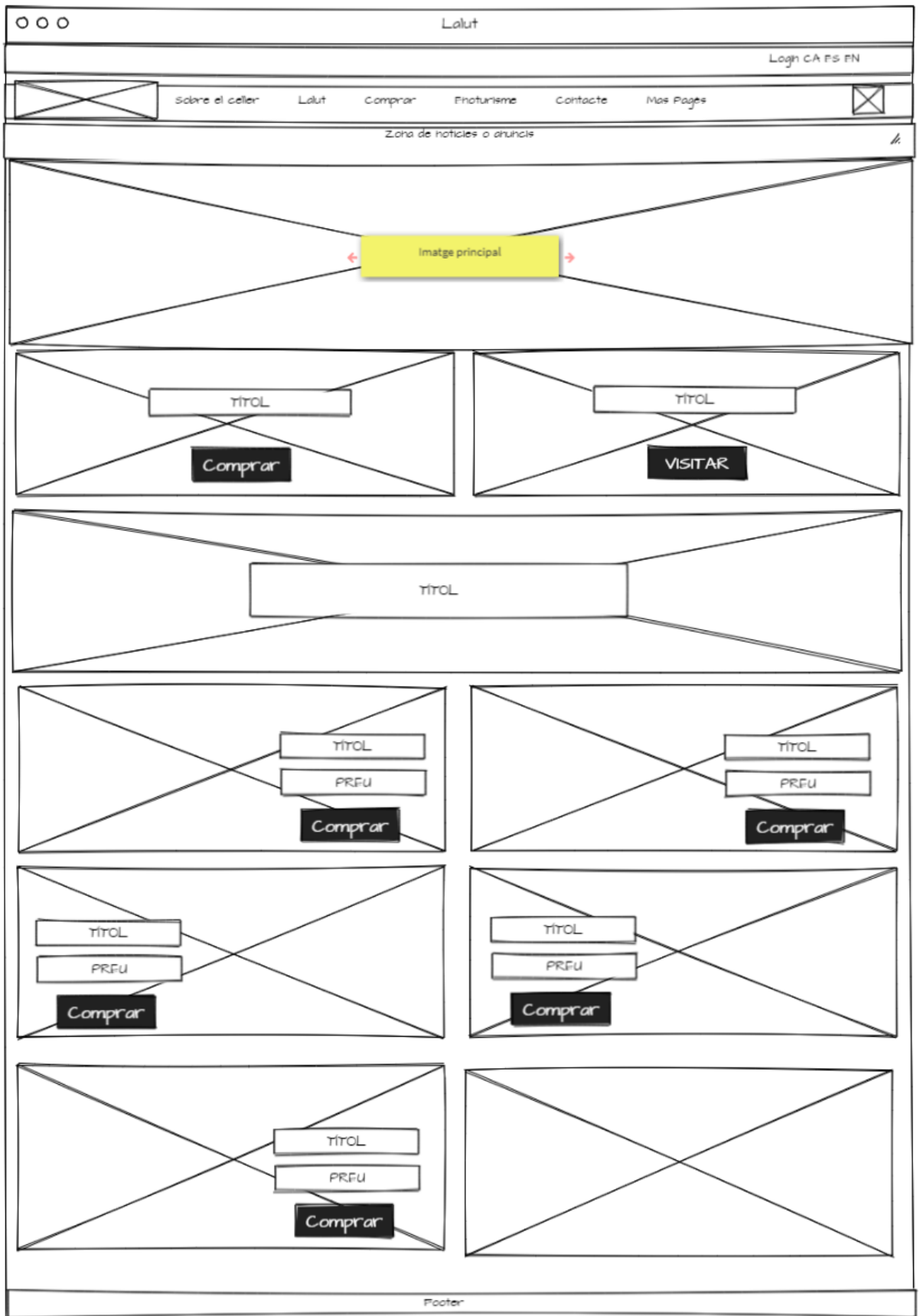


Figura 4: wireframe pàgina Lalut

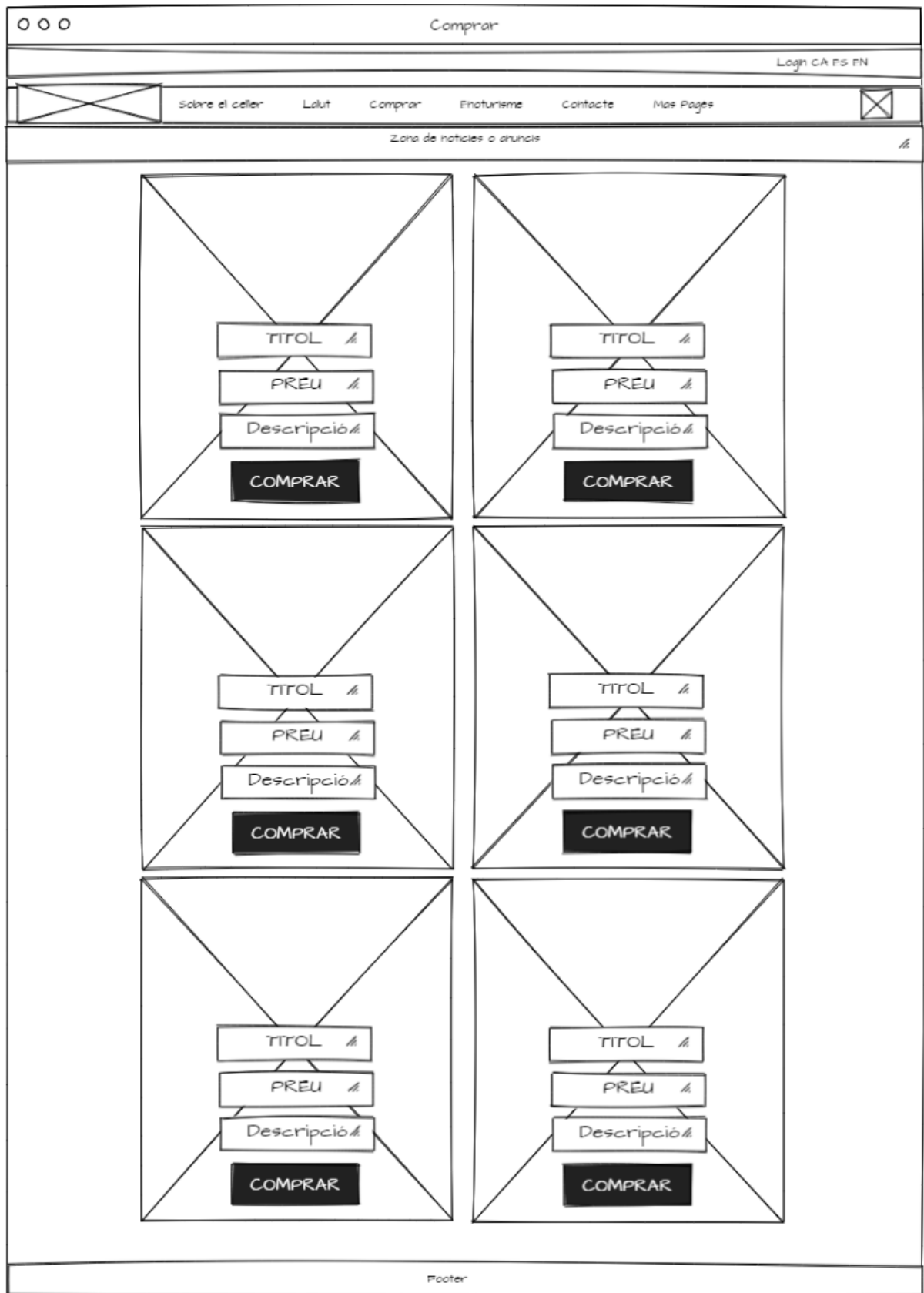


Figura 5: wireframe pàgina de compra

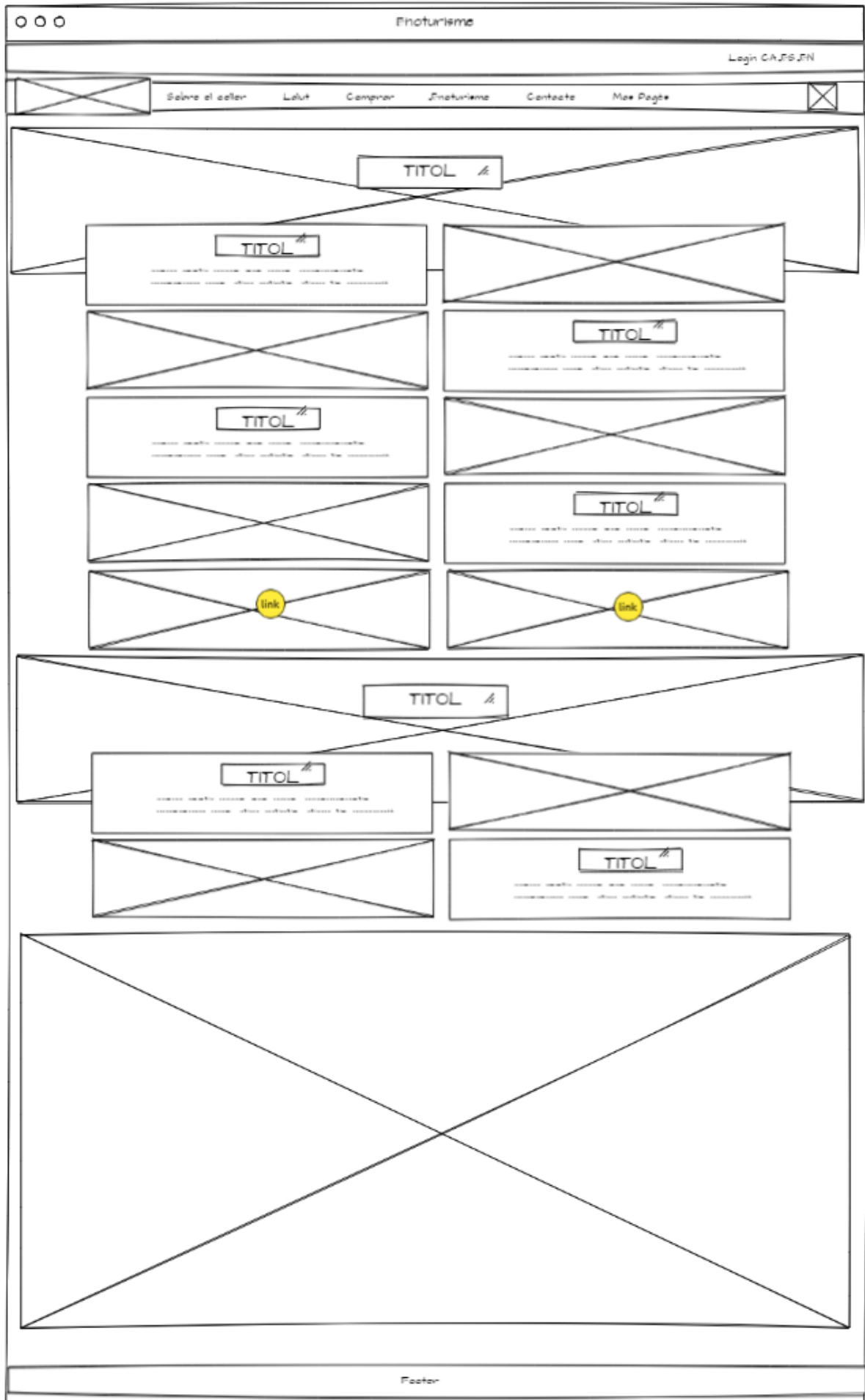


Figura 6: wireframe pàgina enoturisme





Figura 7: wireframe pàgina de contacte

## 13.2 Hi-Fi

### Pàgina principal



Figura 8: captura de pantalla de la pàgina principal



## Altres pàgines

**LALUT VINS AMB PASSIÓ**  
UN VI DE QUALITAT CREAT EN EL COR DE LA COSTA BRAVA

COMPRAR

**2015 LALUT SUPERIOR**  
una qualitat extraordinària  
13.86€

COMPRAR

**2017 LALUT VIOGNIER**  
un blanc molt especial  
12.24€

COMPRAR

**ENOTURISME AL CELLER**  
US ACOMPANYEM EN UNA DEGUSTACIÓ

**VISITA AL CELLER**

Visita el celler i les vinyes en un entorn autèntic d'una masia del segle XIV als peus de les gavarres amb productes del territori, formatges, embolits exquisits i les nostres melmelades. Descobreix els nostres vins elaborats amb molta passió i tècniques modernes.

**GRUPS I PREUS**

Minim 2 persones i màxim 15 persones

**FINS A 15 ANYS**  
5€ / persona

**ADULTS**  
Cata de 3 vins :: 10€ / persona  
Cata de 4 vins + Oli :: 12€ / persona

Figura 9: captura de pantalla de la pàgina de enoturisme

The screenshot displays a grid of five wine product cards, each featuring a bottle image, name, vintage, price, and a 'COMPRAR' button. The cards are:

- Top Left:** SUPERIOR 2015, 13.86€, Cabernet Sauvignon, 4 mesos en barrica.
- Top Right:** VIOGNIER 2017, 12.24€, Viognier.
- Middle Left:** TINTO 2017, 8.69€ / 7.26€, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Tempranillo.
- Middle Right:** MAGNÍFICO 2015, 24.00€, Cabernet Franc, 9 mesos en barrica.
- Bottom Left:** Nothing found. Cabernet Sauvignon, Tempranillo.

At the bottom, a navigation bar contains the following information:

**TOT SÓN AVANTATGES EN COMPRAR ON-LINE**

- Enviamt gratuït:** Enviamt gratuït a partir de 100€.
- Atenció al client:** 972 319 118, [ecellerdenmarc@gmail.com](mailto:ecellerdenmarc@gmail.com)
- Devolucions gratuïtes:** Ofrim una política de devolucions de 15 dies.
- Pagament segur:** Tots els pagaments es realitzen a través dels nostres servidors totalment segurs.

Figura 10: captura de pantalla de la pàgina de compra



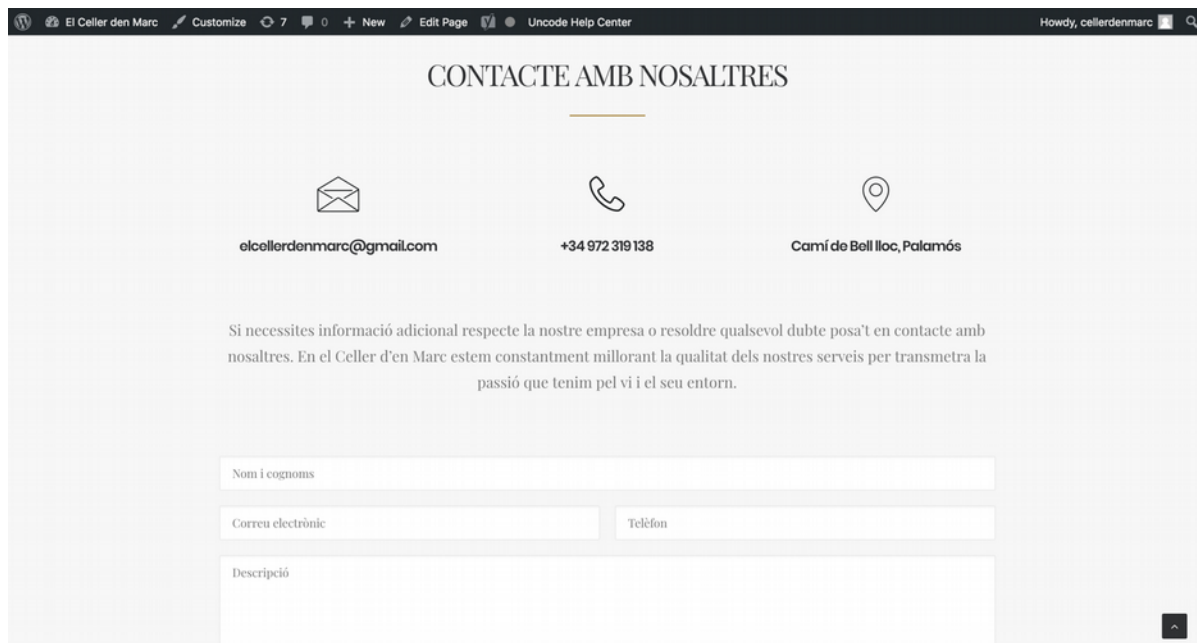


Figura 11: captura de pantalla de la pàgina de contacte

## 14. Perfils d'usuari

Wordpress ve amb una sistema de gestió de rols que defineix el que l'usuari pot i no pot fer a la web. A continuació explicaré els diferents roles d'usuari que te integrat Wordpress per defecte:

**Administrador.** Aquest perfil està reservat bàsicament al propietari de la web, ja que proporciona un control absolut de Wordpress. És el perfil d'usuari amb més poder. Els usuaris que tenen el rol d'administrador poden editar y modificar qualsevol tipus de contingut. A més, poden instal·lar, editar i eliminar plugins i temes. A més a més, poden afegir usuaris en el lloc web, canviar la informació dels usuaris ja registrats, incloent les seves contrasenyes i eliminar-los.

