



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



Escola Tècnica
Superior d'Enginyeria
Informàtica

Escola Tècnica Superior d'Enginyeria Informàtica
Universitat Politècnica de València

Diseño e implementación de una tienda online con el CMS Drupal

Trabajo Fin de Grado

Grado en Ingeniería Informática

Autor: Jordi Climent Andrés

Tutor: David Picó Vila

2014-2015

Resumen

Diseño e implementación de un sitio web de una tienda online para una fábrica de muebles llamada Eurostill utilizando Drupal 7 y su módulo Commerce. El proyecto se divide en las fases necesarias para llevar a cabo un trabajo de arquitectura de la información y de la parte técnica de puesta en marcha de la página web. La finalidad principal del sitio será vender los productos que fabrica la empresa a potenciales nuevos clientes tanto particulares como otras empresas así como conseguir publicidad con la ayuda de las redes sociales.

Palabras clave: Drupal, commerce, web, tienda online, cms, gestor de contenido

Tabla de contenidos

| | | |
|--------|--|----|
| 1. | Introducción | 6 |
| 2. | Estudios previos | 7 |
| 2.1. | Sistemas de gestión de contenidos CMS..... | 7 |
| 2.2. | Ventajas de utilizar un CMS..... | 7 |
| 2.3. | Drupal | 8 |
| 2.4. | ¿Por qué Drupal?..... | 9 |
| 2.5. | Instalación de Drupal..... | 10 |
| 3. | Diseño e implementación | 14 |
| 3.1. | Fase 1: Planteamiento inicial del proyecto..... | 14 |
| 3.1.1. | Descripción de la organización..... | 14 |
| 3.1.2. | Motivación del proyecto web | 15 |
| 3.1.3. | Análisis de la competencia..... | 17 |
| 3.2. | Fase 2: Definición de los contenidos | 25 |
| 3.2.1. | Información general sobre la organización y la web..... | 25 |
| 3.2.2. | Tipos de contenido específicos..... | 25 |
| 3.2.3. | Implementación en Drupal de los tipos de contenido | 27 |
| 3.3. | Fase 3: Arquitectura de la información..... | 28 |
| 3.3.1. | Card Sorting | 28 |
| 3.3.2. | Agrupaciones de información..... | 30 |
| 3.3.3. | Herramientas de Navegación..... | 31 |
| 3.3.4. | Representación esquemática (Wireframes)..... | 32 |
| 3.3.5. | Permisos, usuarios y flujos de trabajo | 36 |
| 3.4. | Fase 4: Implementación en Drupal..... | 37 |
| 3.4.1. | Diseño..... | 38 |
| 3.4.2. | Tipos de contenidos..... | 39 |
| 3.4.3. | Taxonomías | 47 |
| 3.4.4. | Módulos | 49 |
| 3.4.5. | Menús | 55 |
| 3.4.6. | Vistas | 57 |
| 3.4.7. | Bloques | 61 |
| 4. | Conclusiones | 63 |
| 5. | Referencias bibliográficas | 64 |

| | | |
|------|-----------------------------------|----|
| 6. | Siglas y abreviaturas | 65 |
| 7. | Índice de imágenes y tablas | 66 |
| 7.1. | Imágenes | 66 |
| 7.2. | Tablas..... | 67 |



1. Introducción

Este proyecto se trata de una página web que va a servir de tienda online para una empresa dedicada a la fabricación de muebles. Para ello se ha utilizado el sistema de gestión de contenidos Drupal 7, concretamente una modificación del mismo que incluye todo lo necesario para crear una tienda online llamado Drupal Commerce, lo que facilita enormemente la tarea de desarrollo.

Primero se ha realizado un estudio sobre los sistemas de gestión de contenido (CMS) y cuáles son sus ventajas para después entrar en detalle a explicar Drupal y como se ha realizado su instalación.

Para el diseño y la implementación del proyecto se ha utilizado un método dividido en cuatro fases en el que hemos realizado un estudio de la empresa y sus necesidades así como un análisis de algunas páginas web de la competencia, a continuación hemos definido los tipos de contenido que vamos a necesitar para nuestra web y también su implementación específica en Drupal, para luego poder realizar un estudio de la arquitectura de la información que nos ayudara a definir cómo va a ser el diseño y la organización de la información en nuestra página web. Todo esto previamente a realizar la implementación que se corresponderá a la última fase.

Con esta metodología de trabajo basada en la arquitectura de la información conseguimos una página web que se adecue a las necesidades de la empresa y con un diseño adaptado a lo que esperan los potenciales clientes de la misma.

2. Estudios previos

2.1. Sistemas de gestión de contenidos CMS

El gestor de contenido es una aplicación informática usada para crear, editar, gestionar y publicar contenido digital multimedia en diversos formatos. El gestor de contenidos genera páginas web dinámicas interactuando con el servidor web para generar la página web bajo petición del usuario, con el formato predefinido y el contenido extraído de la base de datos del servidor. Esto permite gestionar, bajo un formato estandarizado, la información del servidor, reduciendo el tamaño de las páginas para descarga y reduciendo el coste de gestión del portal con respecto a un sitio web estático, en el que cada cambio de diseño debe ser realizado en todas las páginas web, de la misma forma que cada vez que se agrega contenido tiene que maquetarse una nueva página HTML y subirla al servidor web.

Por lo que podemos decir que un CMS (siglas en inglés de *Content Management System*) es un tipo de plataforma web estandarizada que permite a los usuarios crear contenido para su página desde un *backend* o gestor de contenidos sin necesidad de contar con conocimientos técnicos muy específicos. Existe una gran cantidad de CMS, entre los más populares se encuentran Drupal, WordPress, Joomla, Magento, Prestashop, OsCommerce...

2.2. Ventajas de utilizar un CMS

El desarrollo basado en un CMS tiene una gran cantidad de ventajas que hacen que sea una opción muy recomendable a la hora de plantear una web:

- Los CMS tienen funcionalidades concretas que está comprobado que funcionan y funcionan bien, sin necesidad de arreglar fallos en cuestiones básicas y permitiendo centrarse en aspectos más complejos. Los CMS suelen cubrir necesidades para plataformas de comercio electrónico, blogs, páginas con contenido estructurado y gestión de usuarios... todo depende de elegir el CMS apropiado.
- Un usuario puede gestionar su propia web después de recibir formación. Una vez desarrollada la web, el propio usuario puede añadir, editar o borrar datos y mantener su página viva por sí mismo.
- El desarrollo desde un CMS es más rápido y limpio. La creación de plantillas y funcionalidades para los gestores de contenidos se basan en unos estándares que un buen equipo es capaz de seguir para conseguir los resultados deseados partiendo de una base sólida ya constituida. Esto

elimina en gran parte el esfuerzo necesario para construir el esqueleto de código de una web.

- Permiten desarrollos escalables. Esto significa que, con una buena planificación, se puede orientar el desarrollo desde un CMS para añadir nuevas funcionalidades no previstas en el futuro sin que la web sufra cambios traumáticos mediante la incorporación de módulos.
- Muchos desarrolladores utilizan los CMS más populares. Esto es una ventaja importante, porque cualquier programador es capaz de hacerse cargo y modificar cualquier web siempre que conozca la arquitectura del CMS empleado aunque no sean ellos los que la hayan desarrollado.
- Muchos creadores de contenido saben manejarlos. La gran mayoría de redactores saben cómo gestionar WordPress en mayor o menor medida por ejemplo. Es relativamente fácil encontrar personas que pueden hacerse cargo del contenido de una web desarrollada a partir de un CMS sin necesidad de enseñarles cómo se maneja.
- Cada CMS tiene una comunidad de programadores detrás que constantemente soluciona fallos, crea nuevos módulos y están en contacto unos con otros para proporcionar el mejor servicio posible a los clientes para los que desarrollan.

Con todas estas ventajas, hoy en día es realmente difícil encontrar una web conocida que no esté desarrollada a partir de un sistema de gestión de contenidos, ya sea uno de código libre o uno construido específicamente para sus necesidades.

2.3. Drupal

Drupal es un sistema de gestión de contenidos o CMS (por sus siglas en inglés, Content Management System) libre, modular multipropósito y muy configurable que permite publicar artículos, imágenes, archivos y otras cosas u otros archivos y servicios añadidos como foros, encuestas, votaciones, blogs y administración de usuarios y permisos. Drupal es un sistema dinámico: en lugar de almacenar sus contenidos en archivos estáticos en el sistema de ficheros del servidor de forma fija, el contenido textual de las páginas y otras configuraciones son almacenados en una base de datos y se editan utilizando un entorno Web.

Es un programa libre, con licencia GNU/GPL, escrito en PHP, combinable con MySQL, desarrollado y mantenido por una activa comunidad de usuarios. Destaca por la calidad de su código y de las páginas generadas, el respeto de los estándares de la web, y un énfasis especial en la usabilidad y consistencia de todo el sistema.

El diseño de Drupal es especialmente idóneo para construir y gestionar comunidades en Internet. No obstante, su flexibilidad y adaptabilidad, así como la gran cantidad de

módulos adicionales disponibles, hace que sea adecuado para realizar muchos tipos diferentes de sitio web.

Drupal fue originalmente escrito por Dries Buytaert y es el software usado para impulsar por ejemplo a los sitios web Debian Planet, Spread Firefox, Kernel Trap y White House.

A pesar de que empezó como un pequeño BBS, Drupal ha llegado a ser mucho más que sólo un portal de noticias gracias a su arquitectura flexible. Drupal se compone de una infraestructura base y un conjunto de módulos que ofrecen un amplio conjunto de funciones, incluyendo sistemas de comercio electrónico, galerías de fotos, administración de listas de correo electrónico, e integración de CVS. Es posible añadir módulos de terceros para modificar el comportamiento de Drupal u ofrecer nuevas funciones.

Drupal se usa, entre otros, en intranets de compañías, enseñanza en línea, comunidades de arte y administración de proyectos. Muchos piensan que la relevancia de Drupal en las comunidades de usuarios es lo que lo hace destacarse de la competencia.

2.4. ¿Por qué Drupal?

En nuestro caso que vamos a realizar una tienda online Drupal nos aporta una serie de ventajas que vamos a enumerar a continuación:

- **Es modular y escalable**

Drupal le permite a los programadores crear webs con bastantes prestaciones muy fácilmente y luego ampliarla con muchísimas más prestaciones igual de fácilmente. Además de ser más flexible y escalable que la competencia.

- **Intuitivo**

Aunque está más enfocado a programadores que otros CMS no es menos sencillo para un administrador introducir, consultar y acceder a contenidos, ya que todo se gestiona desde el navegador a través del menú de administración mediante formularios sin saber nada de código.

- **Todo es posible con Drupal**

Tanto Wordpress como Joomla están más enfocados al público mayoritario que constituyen los "Site builders", por otro lado Drupal está enfocado a un público más minoritario, ya que está enfocado a programadores puros, por lo que con un poco de destreza y ayuda de los módulos se puede crear cualquier tipo de web con Drupal.

- **Tiene un software y una comunidad consolidada**

Drupal.org tiene cerca de 648.000 usuarios registrados y más de 10.000 programadores puros desarrollando módulos.



- **Es software libre**

Las ventajas para el cliente son:

- No se pagan licencias.
- Hay independencia de proveedores.
- El software está en constante evolución, puesto que todas las personas que trabajan con este sistema publican y suman sus éxitos, de forma que cualquier otra los puede aprovechar gratuitamente.

- **Multiidioma**

Todos los textos se pueden traducir mediante una interfaz gráfica y existen traducciones ya existentes que se pueden importar con facilidad.

- **El sistema base de gestión de contenido es limpio, flexible y potente.**

Todos los objetos de contenido son tratados de manera más o menos uniforme (Una noticia, una página, un enlace o una imagen son un objeto de contenido, y sobre cualquiera de ellos se pueden activar los comentarios, presentar como un listado o a página completa, realizar búsquedas...). Además tiene un sistema de categorías (taxonomía) totalmente configurable, con jerarquías simples o complejas, y es el mismo para todos los tipos de objetos.

- **Sistema de control en los roles y permisos**

Posee un potente sistema de permisos que permite asignar unas acciones u otras según los permisos asignados a cada rol.

- **Preparado para dispositivos móviles**

Permite el desarrollo de versiones para dispositivos móviles.

- **Se integra con las redes sociales**

Viene preparado para hacer *login* con la cuenta de Facebook/Twitter y asociarla al perfil en el sitio web, además de permitir la publicación automática de contenido en dichas redes.