**Editor.** Els usuaris amb el rol d'editor en Wordpress tenen un control absolut respecte les seccions del contingut del lloc web. Poden afegir, editar, publicar i eliminar qualsevol pàgina. En canvi, els editors no tenen permisos per canviar la configuració del lloc, instal·lar plugins, instal·lar plantilles noves o afegir nous usuaris.

**Autor.** Dins els rols d'usuaris, el d'autor és un dels més restrictius. Els autors només poden escriure, editar i publicar les seves pròpies entrades. En canvi, tampoc tenen accés a la configuració, plugins i plantilles.

**Col·laborador.** L'usuari amb el rol de col·laborador té la capacitat d'escriure articles en Wordpress però no podrà publicar-los, només els podrà enviar per revisió.

**Subscriber.** L'usuari amb aquest rol només podrà llegir les entrades i pàgines públiques. Per tant, es igual que un lector de la web però amb la diferència que el subscriber està registrat i pot modificar el seu nom, biografia, correu electrònic, contrasenya i imatge de perfil.

Capacitats	Administrador	Editor	Autor	Col·laborador	Subscriber
Administrar plantilles					
Administrar plugins					
Administrar usuaris					
Actualitzar Wordpress /plantilles/plugins					
Moderar comentaris					
Administrar categories i etiquetes					
Administrar pàgines i entrades					

<b>Pujar arxius a la biblioteca de medis</b>					
<b>Publicar entrades pròpies</b>					
<b>Borrar entrades pròpies</b>					
<b>Crear/ Editar entrades pròpies</b>					
<b>Llegir pàgines i entrades</b>					

Taula 4: Rols d'usuari de Wordpress

# 15. Usabilitat/UX

La tenda on-line va ser enfocada per un públic adult, homes i dones entre els 25 i 55 anys. En general és un públic experimentat que consumeix amb major freqüència i gasta més diners per ampolla. És un consumidor cada vegada està més informat, és més exigent i busca qualitat enfront la quantitat.

Són persones inquietes i que els hi agrada viure experiències. La seva evolució professional i social els han permès accedir a una ampla oferta de vins, que han fet que els seus gustos hagin anat evolucionant.

És un consumidor que cada vegada està més informat gràcies a internet i els articles especialitzats. Sempre està atent per descobrir nous vins en tendes especialitzades, i quines són les tendències del mercat des de qualsevol lloc i en qualsevol moment. A més, el vi pot ser un tema de conversació amb els seus amics, amb els que comparteix experiències de les diferents marques i sabors que va coneixent i experimentant.

Aquestes persones no tenen un criteri sobre el que ha de valer una ampolla de vi, ja que es guien per sensacions i necessitats en el dia a dia. El que si està clar, es que el vi és la seva beguda preferida e indispensable a la taula, sigui en el dia a dia, en moments de tranquil·litat i relaxació o en un bar on el pugui provar juntament amb una tapa.

També hem incloure com a perfil d'usuari als enoturistes, ja que normalment són famílies, parelles, amics, turista individual o persones de la tercera edat que viatgen en períodes curts de temps. És a dir, en general són persones amants del vi i de bon viure, els agrada la naturalesa, el medi rural i aprendre de la cultura del vi.

Per millorar la usabilitat es va reflexionar sobre el que realment buscava el client al moment de visitar la tenda on-line. En el disseny era important prioritzar els usuaris i les seves necessitats, ja que són ells els que ens ajudaven a complir l'objectiu principal, augmentar les vendes.

Es aconseguir que la tenda on-line resultés més intuïtiva a l'hora de navegar treballant la usabilitat dels elements que la componen, una tenda on-line ben treballada incrementa les vendes y fidelitza els compradors. Així doncs, em vaig basar principalment en una sèrie de característiques per tal de millorar la usabilitat:

Vaig estructurar el menú i la informació perquè l'usuari pogués trobar el producte de busca fàcilment i de manera intuïtiva. També, vaig centrar-me en la informació de les fitxes de producte. A més, es sabia que una bona descripció del producte incrementa les vendes, ja que els consumidors els agrada trobar informació clara i directe. Per altre banda, un bon contingut és premiat per Google i ajuda en el posicionament SEO.

Per millorar la usabilitat em vaig centrar en els 10 principis definits per Jakob Nielsen:

## 1. Visibilitat de l'estat del sistema

Aquest principi ens diu que l'usuari ha d'estar informat en tot moment del que està passant a la nostre web, i oferir-li una resposta en el menor temps possible. A la botiga del Celler d'en Marc vaig reflectir aquest principi en varis situacions:



1. Els indicadors del procés de compra
2. Les pàgines de situació i subscripció amb confirmació, on s'indica que el client ha enviat un e-mail.
3. L'indicador a sobre la icona del carro de compra perquè es puguin veure quants articles hi tenim.

## **2. Relació entre el sistema i el món real**

La intenció era connectar sempre amb l'usuari, i per fer-ho havíem d'utilitzar un llenguatge que resulti familiar a l'usuari. A més, la informació es va mostrar amb un ordre lògic, i unes imatges i icones clares per tal de evitar generar confusió. Amb això, aconseguim que la interacció amb l'usuari sigui natural i no li costi moure's per la web.

## **3. Control i llibertat de l'usuari**

Vaig tenir en compte la possibilitat de que l'usuari s'equivoqués, ja que fer-ho està dintre de la naturalesa humana. Per tant, s'havia de permetre a l'usuari la possibilitat de atenuar l'error i no sentir-se frustrat per no poder realitzar alguna cosa.

Un exemple molt clar el podem trobar en el carro de compra. Poder esborrar els articles que en un moment havíem triat però per diferents motius volem eliminar-los.

## **4. Consistència**

La botiga es va dissenyar mantenint un patró general i una consistència gràfic perquè l'usuari no es perdi durant la navegació. Es van establir molts patrons comuns entre les pàgines per tal que l'usuari es senti a gust en qualsevol secció de la web. També, les icones havien d'estar relacionades amb la informació que descrivien.

Per altra banda, la versió responsive també havia de seguir una consistència marcada per la pàgina web principal, ja que si no es feia així corríem el perill de que l'usuari es pensi que no està a la mateixa web.

## 16. Seguretat

En el moment que la web esta accessible a través de Internet, es pot convertir en objectiu d'atacs informàtics, que poden afectar en el funcionament de la web i fins i tot esborrar totes les pàgines i continguts parcialment o totalment. A més, també existeixen altres perills que, sense afectar el funcionament aparent de la web, poden comprometre la seguretat de la informació emmagatzemada a la base de dades; per exemple dades personals dels clients.

Hi ha diferents tipus d'atacs que havíem de tenir en compte:

**Atacs per força bruta:** Es realitza a través d'una sèrie de programes que intenten accedir mitjançant la url a administrador provant totes les contrasenyes possibles fins que arribi a la correcte. Això passa en webs on no hi ha un nombre limitats d'intents d'accés a la web.

**Injecció de SQL:** Es tracta de la intromissió de codi dins de la mateixa base de dades SQL. Aquest tipus d'atac és fàcilment recognoscible ja que en les webs deixa el segell en l'apartat de comentaris, on solen crear molts d'ells amb una sèrie de links sense sentit.

**Vulnerabilitat dels connectors i del tema:** No s'ha de fer cap instal·lació de connectors que no s'hagin verificat primer. Molts d'ells tenen codi maliciós injectat en la seva pròpia web. A més, s'ha d'actualitzar amb certa freqüència, ja que això pot provocar problemes en el futur.

**Atac DDos:** Consisteix en atacar directament al servidor des de diferents ordinadors enviant-li moltes peticions fins que el deixa sense recursos i finalment deixa de funcionar.

Un cop es va ser conscient de tots aquests perills, es van establir diferents mesures de seguretat a fi de aconseguir una millor protecció. Les mesures bàsiques que vaig seguir:

- **Posar una contrasenya difícil:** La primera mesura que vaig establir va ser posar una contrasenya "forta", és a dir, amb un nombre alt de caràcters (més de 8) amb lletres números i signes de puntuació.
- **No utilitzar el nom d'usuari admin:** Un altre mesura de seguretat imprescindible en Wordpress és eliminar el nom d'usuari "admin" que és el que assigna la plataforma per defecte.
- **Limitar els intents de login erronis:** Es va evitar que els intents erronis d'accés fossin més de tres. Qualsevol hacker que utilitzés força bruta per accedir a la conta serà bloquejat després del nombre d'intents establert.
- **Controlar Spam:** El sistema de comentaris de Wordpress és una font continua de missatges spam i per tant una porta oberta a software maliciós. Per controlar-ho es va instal·lar un plugin anomenat Akismet expressament pensat per protegir-nos d'aquest problema.
- **No instal·lar molts plugins:** Instal·lar només els plugins imprescindibles i abans fer la instal·lació es van provar en un entorn diferent que el de

producció, ja que no tots els desenvolupadors d'aquestes funcionalitats utilitzen codi segur.

- **Fer un backup de la instal·lació periòdicament:** Molt important per poder restaurar la web davant de qualsevol problema o error.
- **Actualitzar els temes i els plugins:** Una forma d'evitar problemes va ser actualitzar a la última versió tant el plugins com els temes. Els desenvolupadors Wordpress van corregint problemes de seguretat que van sorgint en el temps.
- **Instal·lar i activar SSL (Secure Sockets Layer o copa de connexió segura) en el servidor:** És un estàndard de seguretat global que permet la transferència de dades xifrades entre un navegador i un servei web. La seva finalitat es disminuir el risc de robatori i manipulació de informació confidencial (números de targeta de crèdit, nom d'usuari, contrasenyes, correus electrònics, etc.) per part de hackers i lladres d'identitats.

# 17. Tests

## 17.1 Test d'accessibilitat

Per analitzar l'accessibilitat es va utilitzar una eina automàtica en línia anomenada TAW. Que té com a referència tècnica la pauta d'accessibilitat del contingut web (WCAG 2.0) del W3C. L'objectiu de TAW és comprovar el nivell d'accessibilitat aconseguït en el disseny i desenvolupament de pàgines web amb la finalitat de permetre l'accés a totes les pàgines independentment de les seves característiques diferenciadores.

Aquesta eina està destinada tant per usuaris sense experiència que volen conèixer el grau d'accessibilitat del seu lloc web com per professionals.

L'objectiu a l'hora d'aplicar l'accessibilitat de un lloc web ha de ser que assoleixi el millor nivell possible. Aquest nivell es mesura en relació a les "Pautes de Accessibilitat per Contingut Web" WCAG 2.0 de WAI-W3C de la següent forma:

- WCAG 2.0 A. Compleix tots els punts de verificació de prioritat 1
- WCAG 2.0 AA. Compleix tots els punts de verificació de prioritat 1 y 2
- WCAG 2.0 AAA. Compleix tots els punts de verificació de prioritat 1 i 2



Figura 12: Pantalla d'introducció del domini de l'aplicació TAW

La informació i els components de la interfície d'usuari han de ser presentats als usuaris de manera que puguin percebre'ls.

Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
1.1-Textos alternativos			0	50	0
1.1.1 - Contenido no textual <a href="#">?</a>	A	!		50	
1.2-Medios basados en el tiempo			0	0	0
1.2.1 - Sólo audio y solo vídeo (grabaciones) <a href="#">?</a>	A	na			
1.2.2 - Subtítulos (pregrabados) <a href="#">?</a>	A	na			
1.2.3 - Audiodescripción o Medio Alternativo (Pregrabado) <a href="#">?</a>	A	na			
1.2.4 - Subtítulos (en directo) <a href="#">?</a>	AA	na			
1.2.5 - Descripción auditiva (Pregrabada) <a href="#">?</a>	AA	na			
1.2.6 - Lenguaje de signos <a href="#">?</a>	AAA	na			
1.2.7 - Audiodescripción Extendida (Pregrabada) <a href="#">?</a>	AAA	na			
1.2.8 - Alternativa textual completa <a href="#">?</a>	AAA	na			
1.2.9 - Sólo audio (en directo) <a href="#">?</a>	AAA	na			
1.3-Adaptable			25	49	1
1.3.1 - Información y relaciones <a href="#">?</a>	A	✘	25	49	
1.3.2 - Secuencia con significado <a href="#">?</a>	A	na			
1.3.3 - Características sensoriales <a href="#">?</a>	A	?			1
1.4-Distinguible			0	77	6
1.4.1 - Uso del color <a href="#">?</a>	A	?			1
1.4.2 - Control del audio <a href="#">?</a>	A	na			
1.4.3 - Contraste (Mínimo) <a href="#">?</a>	A	?			1
1.4.4 - Redimensionamiento del texto <a href="#">?</a>	AA	!		77	
1.4.5 - Imágenes de texto <a href="#">?</a>	AA	?			1
1.4.6 - Contraste (Mejorado) <a href="#">?</a>	AAA	?			1
1.4.7 - Sonido de fondo bajo o ausente <a href="#">?</a>	AAA	na			
1.4.8 - Presentación visual <a href="#">?</a>	AAA	?			1
1.4.9 - Imágenes de texto (sin excepciones) <a href="#">?</a>	AAA	?			1

Figura 13: Resultats TAW respecte els textos alternatius

Els components de la interfície d'usuari i la navegació han de ser operables.

Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
2.1-Accessible mediante el teclado			0	0	1
2.1.1 - Teclado <a href="#">?</a>	A	?			1
2.1.2 - Sin bloqueos de teclado <a href="#">?</a>	A	?			1
2.1.3 - Teclado (sin excepciones) <a href="#">?</a>	AAA	na			
2.2-Tiempo suficiente			0	0	1
2.2.1 - Tiempo ajustable <a href="#">?</a>	A	?			1
2.2.2 - Pausar, detener, ocultar <a href="#">?</a>	A	?			1
2.2.3 - Sin límite temporal <a href="#">?</a>	AAA	?			1
2.2.4 - Interrupciones <a href="#">?</a>	AAA	✓			
2.2.5 - Nueva autenticación <a href="#">?</a>	AAA	?			1
2.3-Provocar ataques			0	0	1
2.3.1 - Umbral de tres destellos o menos <a href="#">?</a>	A	?			1
2.3.2 - Tres destellos <a href="#">?</a>	AAA	?			1
2.4-Navegable			77	56	6
2.4.1 - Evitar bloques <a href="#">?</a>	A	!		25	2
2.4.2 - Páginas tituladas <a href="#">?</a>	A	!		1	
2.4.3 - Orden del foco <a href="#">?</a>	A	?			1
2.4.4 - Propósito de los enlaces (en contexto) <a href="#">?</a>	A	✘	50	2	
2.4.5 - Múltiples vías <a href="#">?</a>	AA	?			1
2.4.6 - Encabezados y etiquetas <a href="#">?</a>	AA	!		28	
2.4.7 - Foco visible <a href="#">?</a>	AA	?			1
2.4.8 - Ubicación <a href="#">?</a>	AAA	?			1
2.4.9 - Propósito de los enlaces (Sólo enlaces) <a href="#">?</a>	AAA	✘	2		
2.4.10 - Encabezados de sección <a href="#">?</a>	AAA	✘	25		

Figura 14: Resultats TAW respecte el teclat

Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
3.1-Legible			0	0	1
3.1.1 - Idioma de la página	A				
3.1.2 - Idioma de las partes	AA				1
3.1.3 - Palabras inusuales	AAA				1
3.1.4 - Abreviaturas	AAA				1
3.1.5 - Nivel de lectura	AAA				1
3.1.6 - Pronunciación	AAA				1
3.2-Predecible			1	1	4
3.2.1 - Al recibir el foco	A				1
3.2.2 - Al introducir datos	A		1		1
3.2.3 - Navegación consistente	AA				1
3.2.4 - Identificación consistente	AA				1
3.2.5 - Cambios bajo petición	AAA			1	
3.3-Introducción de datos asistida			0	16	0
3.3.1 - Identificación de errores	A			4	
3.3.2 - Etiquetas o instrucciones	A				
3.3.3 - Sugerencias ante errores	AA			2	
3.3.4 - Prevención de errores (legales, financieros, datos)	AA			6	
3.3.5 - Ayuda	AAA			2	
3.3.6 - Prevención de errores (todos)	AAA			2	

Figura 15: Resultats TAW per comprovar si la web és llegible

El contingut ha de ser prou robust com per ser interpretat de manera fiable per una àmplia varietat d'agents d'usuari, incloses les ajudes tècniques.

Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
4.1-Compatible			0	0	1
4.1.1 - Procesamiento	A				
4.1.2 - Nombre, función, valor	A				1

No se han encontrado problemas   
 Existen problemas   
 Requiere revisión manual   
 Imposible realizar comprobación automática

Figura 16: Resultats TAW de compatibilitat

## 17.2 Test de velocitat de carga

La velocitat de carga ha d'estar optimitzada per tres raons:

1. Si la web té una carga lenta, es vendrà menys que la competència, ja que molts dels usuaris marxaran. Això farà que el percentatge de rebot sigui més baix.
2. En canvi, si la web és ràpida, obtindrem més visitants.
3. La indexació a Google també està lligada amb velocitat de carga. Per tant, una web que té una carga ràpida estarà més ben posicionada a Google.

Així doncs, podem agafar com a referència que una carga òptima estaria per sota dels 3 segons.



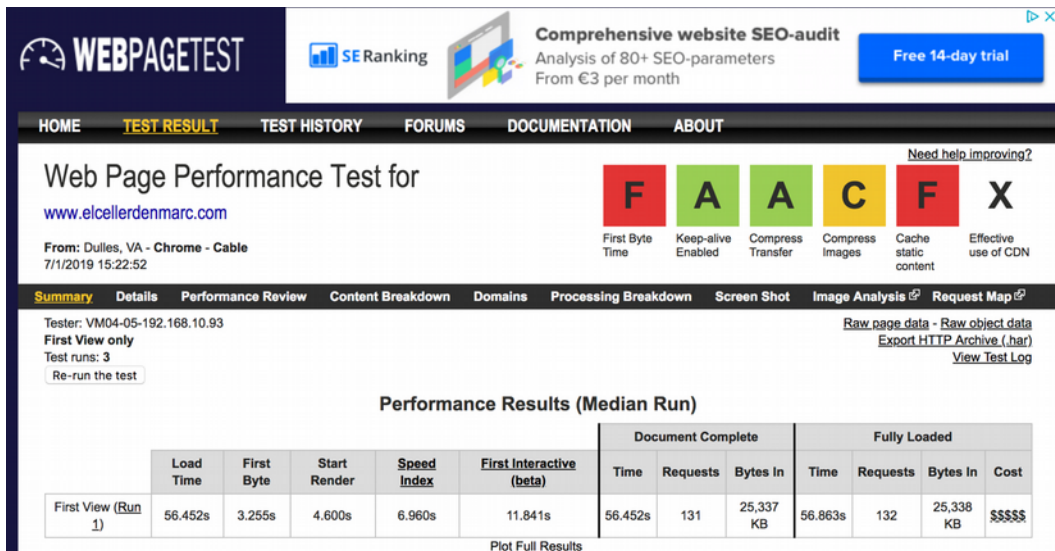


Figura 17: Resultats de webpagetest



Figura 18: resultat del test de velocitat mitjançant Google de la versió responsive

S'ha un tingut en un primer test un temps de carga força elevat, així que tindrem que millorar en el futur aquells aspectes que Google insights recomana per tal de millorar la velocitat de la web. És un dels nous objectius que van sorgir després d'analitzar la botiga on-line.

## 17.2 Speedtest

La velocitat de baixada (descarrega) és el temps que tarda la informació en arribar en el nostre ordinador des de internet. En canvi, la velocitat de pujada (carga), és la velocitat en que nosaltres enviem la informació des del nostre ordinador a Internet. Veient el test que he realitzat, podem comprovar que tenim una bona connexió per realitzar qualsevol operació.

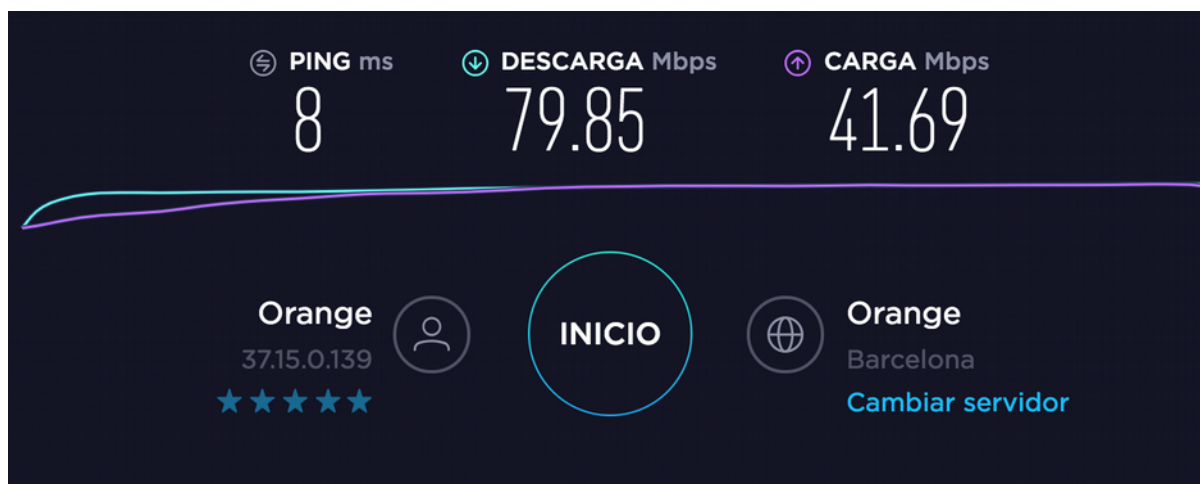


Figura 19: Resultats de l'aplicació SpeedTest



Figura 20: Llistat de suggeriments per millorar la velocitat de la web

En el següent gràfic podem veure en quina posició està actualment la nostre web respecte la competència en qüestió de velocitat de càrrega. Després d'analitzar el gràfic podem deduir que no estem en un bon lloc i caldrà fer futures millores per tal d'augmentar la velocitat de càrrega i estar en les posicions de color verd del gràfic.



# Industry comparison



http://elcellerdenmarc.com/... is slower than the top-performing sites in the [Dining & nightlife](#) industry

Figura 21: Comparació de la velocitat respecte la competència

# 18. Instruccions d'instal·lació/implantació

Per realitzar la instal·lació de Wordpress en el servidor que havíem contractat, teníem dos opcions de fer-ho: manualment o a través d'un instal·lador automàtic.

## Instal·lació de Wordpress manualment

El passos que vam seguir per completar la instal·lació manual van ser els següents:

1. Descarregar els arxius de instal·lació de Wordpress a través de la pàgina web: <https://es.wordpress.org/download/>
2. Utilitzar un client FTP per pujar els arxius de Wordpress a una conta de hosting
3. Crear una base de dades MySql
4. Posar el domini en el navegador web i executar l'assistent d'instal·lació de Wordpress.

### Pas 1: Descarregar els arxius d'instal·lació de Wordpress

En primer lloc, es va descarregar la ultima versió de Wordpress. Els arxius d'instal·lació de Wordpress estan comprimits en un arxiu .zip. Vam extreure l'arxiu en el nostre computador i ens va crear una carpeta anomenada Wordpress que contenia els arxius d'instal·lació necessaris.

### Pas 2: Utilitzar un client FTP per pujar els arxius d'instal·lació de Wordpress

El següent pas va ser posar els arxius en el servidor contractat. Per fer-ho vam decidir crear una conta FTP i amb el programa FileZilla vam accedir a la carpeta www, lloc en el quan hi havia de copiar tots els arxius.

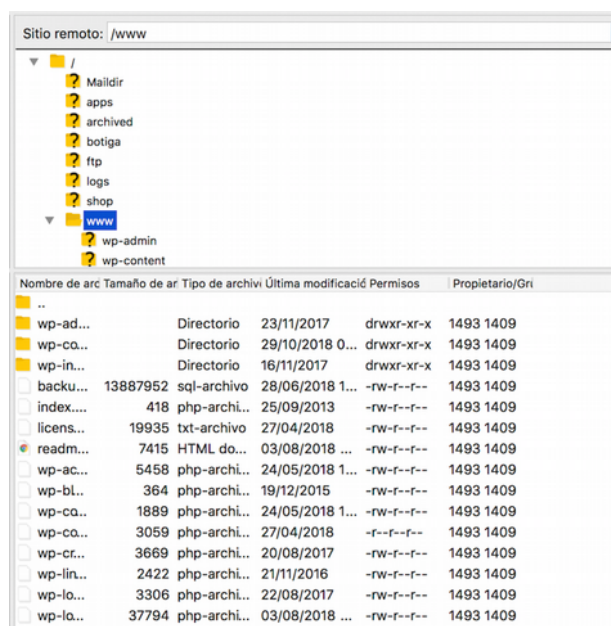


Figura 22: Panel del programa FileZilla per veure els arxius de la web

### Pas 3: Crear una base de dades.

Wordpress emmagatzema tota la informació en una base de dades. Per tant, era necessari crear-ne una a través del panell de control del hosting que teníem contractat. Vam ingressar les següents dades:

- Nom de la base de dades MySQL
- Nom de l'usuari de MySQL
- Contrasenya

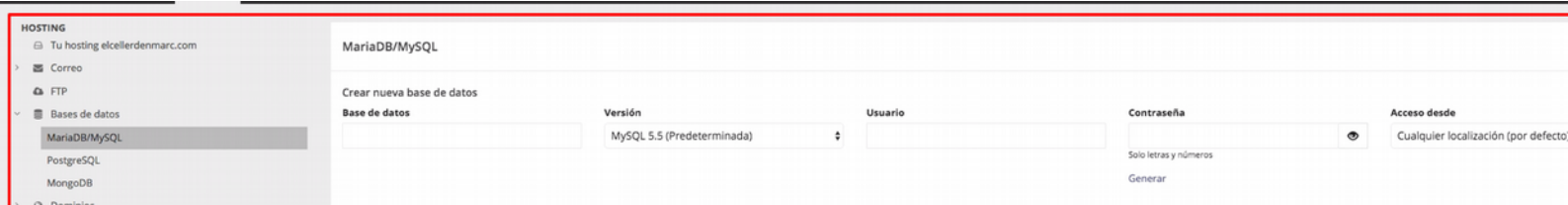


Figura 23: Creació de la base de dades en el panell de control del hosting

### Pas 4: Execució de l'assistent d'instal·lació de Wordpress

Una cop vam arribar en aquest pas, ja teníem els arxius de Wordpress copiats en el servidor i la base de dades MySQL creada. Simplement havíem de posar el nostre domini en el navegador perquè ens apareixes l'assistent d'instal·lació de Wordpress amb el següents passos:

1. Selecció de l'idioma
2. Inserir les dades de la base de dades creada anteriorment
3. Proporcionar la informació principal de la web.

### Instal·lació de Wordpress amb autoinstal·lable

Per instal·lar Wordpress es va fer a partir de l'auto-instal·lable que ofereix el proveïdor de hosting escollit. Vam accedir dins el panell d'administració amb el nom d'usuari i contrasenya.

Un cop dins, vam anar a l'apartat de "Hosting". En aquesta secció hi havia disponible una eina que ens permetia instal·lar Wordpress automàticament, és a dir, instal·la la plataforma dins la carpeta "www" i també creava la base de dades automàticament.