2.5. Instalación de Drupal

Para nuestro proyecto hemos optado por aprovechar el servicio de publicación web avanzado para alumnos que proporciona la UPV que ofrece los servicios necesarios para la instalación que requerimos para el proyecto, entre ellos destacamos:

- Soporta varios lenguajes, entre ellos php.
- Bases de datos mySQL y SQLServer, que se pueden gestionar mediante phpMyAdmin.
- Administración de archivos mediante FTP.

Así que una vez que hemos solicitado nuestro espacio, hemos accedido al panel de administración del mismo y hemos creado una base de datos nueva como se muestra en la siguiente imagen.

Plesk Conectado como Jordi Climent Andres
Suscripción jordian.alumnos.upv.es

Sitios web y dominios Archivos Estadísticas Usuarios Cuenta

Sitios web y dominios > Bases de datos >

Añadir base de datos nueva

General

Nombre de la base de datos * BD1

Tipo MySQL

Servidor de base de datos Servidor MySQL local (predeterminado para MySQL)

Usuarios

Cree un usuario predeterminado para la base de datos. Plesk accederá a la base de datos en nombre de datos a la base de datos, no podrá accederse a la misma.

Crear un nuevo usuario de la base de datos

Nombre de usuario de la base de datos * jordian

Contraseña nueva * Poco segura (?)

Generar Mostrar

Confirme la contraseña *

* Campos obligatorios

ACEPTAR Cancelar

Imagen 1: Creación base de datos

A continuación nos hemos descargado Drupal de su página web. Como necesitamos para nuestro propósito instalar el módulo Drupal Commerce, hemos decidido bajar un paquete llamado Commerce Kickstart en el que se incluye, no solo el núcleo de Drupal, sino todos los módulos y temas necesarios para la instalación de Drupal Commerce, por lo que nos facilita el proceso de instalación.

La descarga del mismo se puede encontrar en el siguiente enlace: https://www.drupal.org/project/commerce_kickstart

Una vez descargado se han subido los archivos mediante FTP al servidor, y hemos iniciado la instalación.

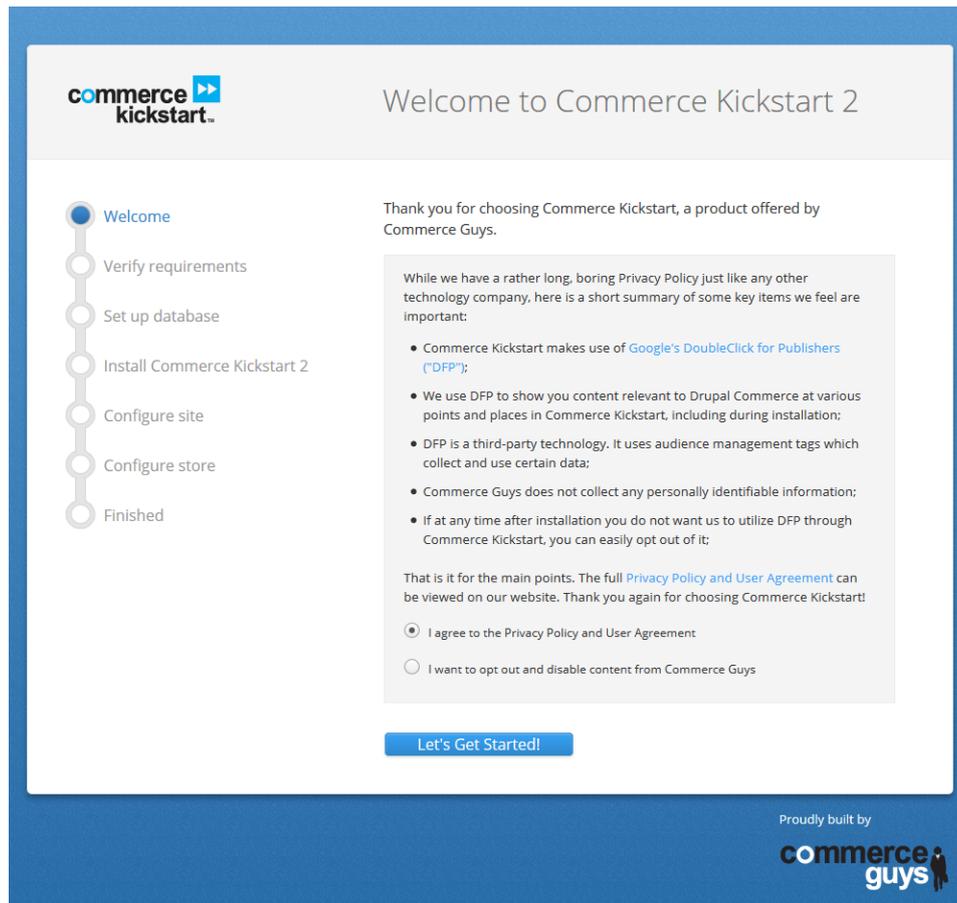


Imagen 2: Instalación Drupal

Como podemos ver la instalación es muy sencilla y guiada, si le damos a empezar nos pide que introduzcamos los datos de la base de datos que creamos anteriormente.

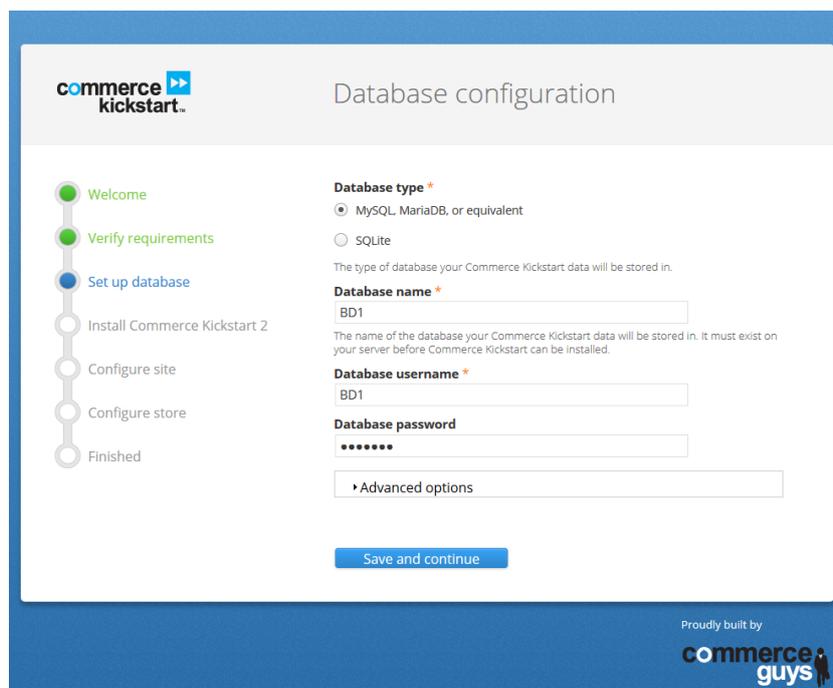


Imagen 3: Instalación Drupal paso 2

En el siguiente paso hemos configurado algunos aspectos sobre la web como el idioma, la zona horaria, el usuario de administración y el nombre del sitio.

Y por último llegamos a un formulario donde tenemos que configurar algunos parámetros de la tienda que hemos configurado como se muestra a continuación. Una vez terminado con esto ya tendremos nuestro Drupal Commerce listo para funcionar.

commerce kickstart Configure store

Welcome
Verify requirements
Set up database
Install Commerce Kickstart 2
Configure site
Configure store
Finished

Country

Default store country *
Spain
Services specific to the selected country will be installed if they exist.

Functionality

Do you want to install the demo store?
 Yes Shows you everything Commerce Kickstart can do. Includes a custom theme, sample content and products.
 No

Install additional functionality
 Allow checkout for **anonymous users**.
 Additional **blocks** for featuring specific content.
 Frontpage **slideshow**.
 Custom **admin menu** designed for store owners.
 Blog functionality.
 Social logins and links for sharing products via social networks.
 Zoom & Gallery mode for products.

Localization

Do you want to be able to translate the interface of your store?
 Yes
 No

Currency

Default store currency
EUR - Euro - €

Tax Rate

Tax rate examples
 No sample tax rate.
 US - Sales taxes displayed in checkout
 European - Inclusive tax rates (VAT)
Example tax rates will be created in this style.

Create and Finish

Imagen 4: Instalación Drupal paso 3

3. Diseño e implementación

3.1. Fase 1: Planteamiento inicial del proyecto

3.1.1. Descripción de la organización

Nombre, actividad e historia

Eurostill es una empresa que se dedica a la fabricación de sillas, sillones, sofás y mesas ubicada en los alrededores de Valencia, lugar donde existe una gran tradición en la industria de la fabricación de muebles. Fue fundada en 1993, y poco a poco se ha ido expandiendo contratando más trabajadores y trasladándose a una nave industrial más grande. Al tratarse de una fábrica no cuenta con trato de venta al público, su mercado mayoritario son pedidos para clientes profesionales (hoteles, restaurantes, instalaciones, etc.) o para tiendas de ventas de muebles al público.

Objetivos de la organización

El objetivo de la empresa es ofrecer a los clientes sus productos fabricados artesanalmente, tratando de innovar, marcar diferencias, tanto en el proceso de fabricación como en la materia prima, con la mejor calidad posible y dentro de los plazos establecidos.

Quién compone la organización

La empresa se trata de una cooperativa formada por 5 propietarios y cuenta con otros 4 trabajadores. Entre los nueve se encargan de realizar todo el proceso de la fabricación de las sillas y los sillones.

El poder de decisión corresponde a los 5 propietarios mediante consenso. También cuentan con una secretaria encargada de gestionar la documentación y los asuntos financieros de la empresa.

3.1.2. Motivación del proyecto web

Formas de comunicación actuales y estrategias

Hasta ahora la empresa siempre ha tenido comunicación directa con sus clientes que suelen ser, como hemos mencionado anteriormente, profesionales e intermediarios. Su forma de conseguir nuevos compradores consistía en acudir a ferias de muebles, eventos donde muchas empresas acuden para exponer sus productos y hacerse publicidad.

También cuentan con catálogos que se reparten a los interesados en dichos eventos o a clientes ya conocidos para que estén al tanto de las novedades en el catálogo.

Pero desde hace unos años la actividad del sector ha bajado mucho y la competencia es más fuerte, por eso han decidido probar con un nuevo servicio online de venta de sus productos con el fin de expandirse hacia nuevos compradores tanto particulares como profesionales.

Se pretende que la nueva página web sirva tanto como tienda online como para reclamo publicitario, poniendo especial énfasis en las redes sociales para tratar de conseguir la mayor difusión posible. También se hará un diseño adaptable al móvil, ya que cada vez más la gente navega a través de estos dispositivos.

Público objetivo

El público objetivo principal de la web serán usuarios interesados en comprar el tipo de muebles que ofrece la empresa. Puede tratarse tanto de particulares como otras empresas que necesiten los productos que ofrecen.

¿Por qué una nueva web?

Como se ha mencionado anteriormente la nueva estrategia consiste en crear una nueva tienda online que ofrezca un servicio de venta totalmente automatizado que permitirá una interacción directa entre los compradores particulares y el fabricante sin necesidad de intermediarios.

Al ser una venta directa sin intermediarios permitirá tener más beneficios aumentando un poco el margen por producto vendido ya que al ser una fábrica el precio de venta a este tipo de clientes suele ser muy ajustado.

Servirá también como publicidad para la empresa y para atraer nuevos compradores con la ayuda de las redes sociales.

Permitirá añadir nuevos productos de forma sencilla.

Contará con una sección de blog para que puedan añadir noticias relacionadas con nuevos productos, descuentos o eventos como las ferias de muebles.

Cómo puede ayudar una nueva web a resolver problemas existentes

La idea con esta nueva vía de negocio es ser capaces de generar ingresos adicionales gracias a la captación de nuevos compradores, rompiendo la brecha que existe para los clientes particulares el comprar directamente a un fabricante sin intermediarios.

Estos tres aspectos forman los pilares de la captación de nuevos usuarios, gracias a los cuales persiguen mitigar la mala influencia de la crisis económica en el negocio de la fabricación de muebles:

- **Muebles de diseño artesanales**

Hay que poner un especial énfasis en que los muebles están hecho de forma artesanal, con diseños muy cuidados y trabajados, lo que da un valor añadido a los productos.

- **Fácil**

La página web tiene que ser simple y sencilla para que el usuario pueda encontrar de forma rápida lo que busca.

- **Sistema de pago seguro automatizado**

Tiene que tener un sistema de pago rápido y seguro, ofreciendo las máximas posibilidades posibles para que el cliente pueda elegir la que prefiera.