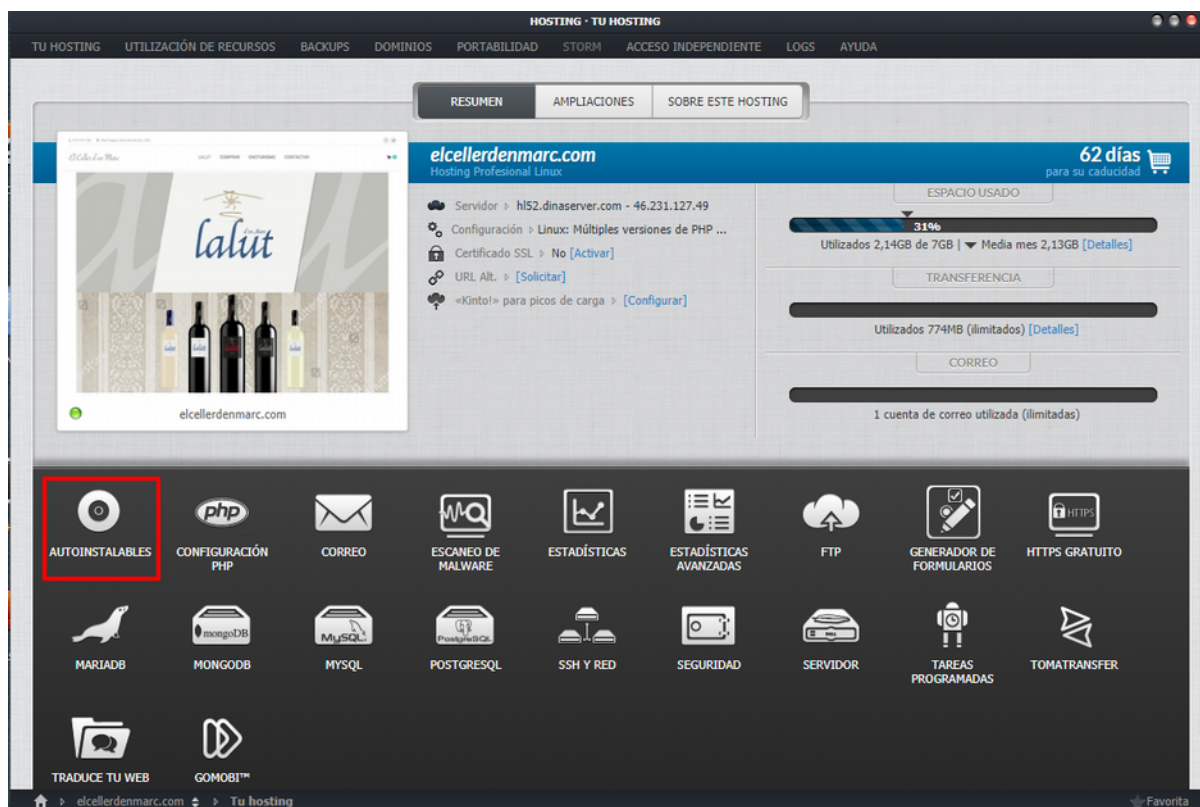


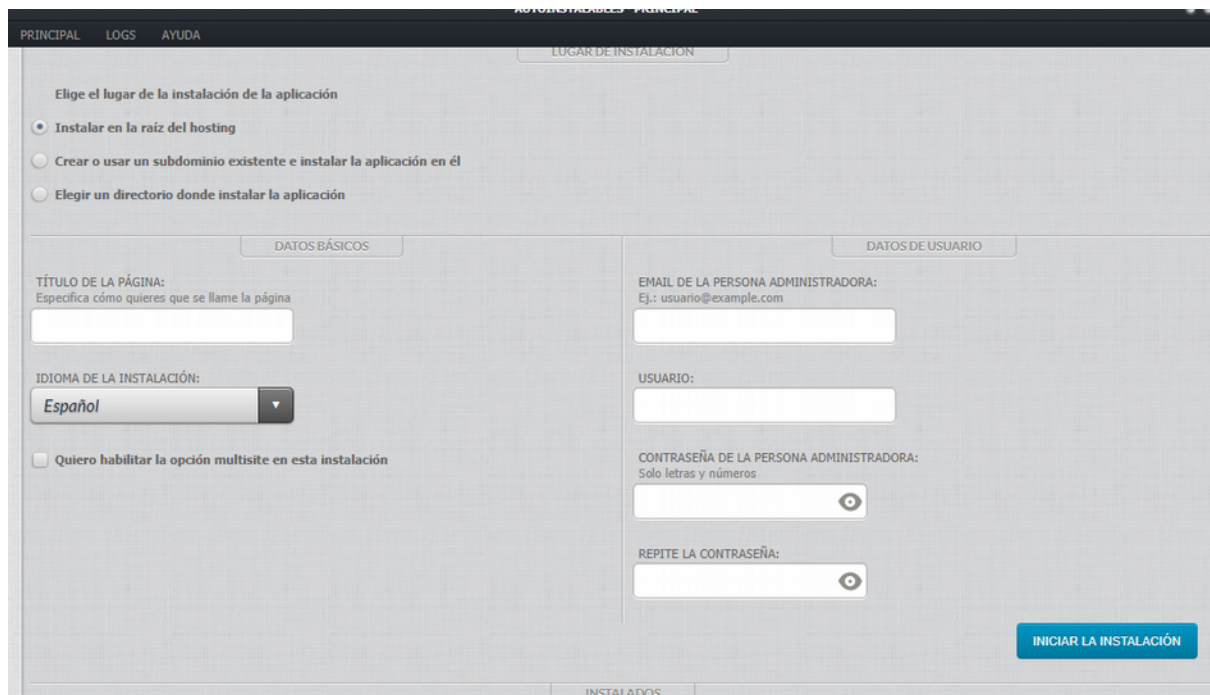
Figura 24: Opció de autoinstal·lables en el panell de control del hosting

Així doncs, després de fer clic a la icona que veiem marcada en vermell a la imatge anterior, veiem un seguit de plataformes disponibles per instal·lar automàticament. Així doncs, simplement van escollir la de Wordpress tal i com es pot veure a la següent imatge.



Figura 25: Autoinstal·lable de Wordpress

Finalment accedir en una finestra que ens permet configurar la plataforma i dir-li a quin lloc volfem instal·lar-ho (arrel del hosting, subdomini existent o escollir un directori on instal·lar l'aplicació).



The screenshot shows the WordPress installation configuration interface. At the top, there are navigation links: PRINCIPAL, LOGS, AYUDA, and a tab labeled LOGAR DE INSTALACIÓN. Below this, the main heading is "Elige el lugar de la instalación de la aplicación". There are three radio button options: "Instalar en la raíz del hosting" (selected), "Crear o usar un subdominio existente e instalar la aplicación en él", and "Elegir un directorio donde instalar la aplicación".

The interface is divided into two main sections: "DATOS BÁSICOS" and "DATOS DE USUARIO".

**DATOS BÁSICOS:**

- TÍTULO DE LA PÁGINA: Especifica cómo quieres que se llame la página. (Text input field)
- IDIOMA DE LA INSTALACIÓN: Español (Dropdown menu)
- Quiero habilitar la opción multisite en esta instalación

**DATOS DE USUARIO:**

- EMAIL DE LA PERSONA ADMINISTRADORA: Ej.: usuario@example.com (Text input field)
- USUARIO: (Text input field)
- CONTRASEÑA DE LA PERSONA ADMINISTRADORA: Solo letras y números (Text input field with a visibility toggle)
- REPITE LA CONTRASEÑA: (Text input field with a visibility toggle)

At the bottom right, there is a blue button labeled "INICIAR LA INSTALACIÓN". At the bottom center, there is a tab labeled "INSTALADOS".

Figura 26: Pantalla de instal·lació de Wordpress al servidor

Un cop omplerts tots els camps, fent clic a "Iniciar instalación" es generava el Wordpress automàticament i ja podíem començar a crear la pàgina web.



# 19. Instruccions d'ús

## 19.1 Accés al Backoffice de la web

### Pas 1:

Posar wp-admin en el domini per entrar al Backend de la web

<https://elcellerdenmarc.com/wp-admin>

### Pas 2:

Tot seguit apareix la següent pantalla d'accés on hem d'introduir l'usuari i la contrasenya.

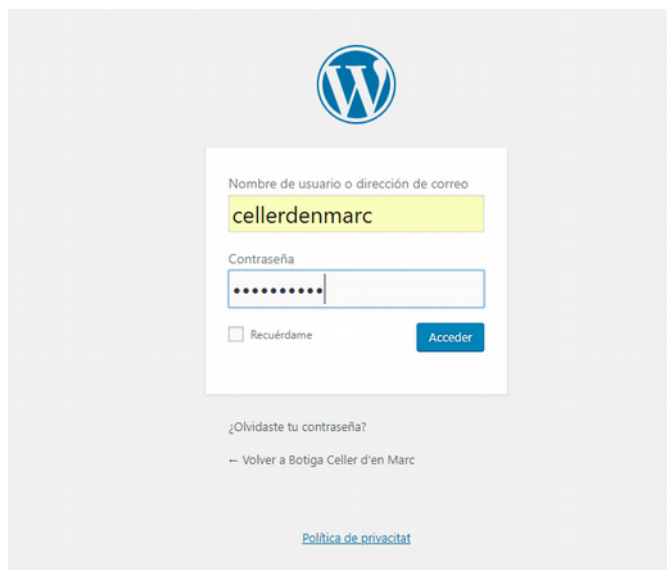


Figura 27: Pantalla d'accés al backend de Wordpress

Un cop introduïdes les dades d'accés veurem que la web apareix amb el següent menú superior:

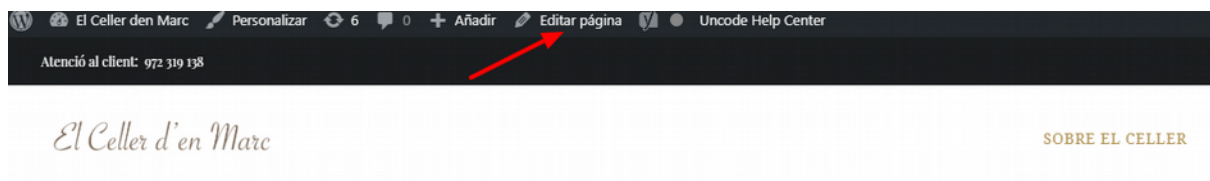


Figura 28: Edició d'una pàgina



## 19.2 Inserir o editar productes

### Pas 1:

Hem d'entrar a la part d'administració de la web de la mateixa manera que hem explicat anteriorment. Si hem introduït correctament les dades ens apareixerà aquesta pantalla:

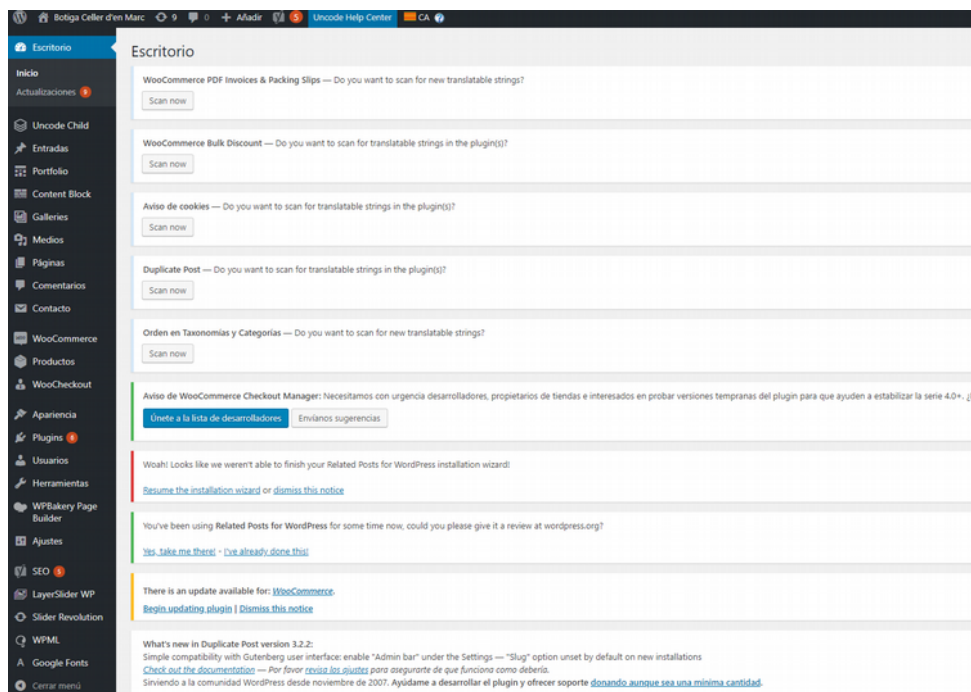


Figura 29: Menú backend

Ens hem de fixar amb el menú de l'esquerra i seleccionar: **productos -> todos los productos**

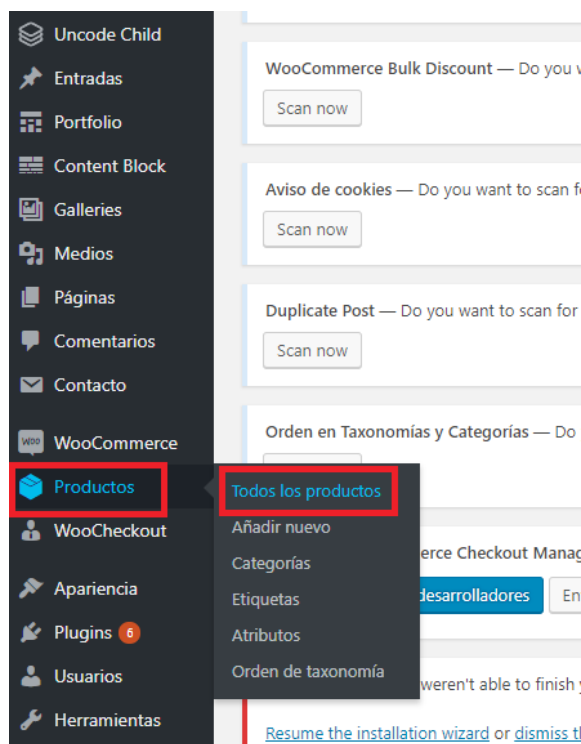


Figura 30: Accés als productes a través del backend



Podrem veure tots els productes disponibles a la botiga amb la seva corresponent informació: Nom, inventari i preu.






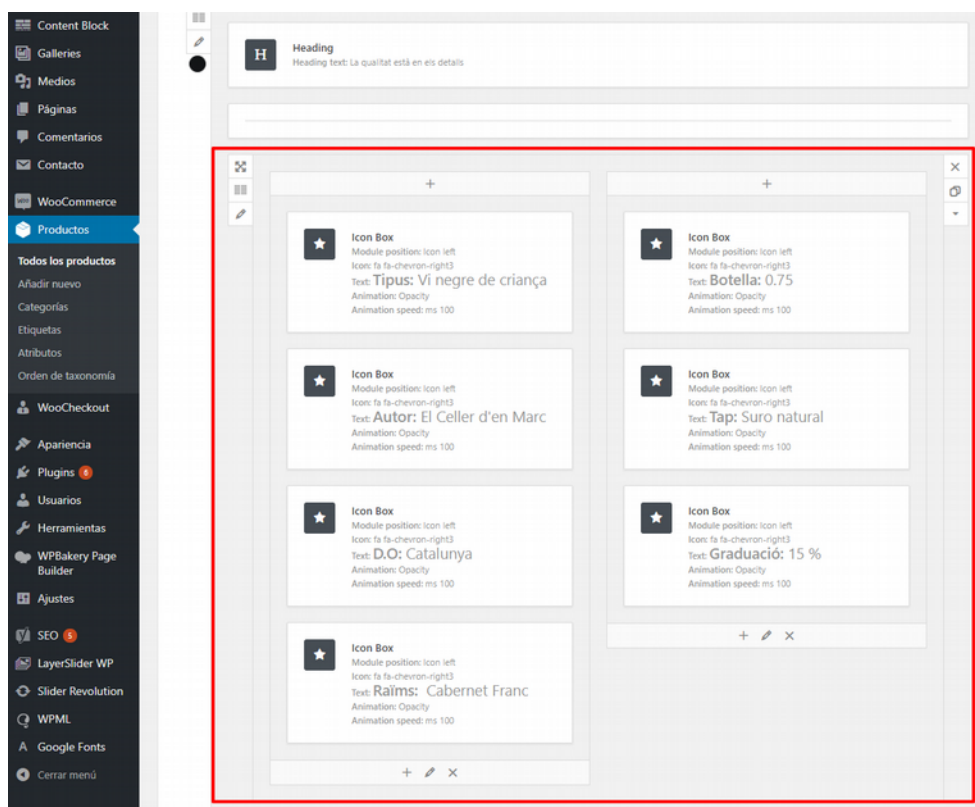
Todos (5)   Publicadas (5)   Papelera (1)   Contenido esencial (0)   Orden									
Acciones en lote		Aplicar	Todas las puntuaciones SEO		Todas las puntuaciones de legibi	Elige una categoría	Filtrar por tipo de producto	Filtrar por estado de inventario	Filtrar
<input type="checkbox"/>	Nombre	SKU	Inventario	Precio	Categorías				
<input type="checkbox"/>	 LALUT MAGNÍFICO 2015	-	Hay existencias	<del>23,15€</del> 20,84€	Sin categoría				
<input type="checkbox"/>	 LALUT BLANC DE NOIR 2017	-	Hay existencias	11,60€	Sin categoría				
<input type="checkbox"/>	 LALUT VIOGNIER 2017	-	Hay existencias	<del>13,60€</del> 12,24€	Sin categoría				
<input type="checkbox"/>	 LALUT TINTO 2017	-	Hay existencias	<del>9,55€</del> 8,69€	Sin categoría				
<input type="checkbox"/>	 LALUT SUPERIOR 2015	-	Hay existencias	<del>15,40€</del> 13,86€	Sin categoría				
<input type="checkbox"/>	Nombre	SKU	Inventario	Precio	Categorías				

Figura 31: Llista de productes disponibles

Per fer qualsevol modificació, simplement hem de seleccionar el producte. Tot seguit ens apareix la estructura de la pàgina. Anem a veure el més important que podem fer en el moment d'editar-lo.

**Modificar les característiques del vi:** Hem de posar el cursor sobre el mòdul que volem editar i seleccionar l'icona del llapis.



The image shows a WordPress editor interface. On the left, a sidebar menu is visible with 'Productos' highlighted. The main content area displays a grid of 'Icon Box' modules. A red box highlights the grid of modules. Each module contains an icon, a title, and descriptive text. The modules are:

- Icon Box: Tipus: Vi negre de criança
- Icon Box: Autor: El Celler d'en Marc
- Icon Box: D.O: Catalunya
- Icon Box: Graduació: 15 %
- Icon Box: Raïms: Cabernet Franc

Figura 32: Edició de les característiques del vi

**Modificar la fotografia que apareix a la descripció del vi:** En primer lloc hem de seleccionar la icona del llapis de la segona columna:

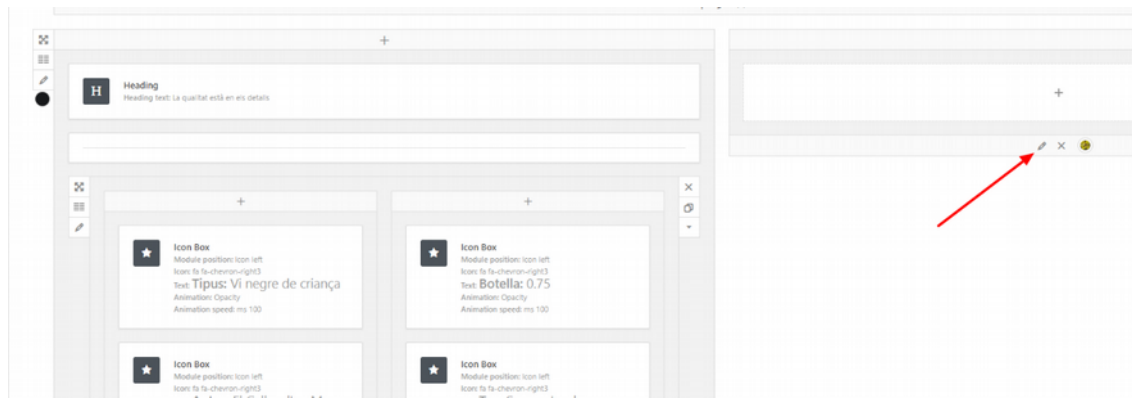


Figura 33: Modificació de la fotografia de la descripció del producte

En el menú superior de la finestra hem de seleccionar “Style” i veurem que podem eliminar imatges (punt 2) o incloure imatges (punt 3)

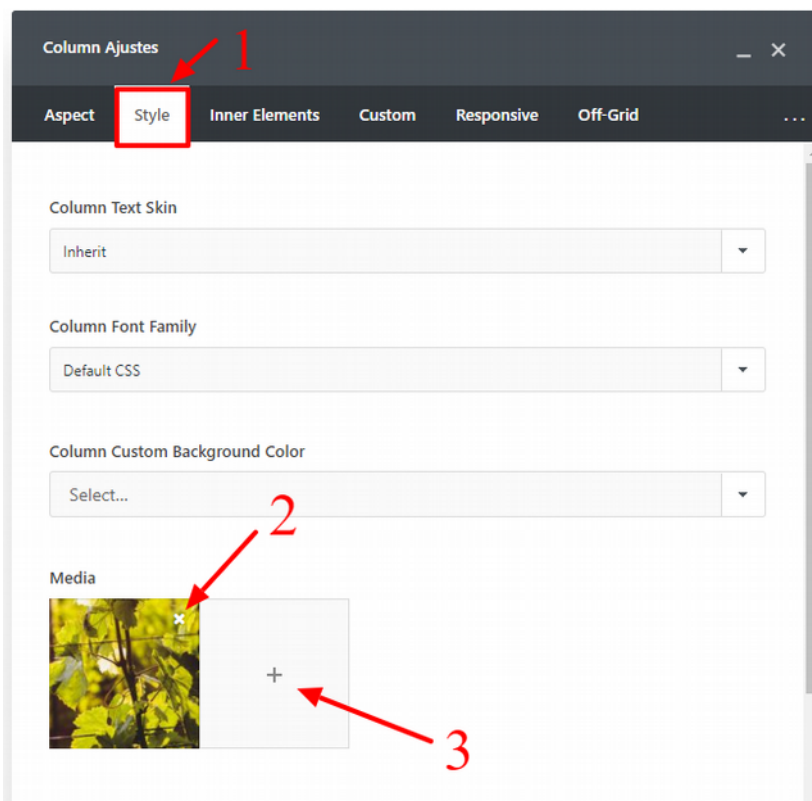


Figura 34: Afegir una imatge

**Modificar el preu:** A l’interior de la pàgina de cada producte trobarem una secció on podem modificar les dades del producte. La part més important per el client serà poder modificar el preu, així que poder fer-ho haurà de clicar a “Variaciones”.

Podrem modificar el preu de les botelles i de les caixes per separat fent clic en el codi corresponent:

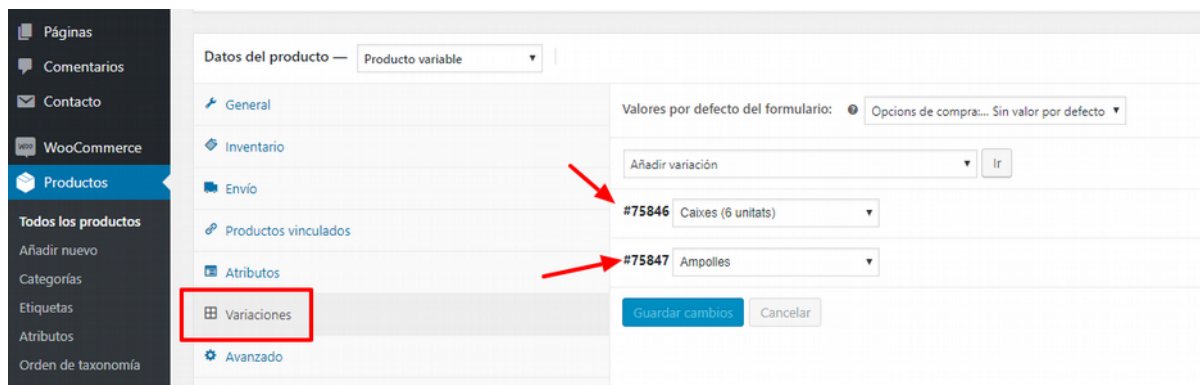


Figura 35: Editar variacions del producte

## Exemple:

Posem el cas que el client vol modificar el preu de la botella, faig clic en el número corresponent i es mostrarà el preu entre altres.

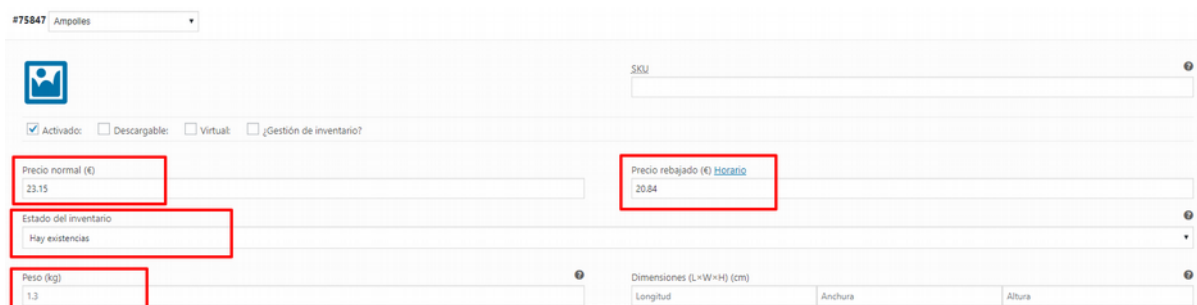


Figura 36: Editar el preu de les variacions

## 19.3 Enviament gratuït a partir d'una certa quantitat

### Pas 1:

En el menú de l'esquerra seleccionem: Woocommerce → Ajustes

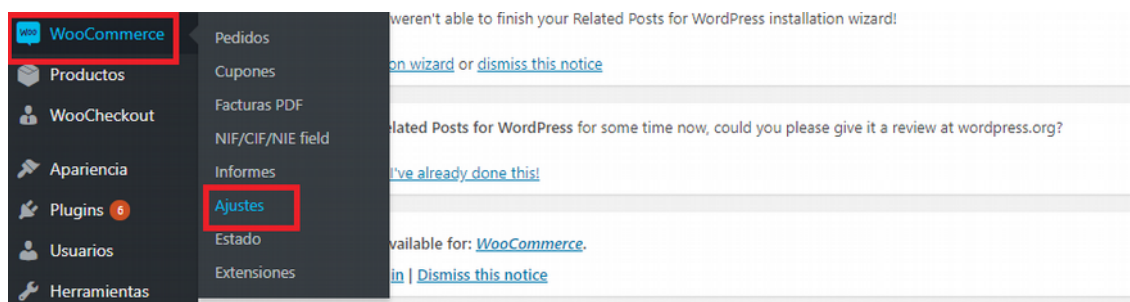


Figura 37: Accés als ajustaments a través del backend

## Pas 2:

Veurem que a la pantalla conté un menú superior. Seleccionem ENVIO.

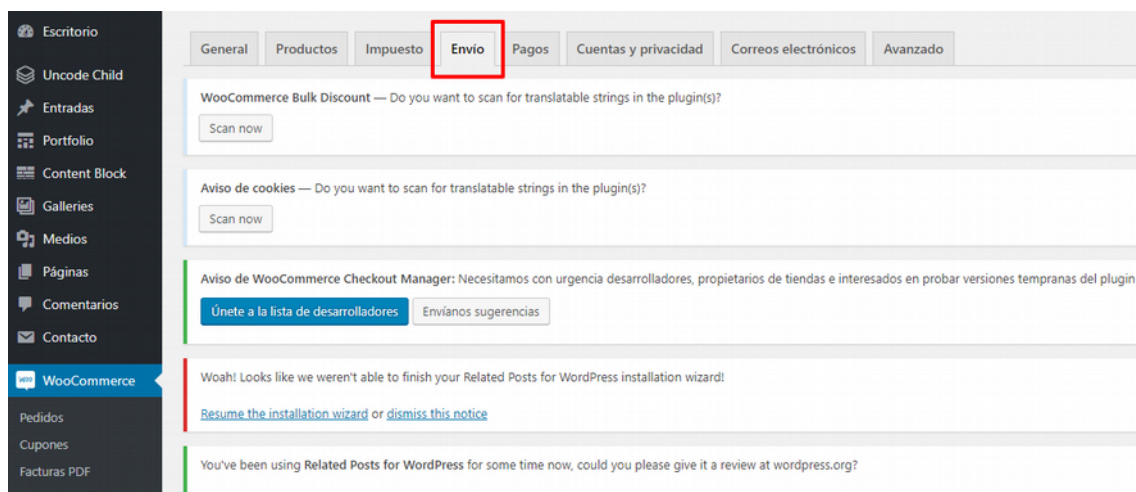


Figura 38: Secció de enviament

## Pas 3:

A la part inferior veurem que hi ha un apartat anomenat “ Zonas de enviament”. Fem clic a editar.



Figura 39: Zona de enviament

## Pas 4:

Finalment modifiquem el valor a la secció “CANTIDAD MÍNIMA DE PEDIDO”.

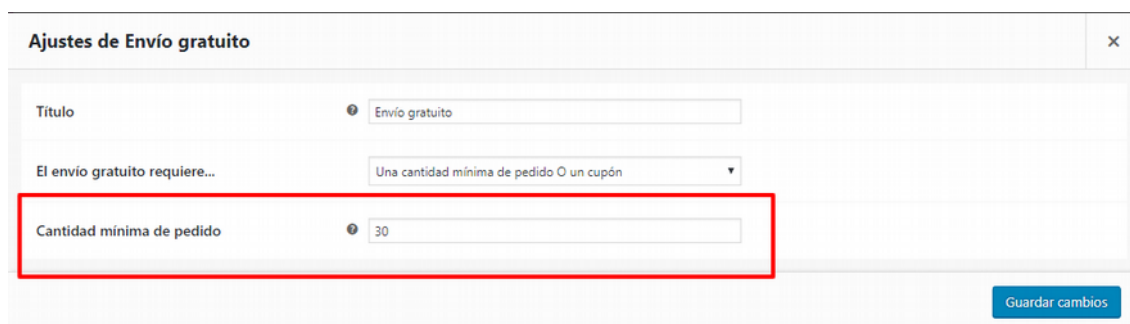


Figura 40: Edició de la quantitat mínima de la comanda

## 19.4 Consultar les comandes

En el menú de l'esquerra seleccionem: Woocommerce → Pedidos. Simplement he de fer clic en el nom de la persona per veure totes les seves dades i accions.

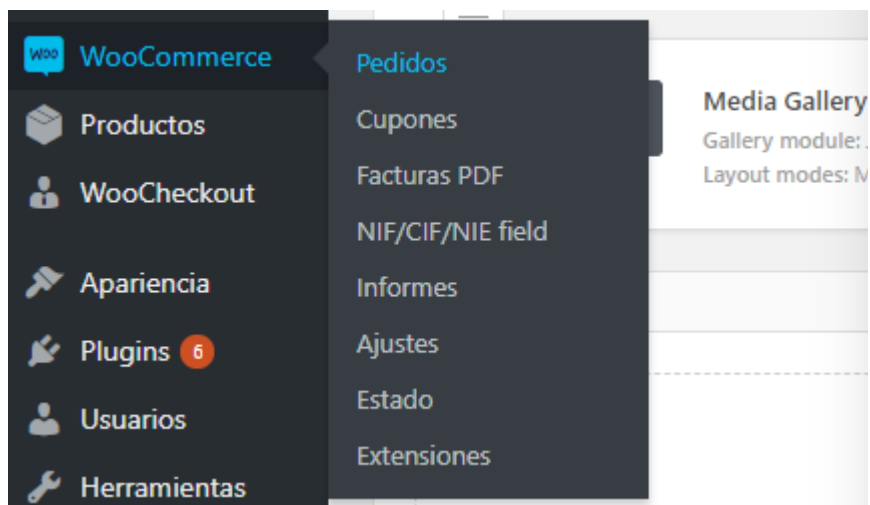


Figura 41: Secció de comandes

## 20. Incidències

### **Domini i hosting en un altre proveïdor**

Partint que l'empresa el Celler d'en Marc ja tenia una web informativa, i vist que l'allotjament no era el més òptim per la nova botiga en línia, vaig decidir migrar el domini i el hosting que tenien en el nou proveïdor. Aquest procés no va ser gens fàcil, ja que el proveïdor antic no em va facilitar les dades necessàries ràpidament.

Així doncs, estava davant una situació de bloqueig. Vaig enviar molts correus electrònics al responsable del servidor actual per tal de pressionar i realitzar aquests canvis, però entre la seva poca disposició a facilitar-me les dades i problemes tècnics recents que havien tingut, va allargar el procés de migració més del que em pensava en un primer moment.

### **Fotografies del producte**

El client va contractar un fotògraf a fi d'obtenir les fotografies de les diferents ampolles de vi. Després d'esperar dues setmanes, el resultat no va ser satisfactori. Així que després de parlar sobre aquest tema en una de les reunions, vam decidir que ho faria jo. Vaig optar a fer un muntatge entre unes botelles prèviament il·lustrades aconseguides a través d'internet i fer el muntatge amb Adobe Illustrator.

### **Canvis durant el projecte**

El client segons els resultats obtinguts, prèviament definits a les reunions, anava suggerint nous canvis que en algunes ocasions afectaven en el disseny. Això va provocar un efecte colateral en les dates establertes per finalitzar cadascuna de les etapes.

## 21. Projecció de futur

El futur del Celler d'en Marc a l'hora de vendre els vins estarà en aconseguir gestionar la botiga on-line i el comerç tradicional com si fos un de sol. En un futur s'aconseguirà que l'experiència del consumidor no sigui el canal, sinó la marca.

Internet ofereix molta informació sobre els clients, però també s'ha d'aprofitar la venda física per aconsellar-lo i oferir-li exactament allò que està buscant. Així doncs, el futur passa per identificar el consumidor i registrar els seus passos en els dos tipus de comerços. És a dir, el món real i el digital estaran totalment connectats.

També en un futur s'haurà d'internacionalitzar el producte, ja que això augmentarà el públic potencial. El repte estarà en aconseguir que creixin les vendes utilitzant els mateixos recursos o ampliant-los, ja que només així s'aconseguirà augmentar el marge de benefici.