Capacidad de generar contenidos

Como se trata de una tienda, una vez introducidos todos los productos la necesidad de introducir nuevo contenido es reducida, solo cuando haya nuevos productos o alguna noticia, por lo que se ha decidido que se va a contratar a una persona para que mantenga actualizada la web y se encargue de mantener activas las redes sociales respondiendo preguntas y actualizando el contenido.

Costes

El presupuesto del proyecto es de 10.000 euros para la realización de la web, incluyendo todos los gastos de su puesta en marcha.

3.1.3. Análisis de la competencia

Silla Stil - <http://www.sillastil.com/>

SILLA STIL
Sillas y sillones de comedor, salón, dormitorio, auxiliar, sillones orejeros y relax.
Mesas de comedor, Mesas de centro y Muebles auxiliares

SILLA STIL es una empresa especializada en la fabricación de sillas, sillones orejeros, relax y mueble auxiliar para el hogar y para el ramo de la hostelería: restaurante, hotel, contract e instalaciones.

Las medidas se refieren al cubijaje de la pieza y en sentido alto, ancho, fondo. Las piezas se pueden combinar en cualquier color de acabado y tejido.

Tras la selección y recepción de las materias primas y/o componentes de nuestros productos, todo un proceso industrial se pone en movimiento. Dicho proceso empieza y se realiza en buena parte con especializada y avanzada maquinaria de gran precisión... pero también existe esa otra parte artística, profesional y artesanal en la que no nos es posible su mecanización, y que es la que convierte nuestros productos en auténticos muebles de estilo y clase, artísticos a la vez que útiles; cumpliendo siempre con las más exigentes normas de calidad que merecen nuestros clientes.

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|
| Sillas Comedor Sillas en estilo clásico, neoclásico, moderno y contemporáneo, esperamos encuentre aquí su preferencia | Sillas / Sillones Salón, Dormitorio y Auxiliar Multitud de sillería variada en modelaje, acabados y tejidos que le darán ese toque que vd. desea en su rincón predilecto. | Sillones Orejeros y Relax Relax y sillones orejeros de estilo y actuales, también con masaje y una amplia gama de acabados | Mesas Comedor Mesas redondas, ovaladas, rectangulares y extensibles. Todo un complemento para nuestra sillería. | Mesas Centro Mesas de centro y rincón en todos los estilos y una amplia gama en pesas totalmente en cristal de 12mm de grosor. | Muebles Auxiliares Gran variedad en muebles complementarios para todo el hogar: Veladores, nidos, mesas TV, etc. que aconsejamos les eche un vistazo. |
|---|---|--|---|--|---|

© SILLA STIL Calle 6 - s/n, Parcela B-2, Polígono Industrial de Picassent, 46220 PICASSENT (Valencia) - España CIF: B-00.000.000
Teléfono: (+34) 96 122.17.00 Fax: (+34) 96 124.19.44 e-mail: sillastil@sillastil.com - Política de privacidad - Produce MK

Imagen 5: Página principal Silla Stil

Se trata de la página web de una fábrica de sillas, sillones y otros tipos de muebles muy similar a la de nuestro caso de estudio.

El diseño de la página web se puede ver a primera vista que está bastante desfasado, no existe una página de inicio como tal, cuenta con un menú superior con las distintas secciones de la web. Dentro de la sección de catálogo aparece un submenú con las distintas secciones de productos que tienen.

En el cuerpo de la página hay un texto donde explica un poco cual es la actividad de la empresa y aparece una imagen promocional con algunos de sus productos.



En la parte inferior tenemos una gran cantidad de enlaces que nos redirigen a las distintas secciones del catálogo al igual que lo hace el menú superior.

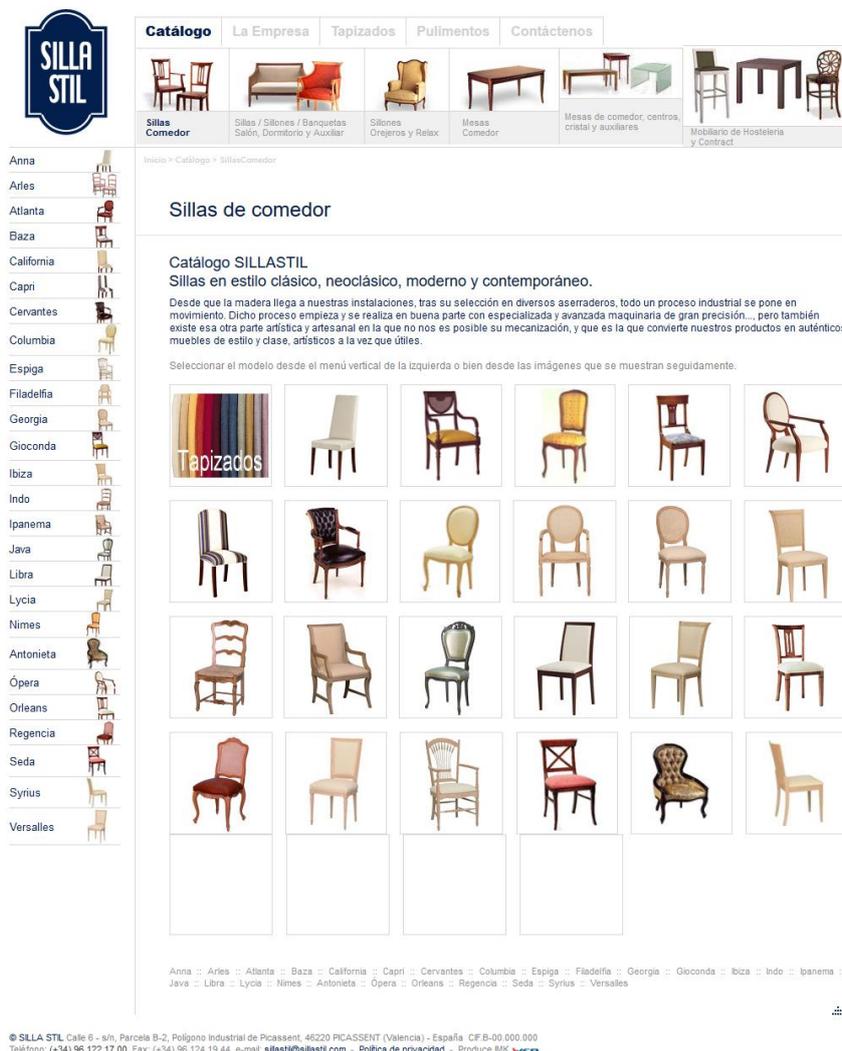


Imagen 6: Sección catálogo Silla Stil

Si entramos en alguna de las secciones del catálogo nos aparece una cuadrícula con imágenes de los productos que se encuentran en dicha sección, y a la izquierda nos aparece un menú con los distintos modelos.

Este es un ejemplo de lo que no queremos hacer, posiblemente haya muebles maravillosos pero el aspecto visual es tan poco atractivo que los hace muy poco apetecibles. La organización de contenidos resulta poco intuitiva y en consecuencia la navegación. Además de que se trata más de un catálogo online que de una tienda online ya que no permite una venta de sus productos de forma directa sino que hay que contactar con la empresa mediante formularios para hacer pedidos.

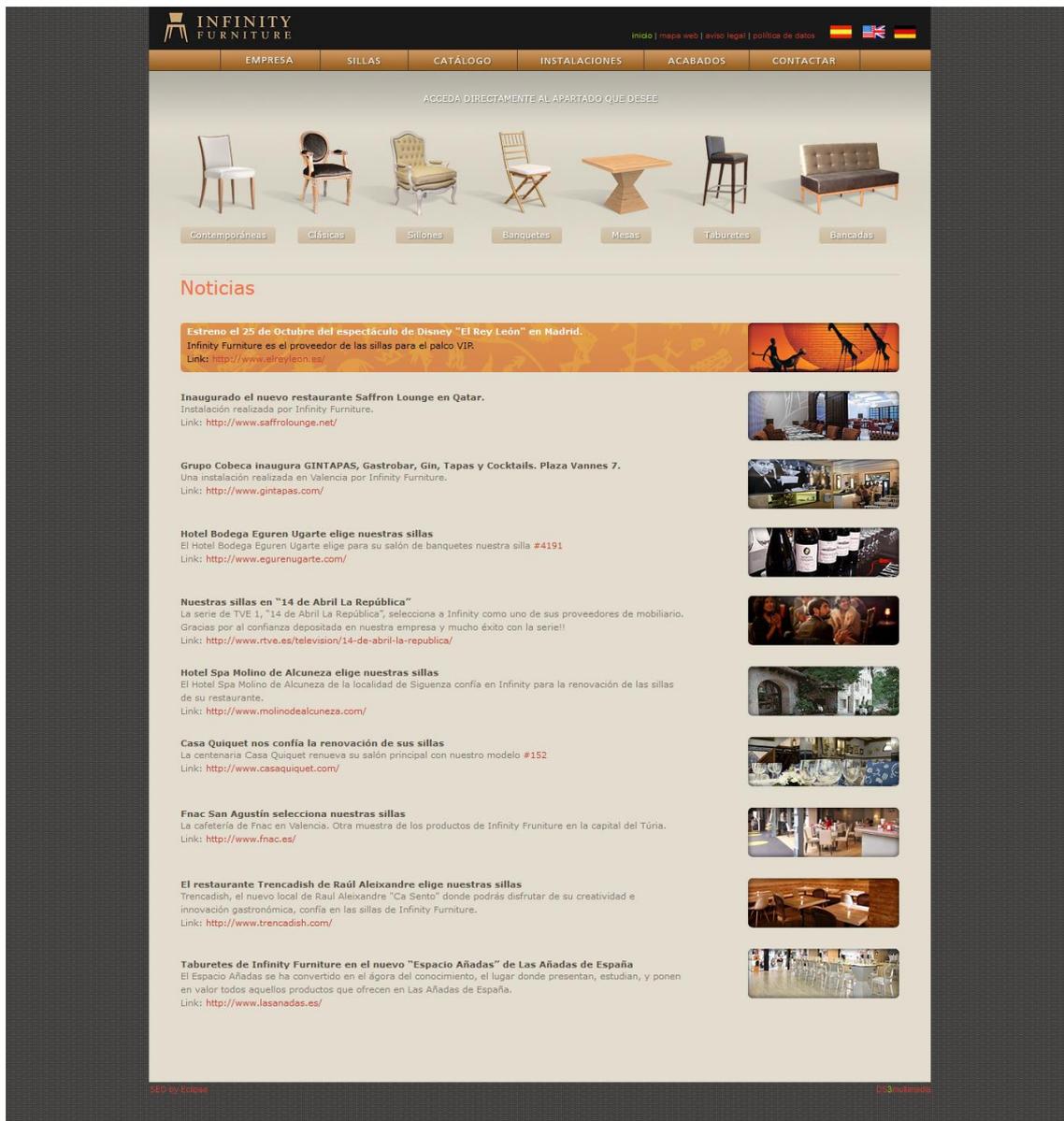


Imagen 7: Página principal Infinity Furniture

En la portada de esta página vemos que hace especial énfasis en mostrar las noticias relacionadas con las inauguraciones de empresas que han utilizado sus productos. Tiene un diseño bastante oscuro que mezcla con colores dorados que le da el toque de elegancia que pretenden buscar.

En la sección de “Empresa” podemos ver como destaca la artesanía de sus productos incorporando imágenes del proceso de fabricación.