Per altra banda, segons els resultats que hem obtingut en els diferents test, haurem de realitzar algunes millores per tal de optimitzar el rendiment de la web, sobretot el temps de carga. L'objectiu seria obtenir una A en tots els resultats, ja que això ens permetrà millorar la indexació de la web i l'experiència de l'usuari, fet que tindrà un incidència molt positiva en els nostres ingressos.

En segon terme, l'accessibilitat també s'haurà de millorar i obtenir almenys doble AA en tots els resultats. Per fer-ho, haurem d'analitzar punt per punts els resultats obtingut pel programa TAW.

## 22. Pressupost

Descripció	Preu/hora	Import
<b>Programador</b>	<b>35€/hora</b>	
<b>Configuració hosting y domini</b>	7,25 hores	250 €
<b>Selecció i instal·lació de la plataforma web</b>	4,5 hores	160 €
<b>Personalització de la plantilla</b>	13 hores	450 €
<b>Instal·lació de plugins i personalització de Woocommerce</b>	8 hores	280 €
<b>Configuració TPV</b>	8,5 hores	300 €
<b>Instal·lació i configuració del certificat SSL</b>	1,25 hores	45 €
<b>Arquitecta de contingut</b>	<b>30€/hora</b>	
<b>Arquitectura del contingut</b>	14 hores	420 €
<b>Redactor de contingut</b>	<b>20€/hora</b>	
<b>Desenvolupament de textos legals</b>	7 hores	140 €
<b>Dissenyador</b>	<b>25€/hora</b>	
<b>Disseny de la web, integració i edició de imatges</b>	14 hores	350 €
<b>Integració de xarxes socials</b>	1,5 hores	37,5 €
<b>Especialista SEO</b>	<b>32€/hora</b>	



<b>SEO bàsic</b>	12,25 hores	392 €
<b>Compres</b>	<b>Quantitat</b>	
<b>Plugin Woocommerce UPS Premium</b>	1	61,89 €
<b>Template UNCODE</b>	1	63,07 €
	Import base	<b>2949,45 €</b>

Taula 5: Pressupost de la web del Celler d'en Marc

## 23. Anàlisi de mercat

En aquest apartat vam analitzar la competència directa, és a dir, les empreses que ofereixen els mateixos (o similars) productes o serveis i que s'adrecen al mateix públic. Per fer-ho ha estat important no limitar-se únicament a fer una llista de competidors, sinó conèixer els aspectes més importants que els caracteritzen.

Així doncs, l'anàlisi del mercat per una banda va consistir en analitzar webs que tenien una competència directe amb el Cellar d'en Marc i estan situades en el mateix poble o a pobles del costat. Per altra banda, es van analitzar grans portals de venda de vins en línia per tal de conèixer més a fons com es gestiona la venda online i les seves característiques: Compra, mètodes de pagament, enviament, etc.

Aquest anàlisi va ajudar a descobrir noves oportunitats de negoci, nous serveis i productes que abans no oferia ningú o d'una manera que mai ningú ho havia fet fins ara. També ens va donar idees de disseny o maneres de distribuir i sintetitzar la informació dels vins. L'anàlisi de la competència va ser una forma de posar les nostres idees davant d'un mirall i comparar-les amb les que ja han tingut altres empreses del nostre mateix sector.

En primer lloc es va fer un anàlisi general dels competidors més pròxims i després es va realitzar un excel per estudiar aquest tipus de mercat. D'aquesta manera podrem obtenir els punts forts de cadascuna d'elles i potenciar els punts febles per tal de que la nostre web sigui millor.

### **BRUGAROL CELLER**

<http://www.brugarol.com/celler-brugarol/>

El Cellar Brugarol està situat a Palamós i es realitzen tast de vins, reunions d'empresa, així com activitats relacionades amb l'art, paisatge e integració social. Estan sota la direcció de l'enòleg Josep Trallero i han recollit diversos premis i distincions per la seva qualitat, artesanía i absència d'additius.

El públic objectiu, són persones de l'entorn del Baix Empordà que els hi agrada provar vins elaborats ecològicament i amb interès pel món de la vinya. Tot i així, també es busca un tipus de client nou, que vingui de l'estranger i que es senti atret per una nova manera d'elaborar el vi.



Figura 42: Imatges de la pàgina web de Brugarol

La primera impressió al entrar a la web ha estat correcta. El logotip de la marca està ben aconseguit però la web li falta dinamisme i criteri gràfic. A més, és molt plana, visualment poc aconseguida i conté seccions incompletes.

Han optat per representar les botelles fins a mitja ampolla i s'acaba complementant amb la tipografia. Això fa sospitar que encara no tenen definida del tot la etiqueta. A més, costa molt reconèixer els vins per al falta de l'etiqueta.



### **BRUGAROL BLANC 2015**

100% Malvasia  
provinent de les vinyes  
de 'Mas Salvà'  
13,5°



### **BRUGABOL ESCUMOS 2013**

100% Garrut  
12,5°



### **BRUGAROL NEGRE JOVE 2015**

50% Cabernet Franc,  
25% Lledoner i 25%  
Garrut



### **BRUGAROL "EL BASTARD" VI BLANC 2015**

50% Macabeu, 40%  
Parellada i 10% Xarel·lo  
12,5°

Figura 43: Disseny de les ampolles de Brugarol

Hi ha moltes varietats de tipografia i això provoca desconcert cap a usuari, ja que no estan ben contrastades ni segueixen un patró establert. A més, el tamany de la tipografia tampoc està ben resolta. Un exemple el tenim a la pàgina d'informació del producte, on s'hi ha posat un text amb una tipografia molt condensada i que és poc agradable de llegir.



### **BRUGAROL BLANC 2015**

100% Malvasia provinent de  
les vinyes de 'Mas Salvà'  
13,5°

El nostre 'Vi Blanc' vol ser un vi que expressi la gran personalitat que la varietat 'Malvasia' ens ofereix en el nostre entorn privilegiat. De moment en conreem tres vinyetes a la finca de 'Mas Salvà' però aquest any n'hem plantat 1,5 hectàrees més a la finca de 'Mas Antoniet' de la que, tal vegada, ja en puguem obtenir alguns raïms a la verema del 2017.

La curta, però ja considerable, experiència que tenim elaborant aquest vi ens ha portat a prendre la decisió d'envellir-lo durant un parell d'anys a l'ampolla abans d'oferir-vos-el, ja que creiem que els matisos que el pas del temps li aporten, fan que l'espera valgui la pena. És per això que aquest any, i segurament l'any que ve, hem



### **BRUGAROL ESCUMÓS 2013**

100% Garrut  
12,5°

El nostre 'Vi Escumós de Qualitat' 2013 és la primera experiència, ja comercial, d'elaboració d'un 'Vi Escumós de Qualitat' del 'Celler Brugarol' (que, per entendre'ns, és com s'anomena legalment un 'Cava' elaborat fora de la Denominació d'Origen Cava). El vàrem elaborar amb la varietat 'Garrut' amb raïms provinents de les finques de 'Mas del Vent' (Vinya del Pou) i de 'Mas Salvà' (Vinya Romana). De moment és per a nosaltres una incògnita saber com evolucionarà al llarg del temps; de moment l'hem tret al mercat amb una criança en ampolla de poc més d'un any, que el fa, relativament jove. En el futur anirem fent proves quant a les varietats que el componen i també quant al temps de criança en ampolla que li donarem. Ara com ara estem molt contents que agradi a força dels nostres clients.

Figura 44: Tipografies que utilitza Brugarol a la seva pàgina web

Un altre aspecte negatiu, és que si fem clic sobre qualsevol botella, t'enllaça a la mateixa pàgina i és el client qui ha de buscar el producte que ens interessa obtenir més informació. Faltaria un secció específica per cada producte amb la seva descripció.

No és una web exclusivament de vins, ja que en el menú hi ha present altres seccions. Això no és bo ni dolent, però s'ha d'anar en compte perquè pot provocar

que el client es pugui distreure en altre continguts que no siguin exclusivament els vins.

La web és multi-idioma, concretament està disponible en Català, Castellà i Anglès. Encara que, hi ha contingut que desapareix si canviem d'idioma o està mal traduït.

Estan presents a xarxes socials com: Facebook, Twitter, Instagram i Vimeo. A més, van actualitzant periòdicament el contingut i tenen un nombre considerable de seguidors.

En conclusió, és una web simplement informativa, ja que no està disponible la possibilitat de comprar els seus vins on-line. Per altra banda, és molt plana, el client es perd fàcilment, de difícil retentiva i amb una falta de dinamisme i criteri gràfic. A més, no s'hi reflecteix en cap moment el preu del vi. Com a aspectes positius, puc dir que m'han agradat les imatges, la intencionalitat de generar una informació visual i la possibilitat de registrar-nos en una newsletter per obtenir informació periòdicament.

## **MAS MOLLA**

<http://www.masmolla.com/>

El Mas Molla està situat a la Conca del Tinar de Calonge. És una masia on hi viu una família amb una llarga experiència en les vinyes i en elaborar vi de pagès. Així doncs, el seu negoci familiar està en vendre els seus productes en els diferents mercats comarcals i físicament a la seva masia on hi tenen la bodega.

El seu públic objectiu, són persones de més de 30 anys, residents a Calonge o voltants i que volen un vi natural a un preu assequible. Viuen del boca a boca de la gent, i intenten captar nous clients a través de les seves visites guiades.

Han decidit crear una pàgina web informativa per tal de donar a conèixer els seus productes i també les visites guiades que ofereix. En quan a la venda de vi, posat una secció amb els diferents horaris de venda al públic que varia segons els mesos d'hivern o d'estiu. Per altra banda, ofereixen visites guiades a la bodega per tal de fer visites per degustació.

En quan a preus, només ens informen de que les visites amb degustació el preu és de 6 euros. No hi ha constància de les característiques dels vins que ofereixen ni tampoc del seu preu. L'únic que han posat a disposició de l'usuari és un botó per anar a la secció on s'hi pot trobar l'horari de venda i un mapa de localització.

La web de Mas Molla conté una estructura senzilla i poc treballada. Gràficament és pobre i amb algunes imatges poc definides. Els tons cromàtics escollits no estan del tot contrastats i no hi ha una norma establerta en quan a la mida de la tipografia.



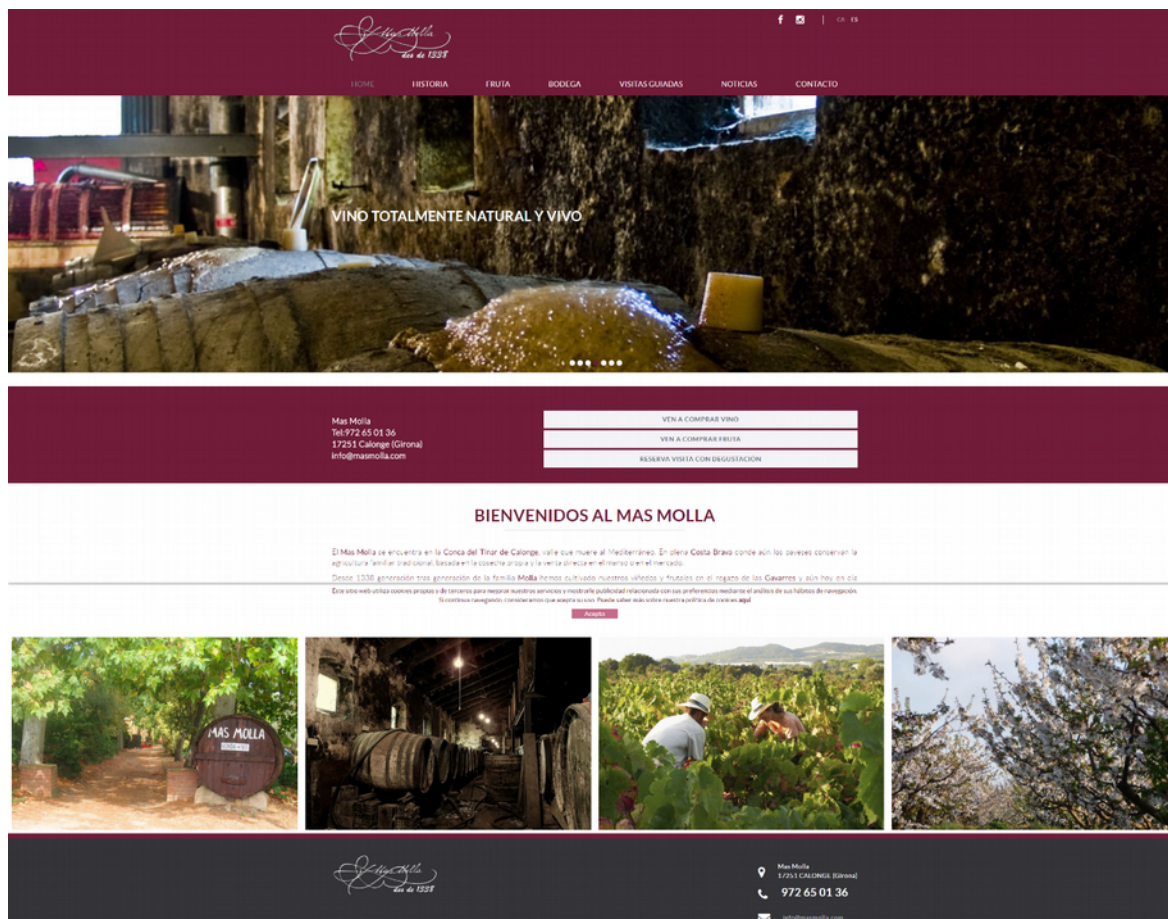


Figura 45: Pàgina principal de la web de Mas Molla

M'han agradat les imatges que hi ha a la part inferior de la web, que actuen com a menú, però al mateix temps penso que no hauria d'estar just a sota el banner principal. També li falta més icones gràfiques i acotar més el text, ja que en certes seccions com la "història" es fa molt pesat.

Tenen presència a les xarxes socials Instagram i Facebook, com també des de la web es pot accedir a un blog de notícies. Hem vist que hi participen, però dona la sensació que no hi ha una metodologia clara i constant de SEO. A més, si fem clic a la icona de les xarxes socials de la web, no s'obre cap finestra nova, sinó que s'actualitza la web i així fa perdre tràfic.

Els idiomes utilitzats són el Català i el Castellà. Això ja ens indica que no tenen la intencionalitat de exportar el seu producte a l'estranger, sinó que el seu mercat està en pobles del voltant de Calonge.

En conclusió, únicament m'ha agradat la velocitat de navegació entre les diferents seccions. Pel que fa a la web en general, penso que és pobre i promociona molt poc el producte. Li falta més contingut del producte que s'està venen i millorar més l'aspecte gràfic.

## CLOS D'AGON

<http://www.closdagon.com/ca/>

Els vins Clos d'Agon són la competència més directe que tenim en quan a producte. Són produïts a l'antiga masia Mas Gil, comprada i reformada per un matrimoni Francès. Està situat a Calonge i tenen una gran extensió de vinyes.

No és una gran marca però es funcional. Sorpren perquè la secundària Amic és bona i funciona com la marca la marca del vi jove i Clos d'Agon per vins amb més cos i barrica.



The screenshot shows the top navigation bar of the Clos d'Agon website. The logo 'Clos d'Agon' is on the left. The navigation menu includes 'CLOS DAGON', 'VINS', 'EQUIP', 'NOTÍCIES', 'ENOTURISME', and 'CONTACTE', with a search icon on the right. Below the navigation bar is a horizontal strip of four small images. The main content area contains two paragraphs of text describing the winery's location and vineyard details.

Clos d'Agon es troba a la bonica zona de Calonge, a la Costa Brava Catalana. Històrics oliveres i arbres exòtics deixen la mirada en una cultura llegendària ja relacionada amb el vi. Fa entorn 350 anys ja es conreava vinya en aquest lloc.