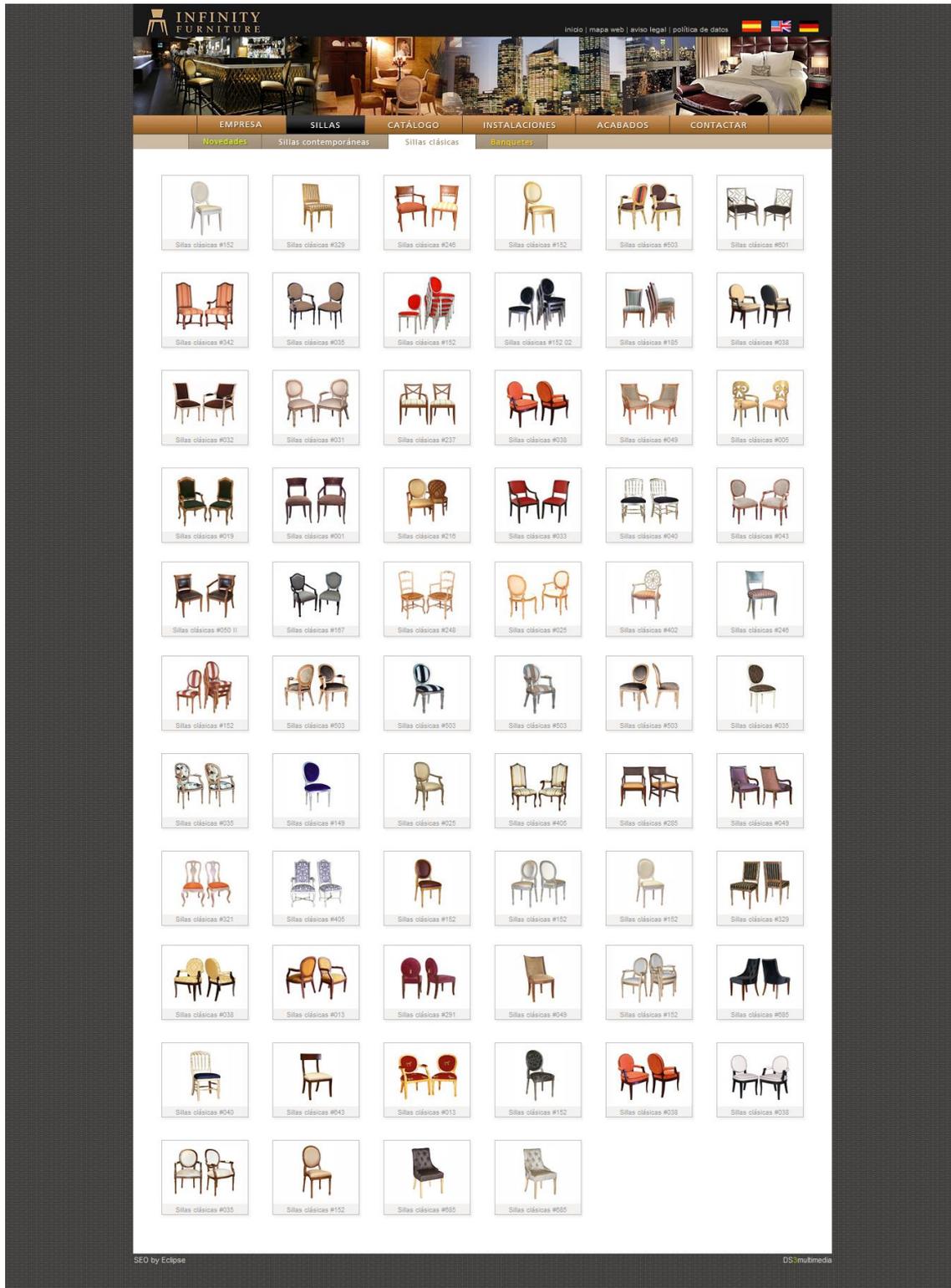


Imagen 8: Sección sillas Infinity Furniture

Si entramos en la sección de sillas nos aparece una enorme cuadrícula con imágenes con todos sus modelos, lo ideal sería que fuera paginado para que la página no fuera tan larga.

Una cosa que crea confusión en el menú principal es la sección “Catálogo” donde se encuentran los demás muebles que no son sillas.

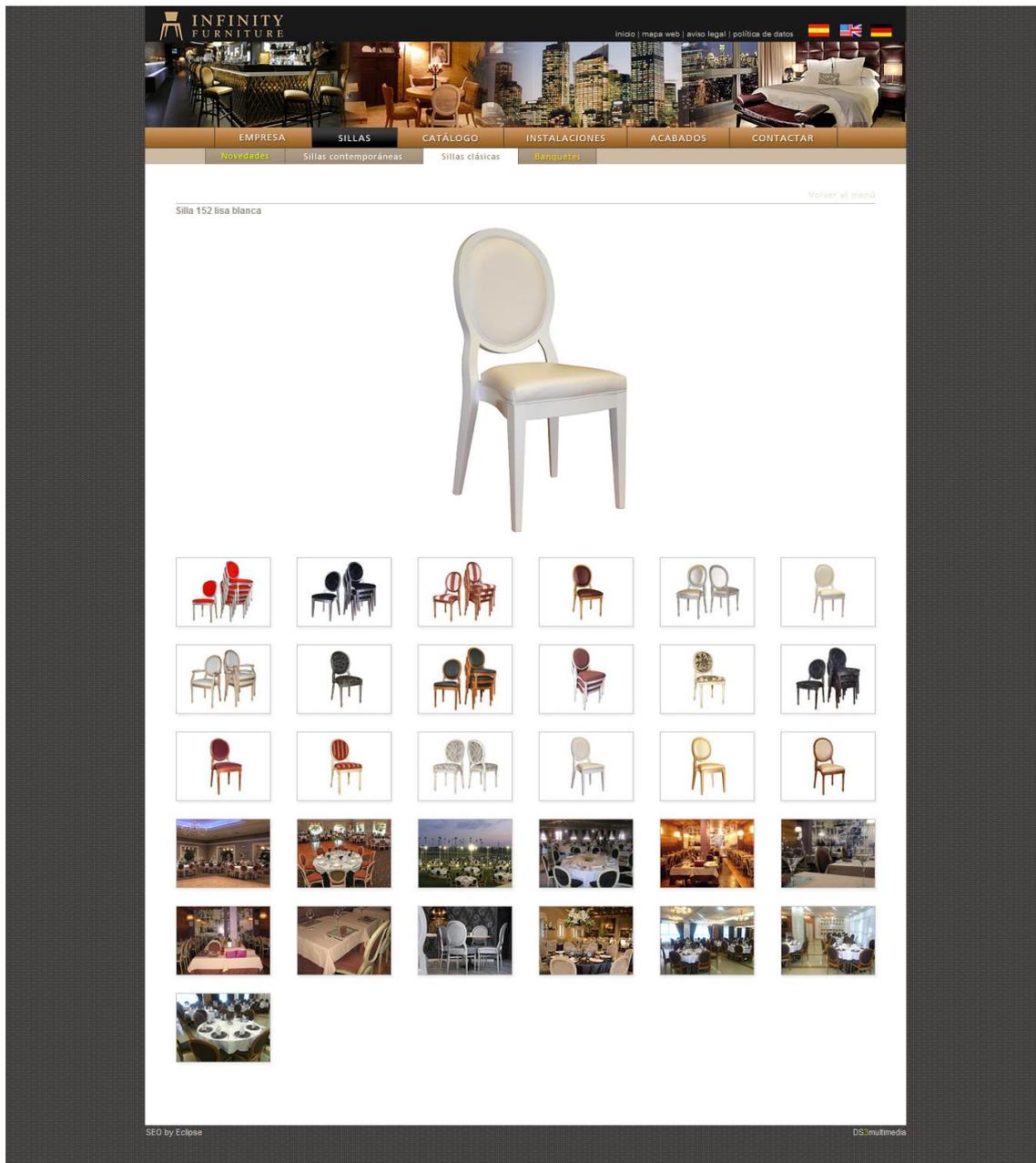


Imagen 9: Descripción silla Infinity Furniture

Al acceder a un modelo concreto se nos abre una galería con cantidad de imágenes de la misma pero no nos da ninguna otra información ni posibilidad de comprar.

Valencia Rattan - <http://www.valenciarattan.net/>

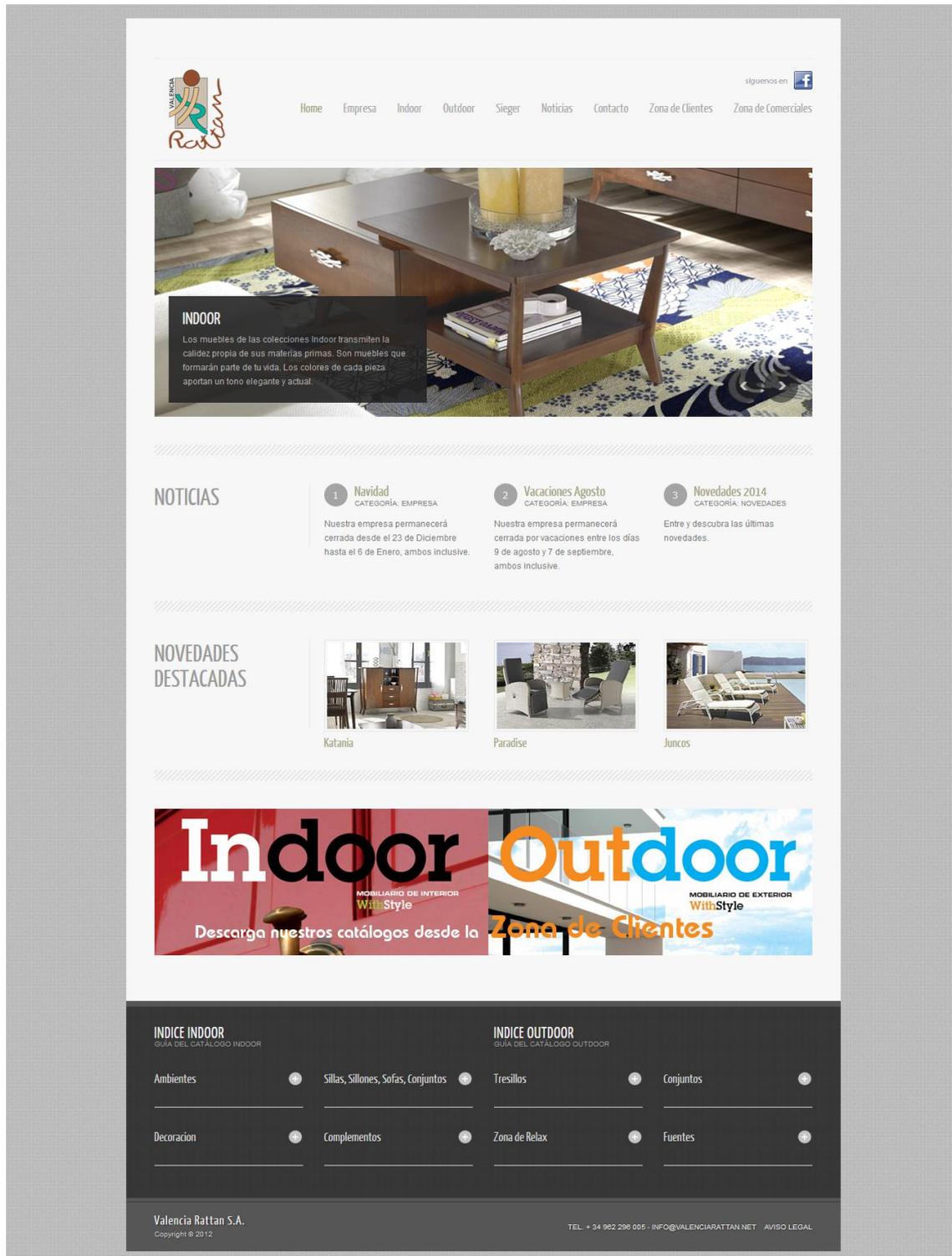


Imagen 10: Página principal Valencia Rattan

Nos encontramos ante una página con un aspecto mucho más cuidado y moderno que las anteriores analizadas, sigue el estilo minimalista de líneas rectas y colores simples que está de moda actualmente.

En la portada podemos ver un *slideshow* de imágenes seguido de un bloque de noticias y otro bloque de nuevos productos. En la parte inferior aparece un índice con las distintas secciones del catálogo de forma más detallada que en el menú principal que se encuentra en la parte superior. Podemos observar también que incluyen un enlace en la parte superior derecha para acceder a su página de Facebook.

En general se trata de una página con un buen diseño que nos puede servir de ejemplo para nuestra tienda.