Clos d'Agon és a prop de 40 i 140 metres d'altitud sobre el nivell del mar, encaixat i protegit pels boscos enormes que componen l'espai natural "Les Gavarres". La superfície total de l'entorn vitícola cobreix al voltant de 42 hectàrees, de les quals aproximadament 15 hectàrees estan plantades de vinya.

### Els Vins

Prestigi, qualitat i varietat



Figura 46: Pàgina de vins de Clos D'Agon

Referent a la web, és informativa i molt il·lustrada. Tret de la presentació inicial, no és una web gràficament treballada ni agradable de navegar-hi, tot i que té seccions interessants que analitzarem més endavant. A més, està estructurada en una sola pàgina i mitjançant un menú s'accedeix a cadascun dels apartats, cosa que genera un gran volum d'informació en una sola secció.



Figura 47: Etiquetes dels vins Clos d'Agón

Així doncs, l'arquitectura del contingut està molt poc treballada. L'experiència d'usuari es veu molt afectada per la distribució del contingut, fins el punt que, si no fos pel menú principal ens seria molt difícil saber ràpidament que ofereix la marca. A més, hi ha un excés de text i el cos és molt petit.

L'apartat gràfic està molt poc treballat. Hi ha moltes galeries d'imatges però no milloren l'aspecte visual de la web. Des d'un primer moment es veu que no s'ha seguit cap guia d'estil prèvia i això repercuteix en la identitat de la marca. L'única cosa que m'ha agradat és la il·lustració de les ampolles i les etiquetes.

La fitxa de vins hauria de ser més accessible i amb un contingut més clar. La informació està distribuïda en diferents pàgines o seccions i això desconcerta al client. Per altra banda, és una bona idea posar un enllaç a un document on es detalla cada tipus de vi i el seu any, però també es troba a falta una descripció general.



## Clos d'Agon Negre



Date: 2005, 2006, 2007, 2008, 2010, 2011

Skills Used: Clos d'Agon Negre

Categories: Cabernet Franc  
Cabernet Sauvignon  
Merlot  
Petit Verdot  
Syrah

Other Projects: >

Podeu veure les fitxes de les anyades disponibles aquí:

2011	-
Clos d'Agon tinto 2011	
2010	+
2008	+
2007	+
2006	+
2005	+

Figura 48: Característiques del vi Clos D'Agon

Les xarxes socials que utilitza són: Facebook, Twitter i Instagram tot i que aquest últim no s'hagi reflectit a la pàgina web. Pel que fa als idiomes, es pot visualitzar el contingut en Català, Espanyol, Alemany i Francès.

En conclusió, una web amb una experiència d'usuari molt baixa i que necessita una nova estructuració del contingut urgentment si vol reflectir als clients els seus valors i el potencial de la seva marca. Per fonts molt pròximes, la marca està considerada una de les millors del Baix Empordà, però crec que la seva web no ajuda a transmetre la qualitat i valors que es volen transmetre amb aquests vins

## 24. Viabilitat

L'estudi de la viabilitat va ser de vital importància ja que ens permetia determinar si podíem fer realitat el projecte i també si era convenient fer-lo. Així doncs, es va analitzar tant la viabilitat tècnica com la econòmica.

### Viabilitat tècnica

El projecte de crear una botiga en línia pel Celler d'en Marc tècnicament era totalment possible. La gran disponibilitat de proveïdors domini i allotjament ens van permetre escollir amb facilitat segons les característiques desitjades.

Per l'altre banda, per crear la pàgina web, teníem per escollir un gran nombre de plataformes preparades per aquesta finalitat. La plataforma de gestió de continguts Wordpress va ser l'escollida per la gran flexibilitat que ens proporciona en inserir noves funcionalitats que ens ajudarien a assolir els objectius que teníem marcats des d'un primer moment i fins i tot a millorar-los. Tot i això, érem conscients de que totes les funcionalitats de Wordpress no serien gratuïtes, així que en el futur s'haurà de pagar per algunes d'elles.

A més, es tenia pensat comprar una plantilla ja feta en un proveïdor extern com Themeforest i a través coneixements adquirits a la carrera de grau en multimèdia i les funcionalitats que ja sabíem que incorporava, la vam poder anar personalitzant per tal d'assolir els objectius.

En referència a com realitzaríem la venda dels vins en línia, sabíem que hi havia funcionalitats tan potents com el plugin de Woocommerce per Wordpress, reconegut mundialment per aquesta finalitat. També, sabíem de la gran quantitat d'informació que hi havia disponible a internet i poder personalitzar-ho amb un gran nombre de funcionalitats.

Tot el procés es va anar especificant en un pressupost inicial que posteriorment s'aniria perfilant segons el que el client anés demanant i les seves expectatives. En qualsevol moment, sempre es va realitzar un pressupost atenent-nos que tot allò que s'hi reflectia es podria realitzar.

### Viabilitat econòmica

Abans de fer la pàgina web, l'empresa va fer una gran inversió en maquinària i material per poder vendre el vi en unes condicions òptimes. Cal dir també, que el Celler d'en Marc era una zona a part de l'hotel Mas Can Pagès. Fins aquell moment, el negoci de l'hotel els va ajudar a finançar totes les despeses per tal de crear un celler.

El vi Lalut es venia físicament en el seu lloc d'origen, el Mas Can Pagès però també en restaurants i botigues específiques de la zona de Palamós i Calonge. També mitjançant les visites programades i els tastos de vins tan en el celler com en els diferents esdeveniments, els van ajudar a promocionar els productes i augmentar el nombre de vendes.

El model de negoci que s'utilitzava fins aquells moments, ja permetia generar beneficis per l'empresa i invertir en noves possibilitats de negoci com en futura la botiga en línia. És a dir, el Celler d'en Marc es va poder permetre fer aquesta nova inversió sense posar en risc el negoci actual. Tot i això, amb la creació de la botiga

en línia es tenien posades moltes expectatives per seguir invertint en el negoci digital i així fer créixer i donar a conèixer encara més el seu producte.

## 25. Conclusió/-ns

Un cop finalitzada la botiga en línia y posada en funcionament en un entorn estable, va arribar el moment de treure algunes conclusions sobre el procés que s'ha anat seguint i si es van assolir els objectius marcats inicialment.

Referent a l'assoliment dels objectius inicials s'ha aconseguit la fita de dissenyar e implementar una web corporativa que funciona també com a botiga en línia de manera que tan l'usuari com el client estiguessin en el centre del procés per satisfer les seves expectatives. També, s'ha pogut adaptar la web en un gran nombre de dispositius diferents i això pensem que ajudarà a augmentar el tràfic diari. A més, s'ha aconseguit transmetre la passió que el client té pels vins d'una manera gràfica i estructurant els continguts d'una forma idònia.

S'han seguit les diferents etapes marcades en la planificació del projecte, tot i que en el moment de finalitzar la web, el client va voler realitzar alguns canvis que van provocar tornar a realitzar etapes anterior i consegüentment allargar la planificació inicial. És en aquest moment on me'n vaig adonar de la importància de seguir escrupolosament les etapes del disseny centrar amb l'usuari i detallar d'una manera clara i concisa els requisits obtinguts a través de les reunions amb el client.

Així doncs, no ha estat fàcil complir les fites ja que tampoc és fàcil preveure les dificultats i problemes que normalment poden passar y no entren en les previsions inicials, fet que comporta una pressió extra per complir allò establert amb el client.

S'ha après a utilitzar software específic en cadascuna de les etapes del projecte i que serviran com a base per realitzar altres projectes en el futur. A més, es van adquirir coneixements sobre els aspectes legals que s'havien de tenir en compte en el moment de crear una botiga en línia, sobretot referent a la nova llei de protecció de dades.

Que la pàgina web fos en varis idiomes ha complicat una mica més les tasques de traducció, ja que s'havien d'instal·lar noves funcionalitats específiques per tal de traduir els productes. Això en algun moment ha generat errors de visualització que s'han anat pogut solucionant amb el temps. Tot i això, s'ha adquirit una gran experiència en programes de traducció de contingut com WPML i que estic segur que serà molt important aquest coneixement adquirit en futurs projectes.

En conclusió, s'ha aconseguit crear la botiga en línia complint les expectatives del client i amb un temps determinat. A més, amb aquest projecte he adquirit molts coneixements i experiència a l'hora de crear una botiga en línia. També, s'ha aconseguit controlar tots els sistemes de gestió de vendes, com crear factures automàtiques, enviar correus electrònics de confirmació i gestionar els gestos d'enviament. Tot i això, en el futur s'hauran de millorar certs aspectes com aprofundir més en el SEO, el look&feel i la integració dels continguts.

## **Annex 1. Lliurables del projecte**

- Memòria del projecte en format .doc
- Imatges de presentació del projecte en format .jpg
- Codi font de la web
- Anàlisi de la competència en format excel

## Annex 2. Codi font (extractes)

```
/*Que es quedi fixat el color del menu d'idiomes */
```

```
.wpml-ls-current-language .wpml-ls-display {  
  color: #b4975a;  
  
}
```

```
/*treure doots en la versio responsive*/  
@media only screen and (max-width: 720px) {  
  .owl-dots { display: none; }  
}
```

```
/*Font del carret de compra */
```

```
.woocommerce table.shop_table {  
  font-size: 18px;  
}
```

```
/* Linia que surt a sobre un cop compres el producte*/
```

```
.button.wc-forward.btn-link{  
  font-size:18px !important;  
}
```

```
.woocommerce-message.woocommerce-success{  
  font-size:18px !important;  
}
```

```
/*Estils del botó no segur */
```

```
button#place_order.btn.btn-default.alt {  
  margin-top: 15px;  
  margin-top: 15px !important;  
}
```

```
.uncode-cart .cart-desc {  
  font-size: 18px;  
}
```

```
#redsys_payment_form{  
  margin-top:25px !important;  
}
```

```
.button.cancel{  
  margin-left:15px !important;  
}
```

```

.order_details li strong {
  display: block;
  font-size: 16px;
  text-transform: none;
  margin: 0px 0px 0px 0px !important;
}

.woocommerce .quantity input.qty, .woocommerce #content .quantity input.qty {

  font-size: 25px !important;
  padding: 1px 31px 8px 31px !important;

}

/*pagina veure cistella sepracio cupo*/
.buttons-style, input[type="submit"], input[type="reset"], input[type="button"],
button[type="submit"], .btn:not(.btn-custom-typo), .btn-link:not(.btn-custom-typo),
.nav-tabs, .panel-title > a span, .search_footer, .wc-forward, .wc-forward a {
  margin-top: 0px !important;
}

/*Tamany numero quantitat */

.woocommerce .quantity input.qty, .woocommerce #content .quantity input.qty {

  font-size: 25px;

}

/* Tamany total "Veure cistella" */

.headings-style-woo, .woocommerce .your_cart, .woocommerce .cart-collaterals
.shipping_calculator h2, .woocommerce .cart-collaterals .cart_totals h2,
.woocommerce .cart-collaterals .cart_totals .order-total .amount, .woocommerce
.checkout h3, .woocommerce .order-details h3, .woocommerce .order-details tfoot
tr:last-child, .woocommerce .woo-thank-you h2, .woocommerce .woo-thank-you
h3, .woocommerce #order_review tfoot tr:last-child, .woocommerce .address h3 {
  font-size: 35px;
}

/*MENU PRINCIPAL */

/*Color que indica el nombre de productes al carro */

.color-accent-background, mark, .mejs-controls .mejs-time-rail .mejs-time-loaded,
.woocommerce span.onsale, .widget_price_filter .ui-slider .ui-slider-range, .uncode-
cart .badge, .mobile-shopping-cart .badge {
  background-color: #b4975a;
}

```

```
/*MENU SECUNDARI */
#menu-secondary-menu{
  padding:10px !important;
}
```

```
/*PAGINA CHECKOUT*/
```

```
button#place_order.btn.btn-default.alt{
  margin-top: 15px;
}
```

```
#order_review{
  font-size:18px !important;
}
```

```
#order_review_heading{
  font-size:30px !important;
}
```

```
/*Augmentar el tamany dels titols de cada secció*/
.woocommerce-billing-fields h3{
  font-size:30px !important;
}
```

```
/*COLOR ENLLAÇOS */
.site-footer a:hover {
  color:#b4975a !important;
}
```

```
/*PAGINA INICIAR SESSIO */
```

```
/*marge superior dels botons */
.buttons-style, input[type="submit"], input[type="reset"], input[type="button"],
button[type="submit"], .btn:not(.btn-custom-typo), .btn-link:not(.btn-custom-typo),
.nav-tabs, .panel-title > a span, .search_footer, .wc-forward, .wc-forward a {
  margin-top: 18px;
}
```

```
/*Treure categoria de producte*/
.product_meta{
  display:none;
}
```

```
/*Aviso de cookies */
.cookie-notice-container a {
  color: white;
  padding: 5px 10px;
  border: 1px white solid;
  line-height: 3;
}
```



```
#cookie-notice .cn-button {
  margin-left: 10px;
  background-color: transparent !important;
}
```

```
#cookie-notice .cn-button:hover {
  margin-left: 10px;
  background-color: white !important;
  color:black;
}
```

```
.padding-anunci{
  padding: 20px 0 20px 0;
}
```

```
hr.separator-break.separator-accent {
  border-color: #b4975a !important;
}
```

```
.blanc{
  color:black !important;
  background-color:white !important;
}
```

```
.tmb-light.tmb-color-title, .tmb-light.tmb .t-entry-text .t-entry-title a, .tmb-light.tmb .t-
entry-text .t-entry-title, .tmb-light.tmb-content-under.tmb .t-entry p.t-entry-meta
span, .tmb-light.tmb-content-lateral.tmb .t-entry p.t-entry-meta span, .tmb-light.tmb-
content-under.tmb .t-entry p.t-entry-meta a:not(:hover), .tmb-light.tmb-content-
lateral.tmb .t-entry p.t-entry-meta a:not(:hover) {
  color: white;
}
```

```
.tmb-light.tmb-color-text, .tmb-light.tmb .t-entry-text, .tmb-light.tmb .t-entry-text p,
.tmb-light.tmb .t-entry p.t-entry-comments .extras a, .tmb-light.tmb-
woocommerce.tmb .t-entry .t-entry-category a, .tmb-light.tmb-woocommerce.tmb .t-
entry .t-entry-category .cat-comma {
  color: white;
}
```

```
.tmb-woocommerce.tmb .t-entry span.price ins {
  display: inline;
  font-size: inherit !important;
  text-decoration: none;
  color: white;
}
```