Espai Mobles - <http://www.espaimobles.com/es/>

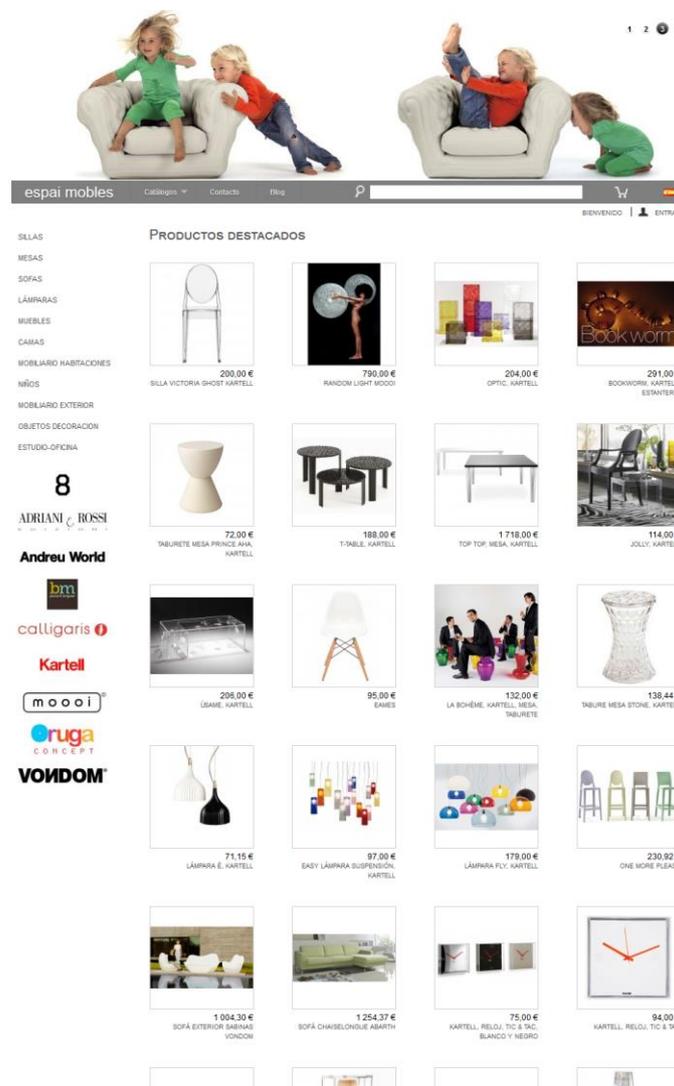


Imagen 11: Página principal Espai Mobles

Por último vamos a analizar una página de una tienda de muebles de todo tipo, podemos ver que se trata de una página sencilla y minimalista en la que predomina el color blanco, tiene una cabecera con varias imágenes que van rotando y un menú lateral con las distintas categorías de productos.



En el cuerpo de la página podemos ver una cuadrícula con los productos destacados, cada uno incluye una imagen, el nombre y el precio, al no estar paginada la página queda demasiado grande teniendo que hacer demasiado scroll para ver todos los productos que se muestran.

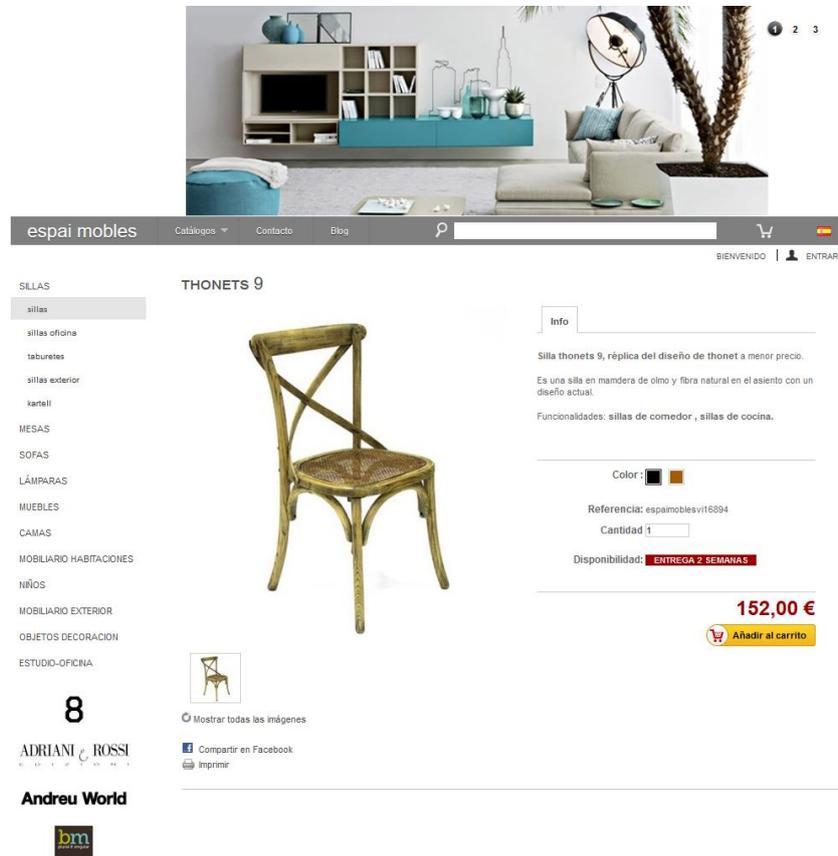


Imagen 12: Descripción producto Espai Mobles

Si accedemos a un producto vemos que existe una imagen del mismo, una descripción y un selector de color, así como el precio y el botón de añadir a la cesta.

Aunque la página no está mal tiene un diseño general un poco flojo, ya que es prácticamente todo blanco sin apenas ningún color para destacar secciones excepto el menú principal. La cabecera tiene algunas imágenes que no se corresponden con el ancho de la web dando una sensación de estar poco trabajada la web.

3.2. Fase 2: Definición de los contenidos

3.2.1. Información general sobre la organización y la web

| Pregunta | Pregunta | Posible respuesta |
|---------------|----------------------------------|---|
| Qué | Qué es Eurostill | Página con texto explicativo |
| | Qué es esta web y qué ofrece | Título claro Logotipo Página principal que resume que hay en la web |
| Quién | Quién forma Eurostill | Página web con texto explicativo |
| | Quién puede comprar en la tienda | Explicación de los perfiles de usuario |
| | Quién puede añadir contenidos | Explicación de los perfiles de usuario |
| Cuándo | Cuándo se creó la empresa | Página con texto explicativo |
| | Cuándo se creó la web | Fecha al pie de página |
| Cómo | Cómo comunicarse con la empresa | Formulario de contacto, teléfono, email |
| | Como hacerse usuario de la web | Explicación del registro de usuarios |
| | Como recibir información | Boletín de noticias con las diferentes ofertas y promociones |
| Dónde | Dónde se ubica la empresa | Dirección y mapa de la localización |

Tabla 1: Información sobre la organización

3.2.2. Tipos de contenido específicos

- **Mueble**

Se trata del recurso principal, ya que serán los productos que estarán a la venta en la tienda online.

| Pregunta | Campo | Tipo de campo |
|---------------|---|---------------|
| Qué | Título | Texto |
| | Descripción | Texto |
| | Fotos | Imagen |
| Quién | Últimos compradores | Comentarios |
| Cuándo | Fecha de cuando se puso a la venta el mueble | Fecha |
| Cómo | Precio | Texto |
| | Medidas del mueble | Texto |
| | Opciones de personalización (tapicería, color madera) | Desplegables |
| Dónde | - | - |

Tabla 2: Contenido mueble

- **Noticia**

La noticia se trata de una unidad de información que se utilizará para informar de descuentos, nuevos modelos o diseños, así como posibles eventos como ferias de muebles.

| Pregunta | Campo | Tipo de campo |
|---------------|-----------------------------|--|
| Qué | Título | Texto |
| | Contenido | Texto |
| | Fotos | Imagen |
| | Tema de la noticia | Vocabulario de temas |
| Quién | Emisor de la noticia | Texto |
| Cuándo | Fecha de publicación | Fecha |
| | Fecha de un evento | Campo de fecha |
| Cómo | Enlace para más información | URL |
| | Email de contacto | Email |
| Dónde | Ubicación de una actividad | Información en el cuerpo de la noticia |

Tabla 3: Contenido noticia

- **Usuario**

Los usuarios registrados tienen ciertas ventajas como poder realizar comentarios en los productos o tener un historial de las comprar realizadas.

| Pregunta | Campo | Tipo de campo | Campo privado o público |
|------------------|----------------------|---------------|-------------------------|
| Qué/Quién | Nombre | Texto | Público |
| | Tipo de usuario | Texto | Privado |
| | Datos bancarios | Texto | Privado |
| Cuándo | Fecha de alta socio | Fecha | Privado |
| Cómo | Email | Email | Público |
| | Historial de compras | Texto | Privado |
| Donde | Dirección personal | Dirección | Privado |
| | Dirección de envío | Dirección | Privado |

Tabla 4: Contenido usuario

3.2.3. Implementación en Drupal de los tipos de contenido

- **Texto general**

Se trata de un tipo de contenido genérico para poder introducir documentos de texto. Se utilizará para:

- ¿Qué es Eurostill?
- ¿Qué es esta web y qué ofrece?
- ¿Quién forma Eurostill?

| Nombre del campo | Tipo de contenido | Configuración |
|----------------------------------|--------------------------------|---------------|
| Título | Texto | |
| Cuerpo | Texto largo con resumen | |
| Fecha de creación y autor | Definido por defecto en Drupal | No visible |

Tabla 5: Implementación texto general

- **Mueble**

| Nombre del campo | Tipo de contenido | Configuración |
|---------------------|-------------------------|---------------|
| Código | Texto | |
| Título | Texto | |
| Cuerpo | Texto largo con resumen | |
| Fotos | Imagen | |
| Precio | Texto | |
| Medidas | Texto | |
| Tapizado | Desplegable | |
| Color Madera | Desplegable | |

Tabla 6: Implementación mueble

- **Tapizado**

Este tipo de contenido sirve para definir las distintas telas que hay disponibles y que luego se enlazaran con los muebles como un desplegable para seleccionar el tapizado deseado.

| Nombre del campo | Tipo de contenido | Configuración |
|------------------|-------------------------|---------------|
| Código | Texto | |
| Título | Texto | |
| Cuerpo | Texto largo con resumen | |
| Fotos | Imagen | |

Tabla 7: Implementación tapizado

- **Acabados**

Al igual que con los tapizados este tipo de contenido sirve para definir colores que hay para la madera y que luego se enlazaran con los muebles como un desplegable para seleccionar el color deseado.

| Nombre del campo | Tipo de contenido | Configuración |
|------------------|-------------------------|---------------|
| Código | Texto | |
| Título | Texto | |
| Cuerpo | Texto largo con resumen | |
| Fotos | Imagen | |

Tabla 8: Implementacion acabados

- **Noticia**

| Nombre del campo | Tipo de contenido | Configuración |
|----------------------------------|--------------------------------|---------------|
| Título | Texto | |
| Cuerpo | Texto largo con resumen | |
| Fotos | Imagen | |
| Fecha de creación y autor | Definido por defecto en Drupal | Visible |
| Tema | Tema de taxonomía | |
| URL | URL | Opcional |
| Ubicación | Texto | Opcional |

Tabla 9: Implementacion noticia

3.3. Fase 3: Arquitectura de la información

3.3.1. Card Sorting

El objetivo de esta técnica es averiguar cómo los usuarios estructuran el contenido de la página web en su mente. Se observa cómo los usuarios organizan las diferentes categorías para así poder organizar la información de nuestra web y realizar la navegación y menús conformes a la estructura que tienen los usuarios en su cabeza.

Para ello hemos creado el *card sorting* con la ayuda de la página <https://www.optimalworkshop.com/> que nos permite hacerlo de forma online y anónima. Se ha decidido emplear un tipo de *card sorting* abierto, en el que los usuarios pueden agrupar libremente las categorías creando el número de grupos que consideren necesario.

Estas son las tarjetas que hemos presentado a los usuarios:

- Contacto
- Sobre la empresa
- Registro de usuario
- Carrito de la compra

- Inicio de sesión de usuario
- Perfil de usuario
- Productos destacados
- Nuevos productos
- Descuentos
- Facebook
- Twitter
- Noticias
- Sillas
- Sillones
- Sofás

En la siguiente imagen podemos ver como se muestra al abrir el enlace para realizar el ejercicio de *card sorting*, por lo que los usuarios solo tienen que arrastrar las tarjetas y agruparlas en grupos, dándole un nombre a éstos.

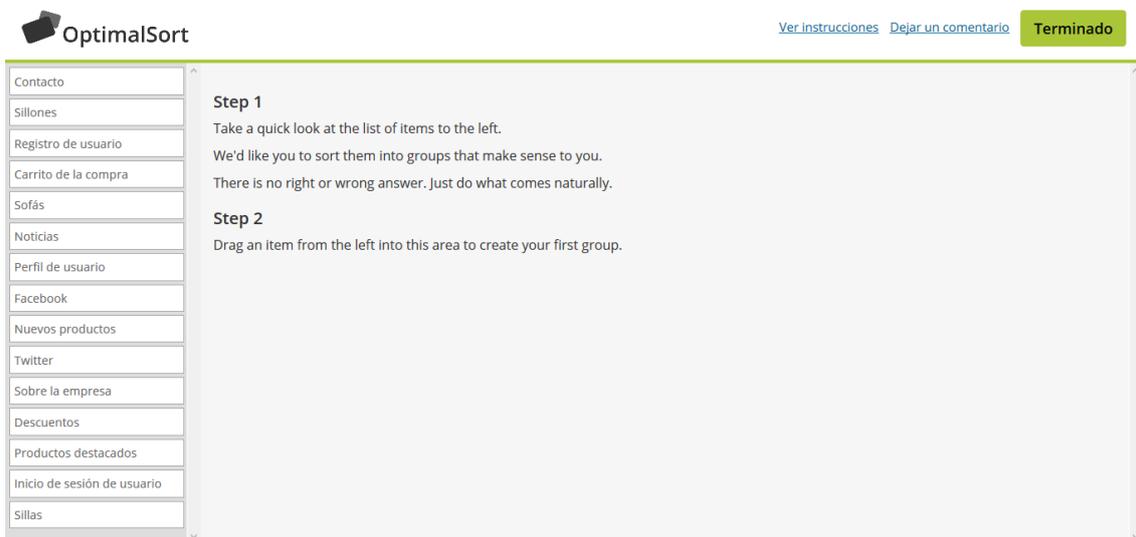


Tabla 10: Card Sorting

En el siguiente diagrama podemos ver los resultados obtenidos:

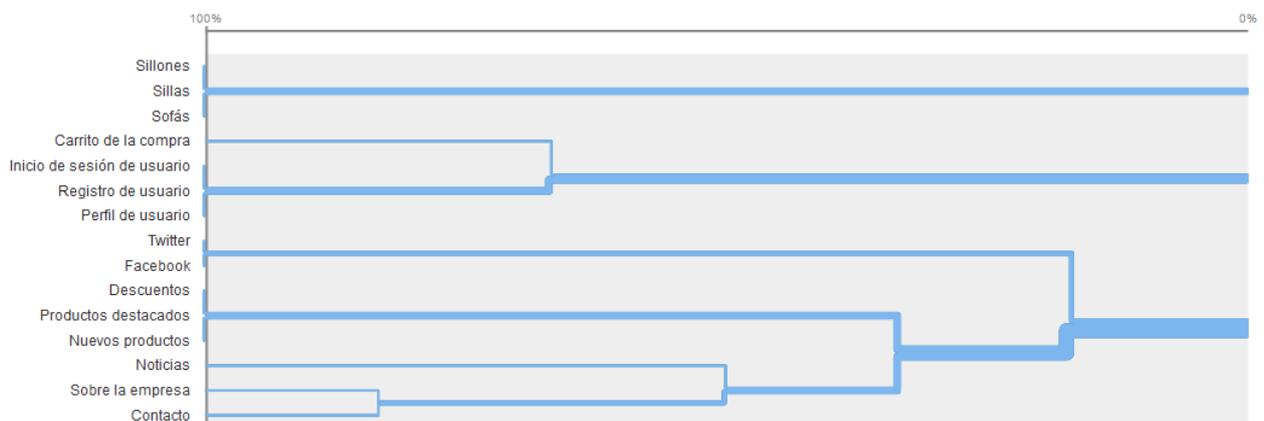


Tabla 11: Diagrama resultados card sorting

Valoración de los resultados

Se han obtenido resultados de 10 personas, entre amigos y familiares. Los resultados obtenidos nos han ayudado a realizar las agrupaciones de información. Como se puede observar en el diagrama, la categoría de los productos ha obtenido un 100% de coincidencia entre todos los participantes.

En la parte relacionada con la gestión del usuario la mayoría de la gente ha incluido también el carrito de la compra, por lo que ha de aparecer junto a los botones de inicio de sesión y registro. Las redes sociales se ha decidido que van a ir en un bloque aparte ya que la mayoría de la gente las ha agrupado separadas.

Luego en la parte relacionada con la empresa la mayoría ha juntado las tarjetas de contacto y sobre la empresa, y un 50% ha incluido las noticias en el mismo grupo por lo que se ha decidido incluir el enlace a las noticias junto al de contacto y sobre la empresa. Por último tenemos las secciones de los productos destacados y descuentos que irán juntos.

3.3.2. Agrupaciones de información

Según los resultados obtenidos en el *card sorting* hemos decidido realizar las siguientes agrupaciones de información.

En la cabecera de la página lo primero que encontramos es el logotipo de la empresa en la parte izquierda y en la derecha una barra de búsqueda necesaria en toda tienda online que se precie. Encima de la cabecera vamos a poner los botones relacionados con la gestión del usuario y también el carrito de la compra que nos informará de los productos que vayamos agregando al mismo.

Debajo de la cabecera hemos decidido incluir un menú que ira dividido en dos partes, a la izquierda las categorías de productos principales de la tienda, y a la derecha los enlaces relacionados con la empresa y las noticias.

En el cuerpo de la página vamos a incluir un *slideshow* con banners sobre los productos destacados y los descuentos. Debajo de este añadiremos un carrusel con los productos más vendidos y con las novedades.

Para finalizar, en un pie de página hemos agrupado la información correspondiente a la empresa, e información de contacto, así como los enlaces a las redes sociales en un bloque aparte.

3.3.3. Herramientas de Navegación

Menú principal

Se trata de un menú clásico en horizontal que incluirá las distintas categorías del catálogo ya que en nuestro caso no son demasiadas. También vamos a añadir un enlace en el que podremos ver todo el catálogo y filtrar por distintos criterios.

Por último, como hemos mencionado anteriormente, pondremos un enlace a la información de la empresa y de contacto así como al blog de noticias.

Barra de búsqueda

Es una barra de búsqueda que situaremos en la parte derecha de la cabecera, funciona como cualquier otra barra de búsqueda, escribimos lo que queremos buscar y después de pulsar *intro* nos aparecerán los resultados de las coincidencias de buscar en los títulos y la descripción de los productos.

Breadcrumbs

Es una herramienta de navegación que nos permite saber dentro de qué categoría del catálogo estamos cuando estamos mirando algún producto. Nos resultara útil también para volver a una categoría superior.

Pie de página

Finalmente tendremos el pie de página donde se incluirán los enlaces típicos con información sobre la empresa y de contacto, además vamos a incluir un bloque con los enlaces a las distintas redes sociales.

3.3.4. Representación esquemática (Wireframes)

Una vez ya tenemos claras cuáles van a ser nuestras agrupaciones de información y cuáles van a ser las herramientas de navegación que vamos a utilizar, es el momento de realizar unos esquemas o bocetos de cómo va a organizarse la web, para ello hemos utilizado la herramienta online [moqups](#) que nos permite hacer unos prototipos bastante representativos de lo que será nuestra página web.

Página principal



Esta será la estructura que tendrá nuestra página principal.

Como hemos mencionado en las agrupaciones podemos diferenciar cuatro partes: la cabecera con el logo, la barra de búsqueda, el menú principal y el sistema de registro e inicio de sesión.

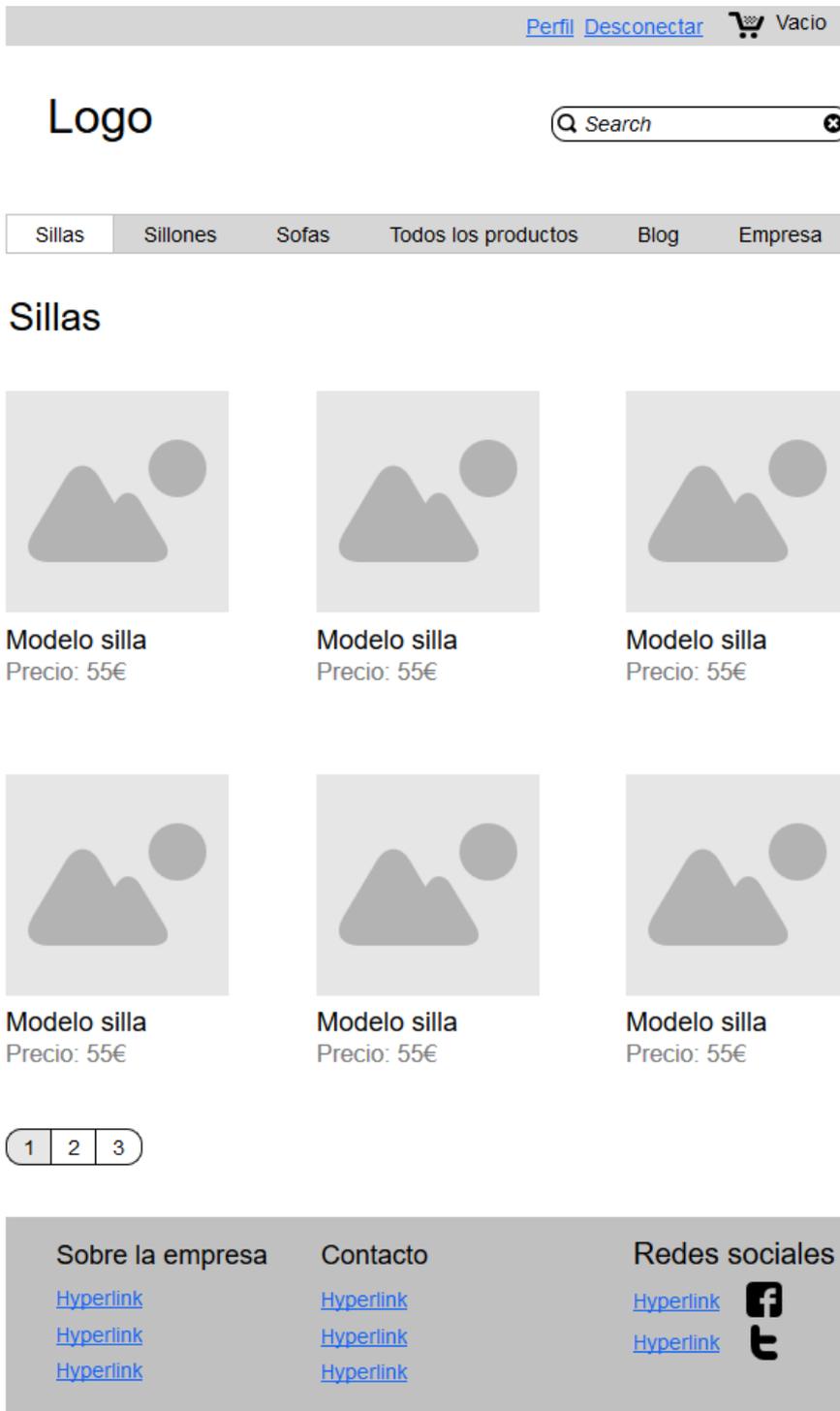
Seguido del menú podemos ver un *slideshow* con banners.

A continuación tenemos unas listas de productos destacados con sliders.

Y para acabar el pie de página con la información referente a la empresa y los enlaces a las redes sociales.

Imagen 13: Boceto página principal

Listado de productos de una categoría



Si entramos desde el menú principal dentro de algunas de las categorías de los productos nos aparecerá una cuadrícula con todos los modelos que hay en ella.

Cada uno incluye una foto, el nombre y el precio. En caso de que sobrepase cierto límite de productos irá paginado para que la página web no sea demasiado larga.

Imagen 14: Boceto listado de productos

Ficha del producto



Imagen 15: Boceto ficha del producto

Una vez hemos entrado en algún producto podemos ver que nos aparece el *breadcrumb* que nos indica en la categoría del catálogo en la que estamos.

La estructura de la vista del producto se divide en dos columnas: a la izquierda tenemos una galería con varias miniaturas que al hacer clic sobre ellas la vemos en grande al lado, en la columna derecha tenemos la información referente al producto así como unos selectores para elegir variaciones del producto en caso de que las haya o la cantidad.

Por último tenemos los comentarios que han hecho los usuarios sobre el producto, y un bloque que nos permite añadir nuevos usuarios en caso de que estemos registrados.