# Annex 4. Captures de pantalla

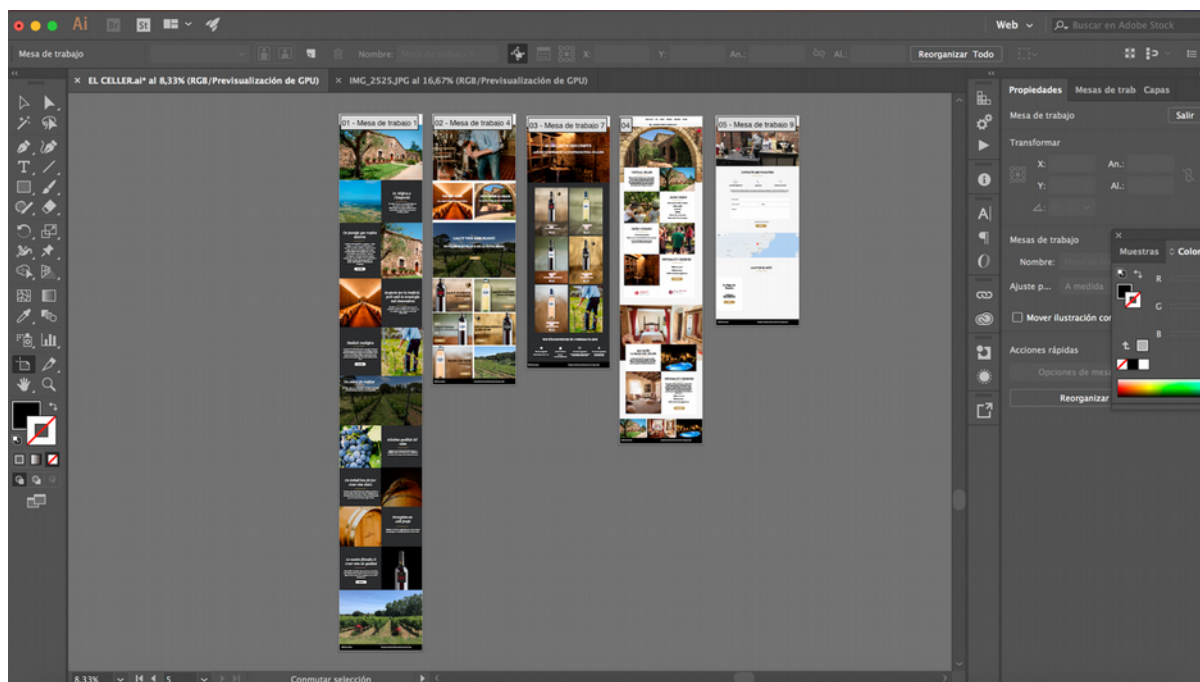


Figura 49: Disseny de les pàgines

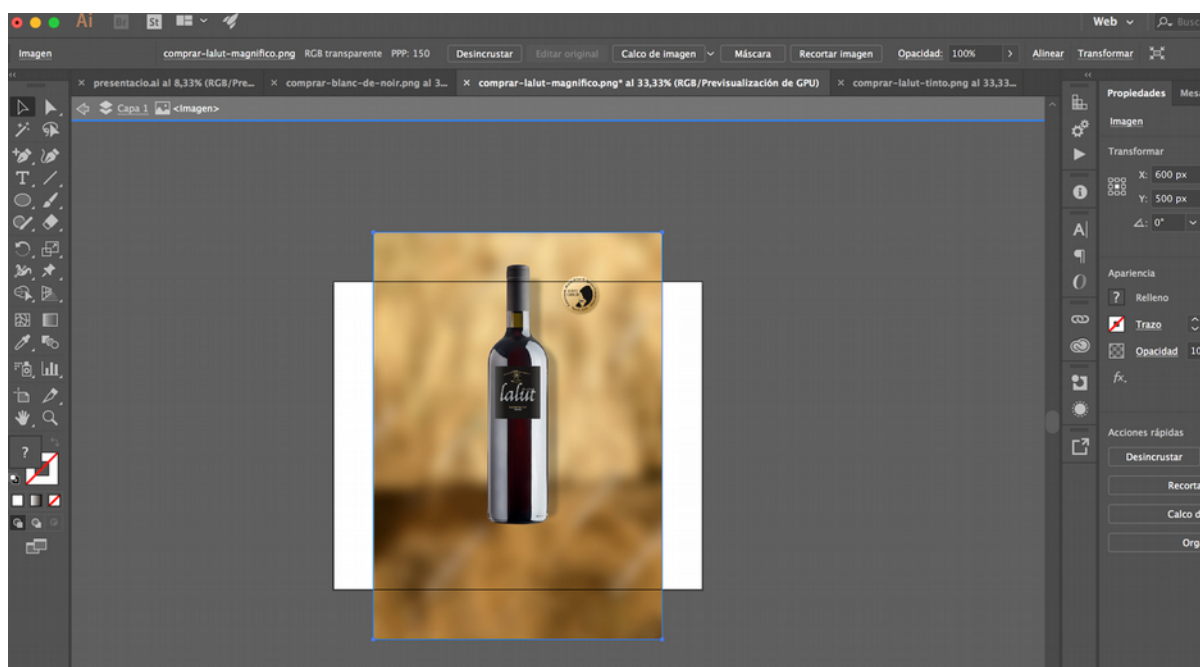


Figura 50: Disseny de les botelles de vi

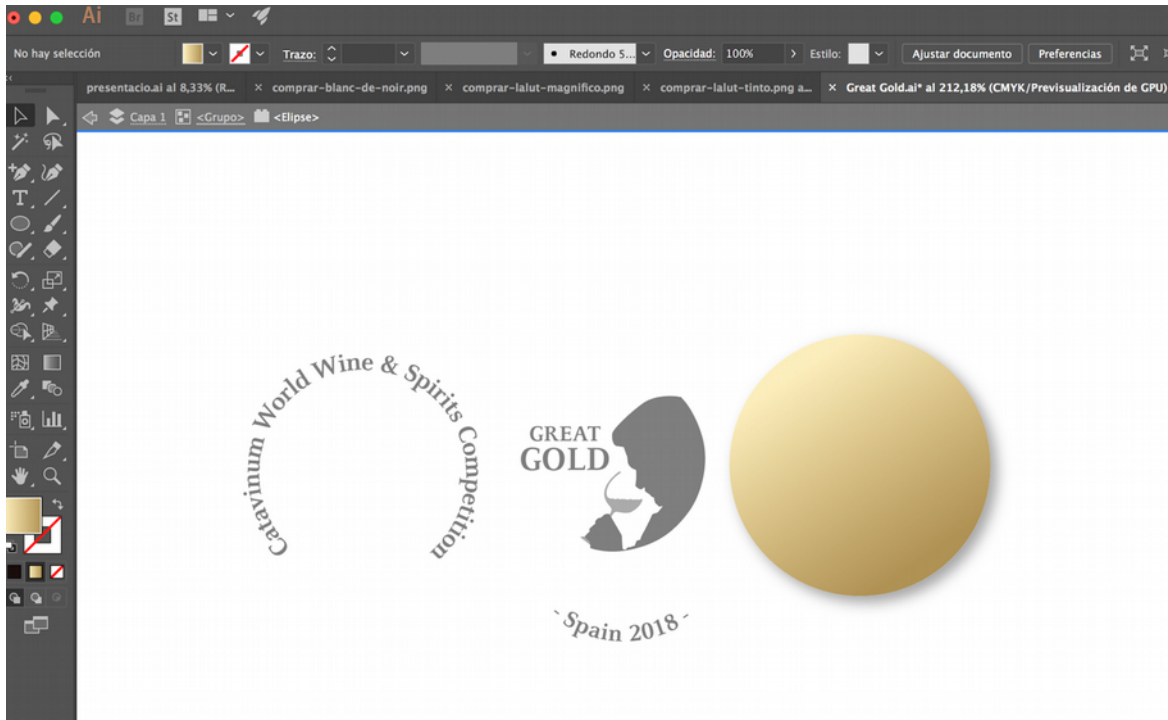


Figura 51: Disseny de la medalla del vi

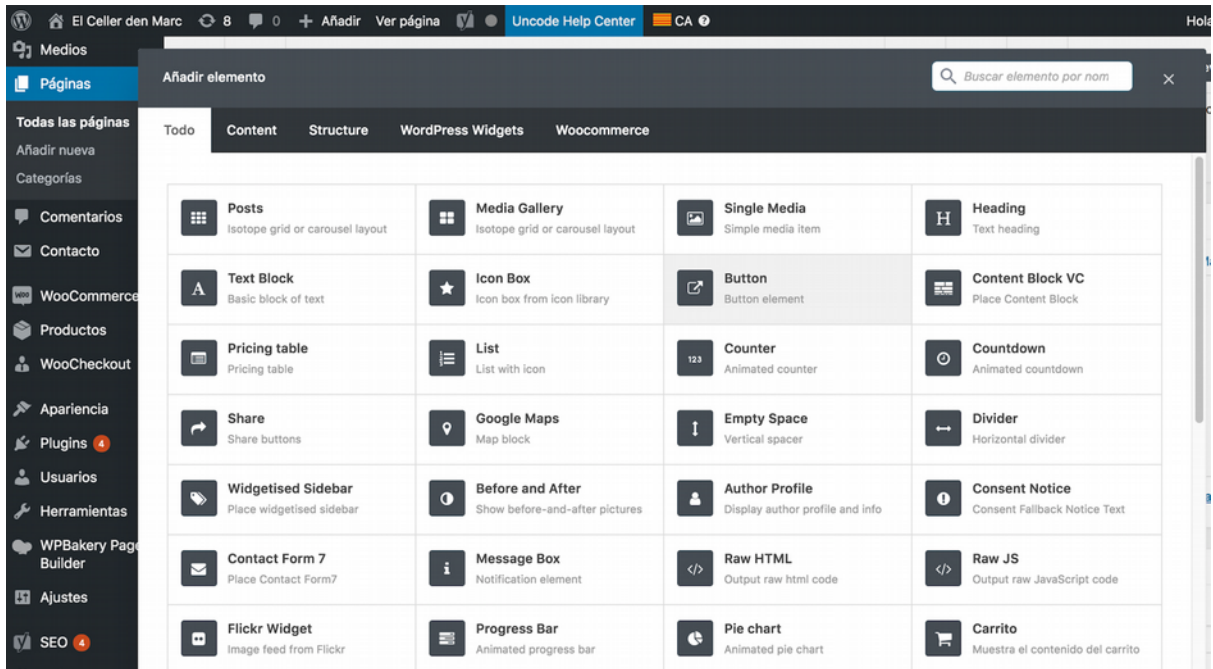


Figura 52: Elements de Visual Composer

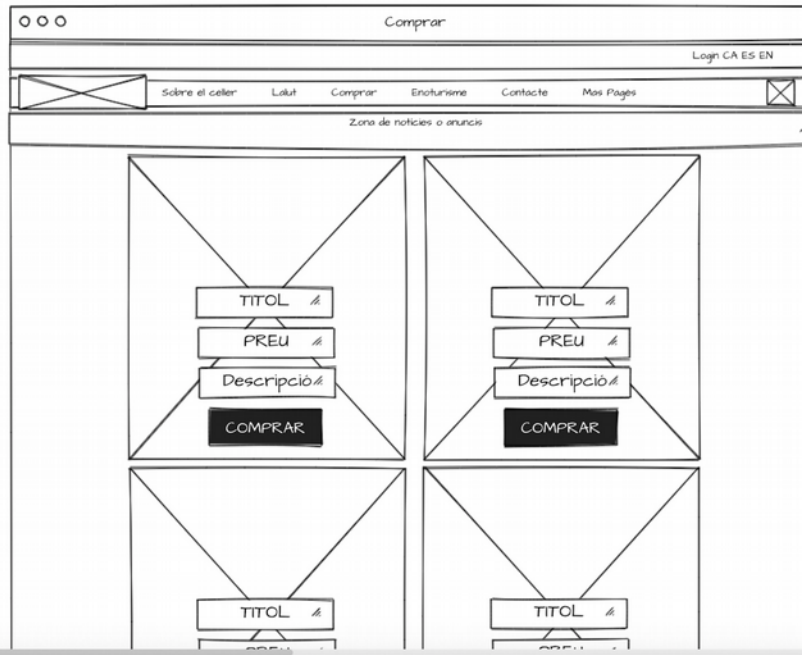
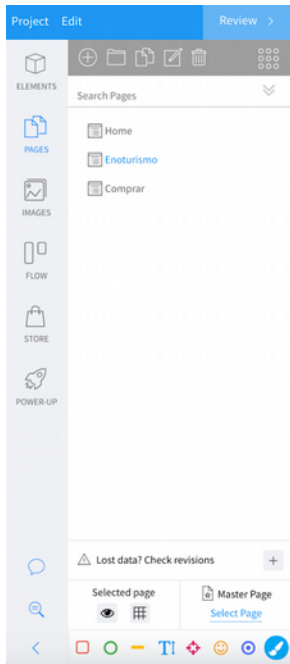








Figura 53: Creació de wireframes amb el programa Mockflow

# Annex 5. Llibre d'estil

## Guia D'estil Del Celler D'en Marc

### Colors

Section about Colors

#b4975a	#f7f7f7	#303133	#ffffff	#000000	#777777
					

### Fonts

Section about Fonts

#### PlayfairDisplay-Bold.otf

<b>Aa</b>	<b>PlayfairDisplay-Bold</b> abcdefghijklmnopqrstvwxyz ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ 0123456789
-----------	--

#### PlayfairDisplay-Regular.otf

<b>Aa</b>	<b>PlayfairDisplay-Regular</b> abcdefghijklmnopqrstvwxyz ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ 0123456789
-----------	---

#### PlayfairDisplay-Italic.otf

<i>Aa</i>	<i>PlayfairDisplay-Italic</i> abcdefghijklmnopqrstvwxyz ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ 0123456789
-----------	--

#### DroidSerif-Regular.ttf

<b>Aa</b>	<b>DroidSerif-Regular</b> abcdefghijklmnopqrstvwxyz ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ 0123456789
-----------	--

### Texts

Text de la web

Font Playfair Display (Serif)

Visita el celler i les vinyes en un entorn autèntic d'una masia del segle XIV als peus de les gavarres amb productes del territori, formatges, embotits exquisits i les nostres melmelades. Descobreix els nostres vins elaborats amb molta passió i tècniques modernes.

Figura 54: Guia d'estil

Default Font Size

18

Font Size H1

35

Font Size H2

29

Font Size H3

24

Font Size H4

20

Font Size H5

17

Font Size H6

14

Custom Font Size

Size 12px

Size 50px

## Annex 8. Bibliografia

Wordpressorg. (2018). WordPress. [en línia], 12 Novembre, 2018, de <https://wordpress.org/>

Sensacionwebcom. (2017). Sensacionwebcom. [en línia] ,12 Novembre, 2018, de <https://sensacionweb.com/roles-de-usuario-wordpress/>

Undsgncom. (2018). Undsgncom. [en línia], 28 December, 2018, from <https://support.undsgn.com/hc/en-us/categories/201681329-Knowledge-Base>

Lifestylealcuadracom. (2012). LifeStyle Al Cuadrado. [en línia] 28 December, 2018, from <https://www.lifestylealcuadrado.com/crear-tiendas-on-line/>

Ecommerceefectivo.com. (2018). ECommerce Efectivo. [en línia] 28 December, 2018, from <https://www.ecommerceefectivo.com/pasos-para-crear-una-tienda-online/>

Uocedu. (2018). Uocedu. [en línia] 28 December, 2018, from <http://multimedia.uoc.edu/blogs/fem/es/disenio-centrado-en-el-usuario-conceptos-basicos/>

Uocedu. (2018). Uocedu. Retrieved 28 December, 2018, from <https://mosaic.uoc.edu/2015/09/15/proceso-de-desarrollo-de-un-proyecto-digital/>

Multiplicaliacom. (2012). Multiplicaliacom. Retrieved 28 December, 2018, from <https://www.multiplicalia.com/primeros-10-pasos-para-la-venta-online/>

Lievanosancom. (2018). LievanoSan. Retrieved 28 December, 2018, from <https://lievanosan.com/curso/crear-tienda-wordpress-woocommerce/>

Youtubecom. (2018). YouTube. Retrieved 28 December, 2018, from <https://www.youtube.com/watch?v=iq83-pTWdhM>



## Annex 9. Vita

Em dic Joan Casellas, visc a Sant Antoni de Calonge i aquest és el meu últim any per estar titular en Grau amb Multimèdia a la Universitat Oberta de Catalunya.

De ben petit m'he sentit atret per les noves tecnologies, així que després del fer el Batxillerat a l'escola Vedruna de Palamós vaig voler cursar la carrera de Enginyeria Informàtica de Sistemes. Posteriorment, vaig realitzar diferents cursos de disseny web. Entre ells, el més important va ser el de Especialització en disseny web de l'escola ERAM a Girona.

Aquest curs em va impulsar a cursar la carrera de Grau en Multimèdia a la UOC i compaginar els meus estudis amb projectes que anava fent per compte propi. Per altre banda, també vaig entrar com a estudiant en pràctiques al departament de tecnologia de la UOC, fet que em va permetre assolir moltes competències de treball en equip i noves tecnologies.

Actualment sóc autònom i em dedico a dissenyar pàgines web per a petites empreses que volen entrar el món digital.