Catálogo

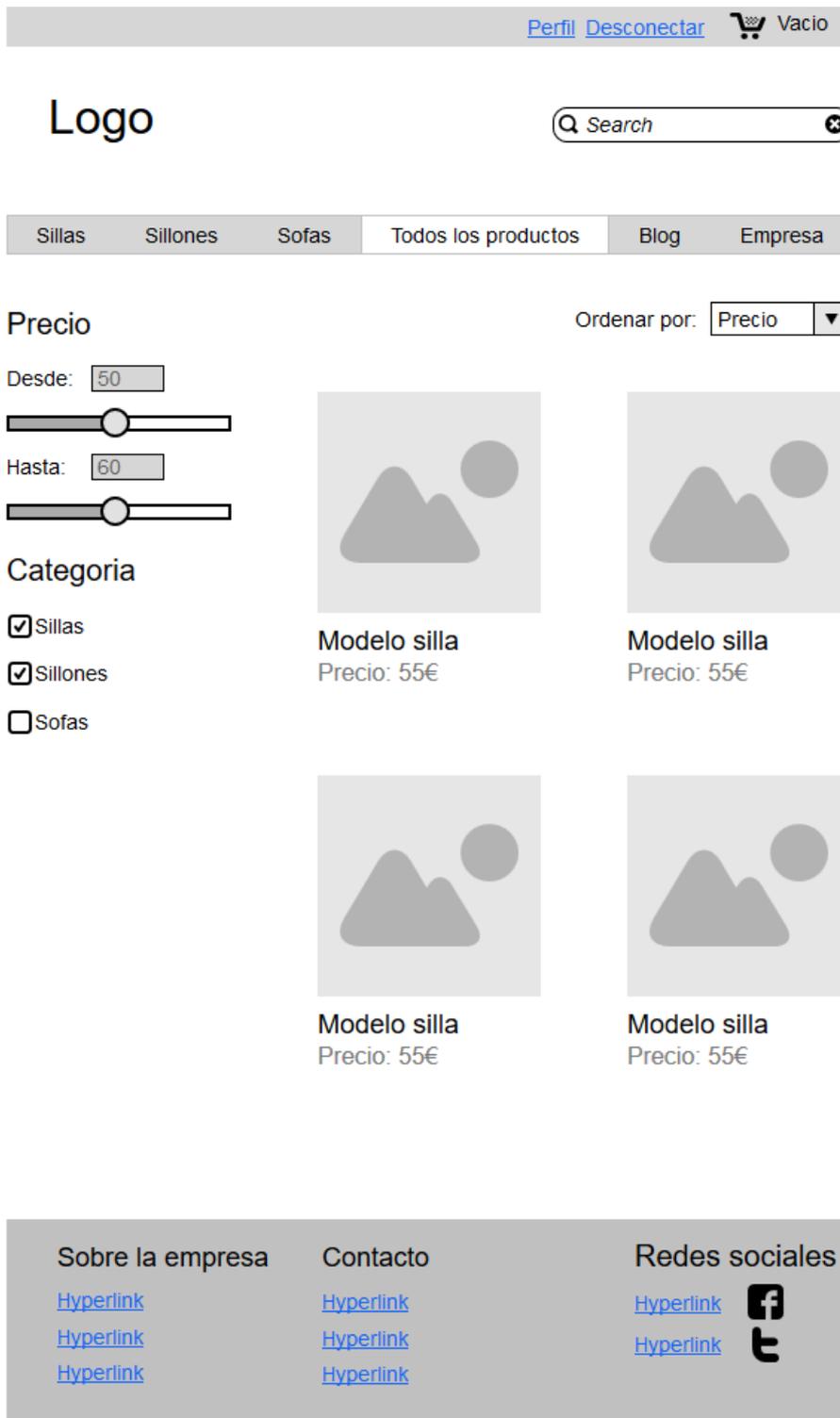


Imagen 16: Boceto catálogo

Al acceder desde el menú principal al apartado de todos los productos o catálogo nos aparecerá un listado de todos los productos que hay a la venta en la tienda.

Además tendremos unos filtros de precio y de categoría para poder elegir a nuestro gusto cuales son los productos que queremos que se muestren, así como el método de ordenación, que podrá ser por precio, por novedad o por orden alfabético.



3.3.5. Permisos, usuarios y flujos de trabajo

En nuestra página tendremos los siguientes roles de usuario:

- **Administrador:** serán los propietarios de la tienda y los encargados de añadir contenido y de moderar los comentarios de los usuarios.
- **Usuario:** será el usuario normal que se creará cuando se realice un registro desde la página web. Al estar registrado tienes la posibilidad de tener un historial de tus compras, así como un perfil con tus direcciones y métodos de pago además de poder añadir comentarios sobre los productos.

3.4. Fase 4: Implementación en Drupal

En la última fase hemos realizado la implementación de la página web. Se ha conseguido en gran parte que la apariencia de la web se corresponda con los bocetos y las pautas establecidas en la fase de la arquitectura de la información. En la siguiente imagen podemos ver como ha quedado la portada de la misma, y a continuación pasaremos a explicar detalladamente cada uno de los componentes utilizados y de las dificultades encontradas.

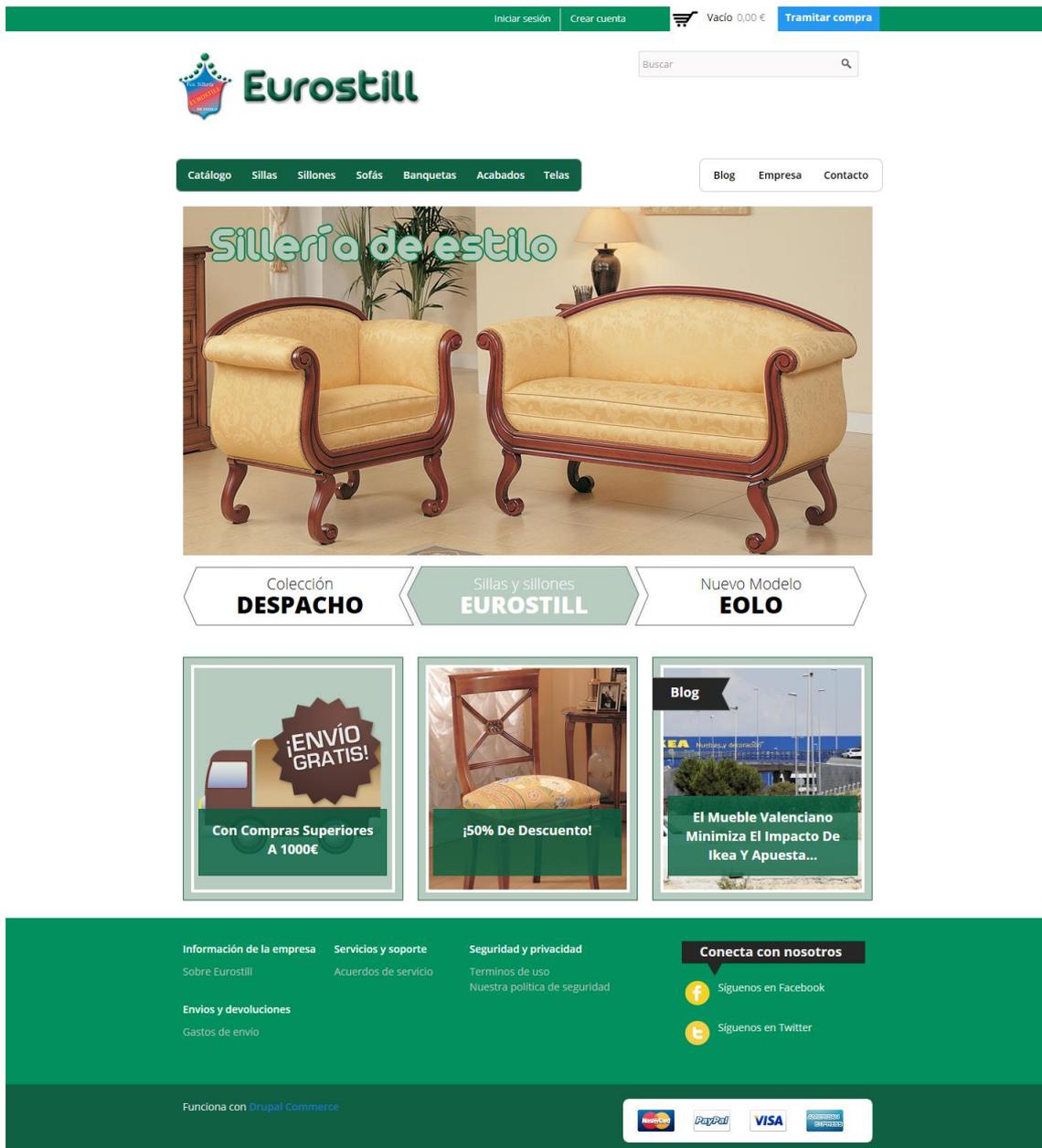


Imagen 17: Implementación página principal



3.4.1. Diseño

El tema base utilizado para realizar nuestro diseño ha sido Commerce Kickstart Theme 7.x-2.27. Basándonos en este tema hemos modificado las siguientes páginas de estilos css para ajustar los colores y los tamaños a nuestro gusto y sobre todo a la imagen corporativa de la empresa que utiliza los colores verdes.

- commerce_kickstart_style.css
- commerce-kickstart-theme-alpha-default.css
- global.css

Se le ha querido dar énfasis a la empresa y a su forma de trabajar artesanal pero sin dejar atrás sus productos, remarcando el diseño y el estilo de los mismos. Por eso se ha optado por un diseño minimalista, limpio de líneas sencillas pero elegantes, mezclando distintos verdes con el blanco y utilizando el azul para resaltar cosas destacadas como puede ser el carrito de la compra.

Para el logotipo y los banners del *slideshow* se ha utilizado la fuente [Arista 2.0](#) que le da ese toque elegante pero con estilo que buscamos.



Imagen 18: Logotipo empresa

Versión móvil

Drupal y el tema utilizado son adaptables automáticamente para verse correctamente en distintas resoluciones y en distintos dispositivos por lo que no ha hecho falta realizar ningún ajuste adicional para conseguir el resultado deseado. A continuación podemos ver como se ve la página web si accedemos desde un dispositivo móvil.

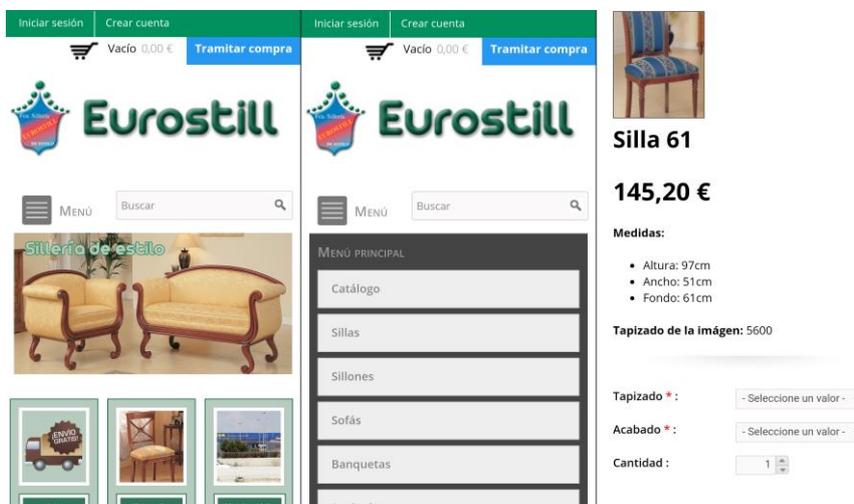


Imagen 19: Capturas versión móvil

3.4.2. Tipos de contenidos

Son las estructuras que definen los distintos tipos de contenidos que tiene la página: un producto, una noticia, un anuncio, etc. Cada tipo tiene sus propios campos usados para almacenar información adicional o categorizar el contenido. Así mismo se puede configurar la presentación de cada tipo de contenido que tendrá en diferentes apartados de la web, por ejemplo un producto se verá distinto en la lista de una categoría que en el carrito de la compra.

Crear nuevo contenido para la empresa es muy simple, ya que desde el panel de administración solo hay que ir al apartado de Productos → Añadir un producto en caso de querer añadir un producto.

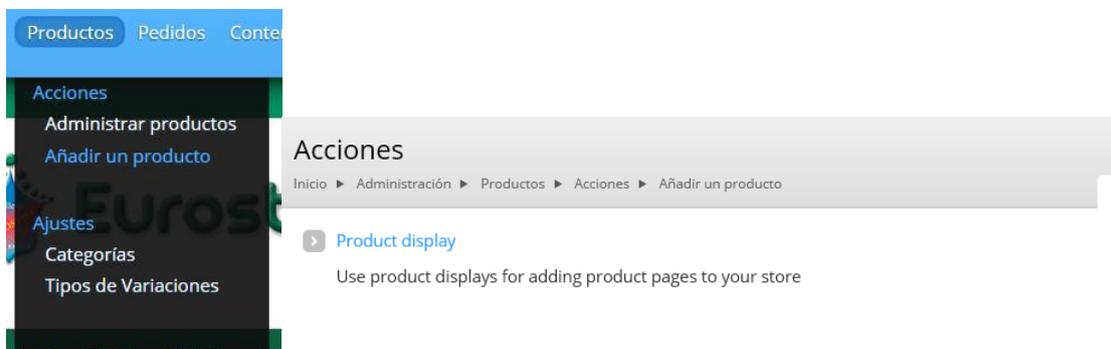


Imagen 20: Menú añadir un producto

O Contenido → Agregar contenido, en caso de querer agregar cualquier otro tipo de contenido como artículos del blog o anuncios.

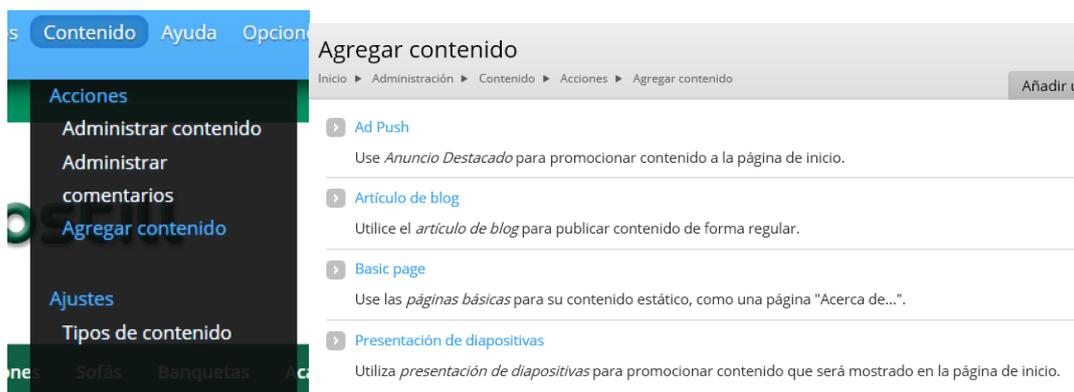


Imagen 21: Menú agregar contenido

Una vez seleccionado el tipo de contenido que se desea agregar, es tan simple como rellenar un formulario con los campos requeridos para cada tipo, como se muestra en la siguiente imagen de ejemplo para la creación de un producto.

Crear Product display

Inicio ► Agregar contenido ► Product display

Title *

Body

Formato de texto Filtered HTML [Más información sobre los formatos de texto ?](#)

- Las direcciones de las páginas web y las de correo se convierten en enlaces automáticamente.
- Etiquetas HTML permitidas: <a> <cite> <blockquote> <code> <dl> <dt> <dd>

- Salto automático de líneas y de párrafos.

Añadir nuevo producto

Detalles

Código SKU *

Proporcione un identificador único usando letras, números, guiones y guiones bajos. Las comas no se deben utilizar.

Price * EUR **Incluir impuesto en este precio**

Saving prices tax inclusive will bypass later calculations for the specified tax.

Estado * Activo Desactivado

Images

Añadir archivo nuevo

No se ha seleccionado ningún archivo.

Los archivos deben ser menores que 8 MB.
Tipos de archivo permitidos: png gif jpg jpeg.

Catálogo de productos

| | |
|---|---|
| Opciones del menú No está en un menú | Product category <input type="text" value="- Ninguno -"/> |
| Información de la revisión Sin revisión | Colección <input type="text" value="- Ninguno -"/> |
| Opciones de ruta URL Alias automático | |
| Opciones de comentarios Abierta | |
| Información de autoría Por admin | |
| Opciones de publicación Publicado | |

Imagen 22: Formulario añadir producto

Product display

Se trata del contenido principal de nuestra página, consiste en los productos que se va a mostrar en la tienda, no ha sido necesario crear otros tipos ya que los productos que fabrica la empresa todos tienen los mismos atributos y no necesitan campos adicionales, por lo que usando taxonomías hemos podido clasificarlos en categorías.

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|------------------------|------------------------|---|--------------------------------------|-----------------|
| + Title | title_field | Texto | Campo de texto | editar eliminar |
| + Opciones de ruta URL | path | Elementos de formulario del módulo Path | | |
| + Body | body | Texto largo y resumen | Área de texto con un resumen | editar eliminar |
| + Product category | field_product_category | Referencia a término | Lista desplegable | editar eliminar |
| + Product | field_product | Referencia de producto | Inline entity form - Multiple values | editar eliminar |
| + Colección | field_colecti_n | Referencia a término | Lista desplegable | editar eliminar |

Imagen 23: Campos estructura Product display

Product

Se utiliza para crear variaciones en un producto, se tratan de un mismo producto pero con cambios de color, fotos u otros atributos y potencialmente un precio distinto, aunque en nuestro caso las variaciones podrían resultar útiles, al contar con solo una foto por cada producto y una cantidad de combinaciones de acabado de la madera y tapizado demasiado grande hemos decidido crear un tipo de producto personalizable por el usuario. Por lo que en el fondo tenemos productos únicos que el usuario puede personalizar eligiendo el acabado y el tapizado deseado.

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|---------------------------|-------------------|------------------------------------|-------------------|-----------------|
| + Referencia del producto | sku | Product module SKU form element | | |
| + Title | title_field | Texto | Campo de texto | editar eliminar |
| + Price | commerce_price | Precio | Precio con moneda | editar eliminar |
| + Estado | status | Product module status form element | | |
| + Images | field_images | Imagen | Imagen | editar eliminar |

Imagen 24: Campos estructura Product

Cómo se puede ver en las imágenes, en los campos de *Product display* hace referencia a *Product* ya que un *Product display* puede tener muchos *Product* distintos creándose las variaciones de un mismo producto como hemos explicado anteriormente. Ahí es donde se categorizan los productos pudiendo elegir una categoría y una colección, Mientras que en los campos de *Product* es donde se encuentran los atributos del producto, como las fotos, el precio, etc.

En la siguiente imagen podemos ver como es la visualización predeterminada para un producto. La configuración de presentación de un producto varía dependiendo del lugar en el que se muestre, no es lo mismo mostrar el producto en el listado de una categoría que en el carrito de la compra.

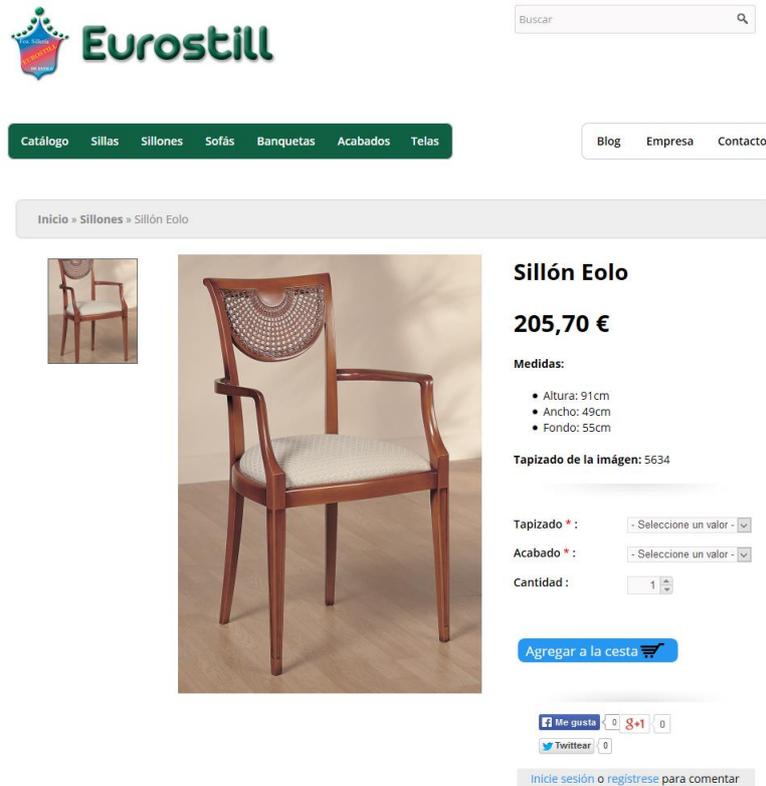


Imagen 25: Implementacion ficha producto

Como se observa dentro del producto podemos ver una galería de imágenes, así como el título, el precio, una descripción y unos selectores para personalizar el mismo eligiendo el tapizado y el acabado.

Basic page

Son las páginas básicas que se utilizan para secciones como la que contiene información sobre la empresa o los términos de uso, es muy simple y solo incluye un campo para el título y otro para el cuerpo que consiste en un campo de texto que permite el uso de etiquetas html.

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|------------------------|-------------------|---|------------------------------|---|
| + Title | title | Elemento del módulo Node | | replace |
| + Opciones de ruta URL | path | Elementos de formulario del módulo Path | | |
| + Body | body | Texto largo y resumen | Área de texto con un resumen | editar eliminar |

Imagen 26: Campos estructura Basic page

En la siguiente imagen tenemos como ejemplo cómo ha quedado la página con información sobre la empresa, en la que se ha utilizado etiquetas html para introducir los títulos y las imágenes.

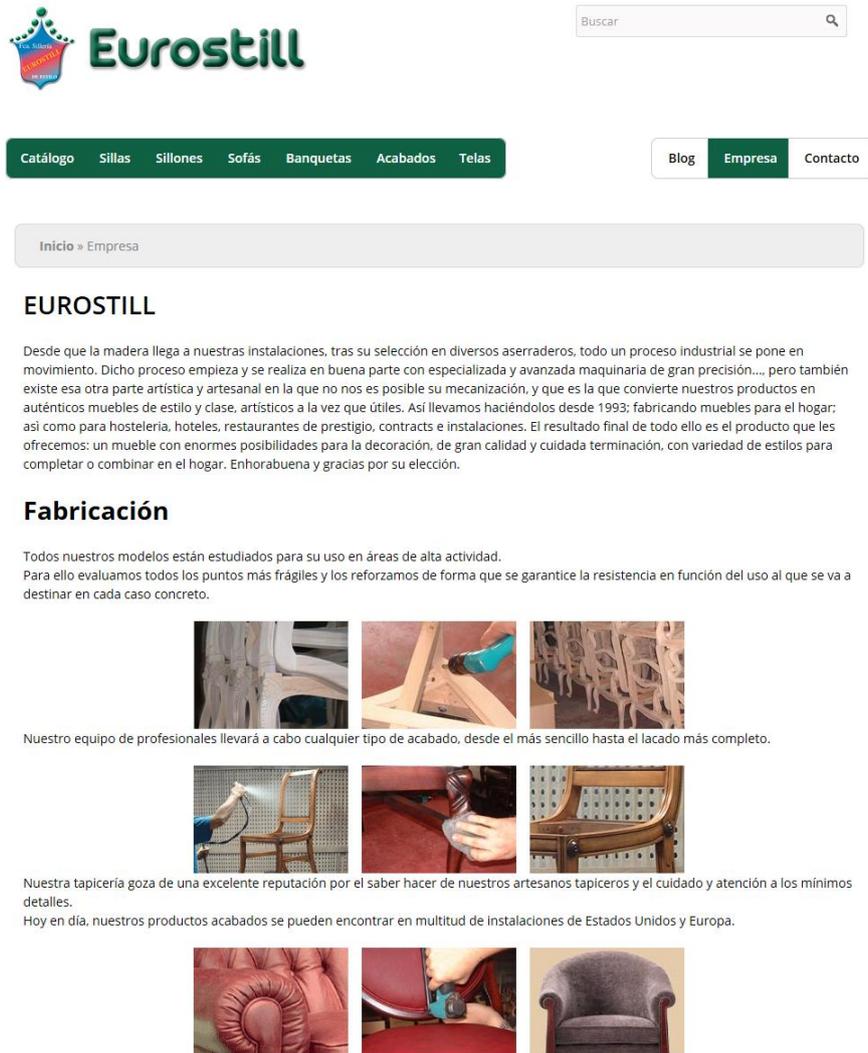


Imagen 27: Implementación página sobre la empresa

Artículo de blog

Estructura que define el contenido para las noticias del blog. Es un poco más compleja que la Basic page ya que incluye imágenes y dos campos de referencia a términos que permiten categorizar las noticias.

Diseño e implementación de una tienda online con el CMS Drupal

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|------------------------|---------------------|---|---|-----------------|
| + Title | title_field | Texto | Campo de texto | editar eliminar |
| + Description | body | Texto largo y resumen | Área de texto con un resumen | editar eliminar |
| + Image | field_image | Imagen | Imagen | editar eliminar |
| + Category | field_blog_category | Referencia a término | Control de autocompletar término (etiquetado) | editar eliminar |
| + Tags | field_tags | Referencia a término | Control de autocompletar término (etiquetado) | editar eliminar |
| + Opciones de ruta URL | path | Elementos de formulario del módulo Path | | |

Imagen 28: Campos estructura artículo de blog

Podemos ver en la siguiente imagen una entrada del blog de ejemplo y cómo es su visualización en la página web.

Inicio » Noticias » El mueble valenciano minimiza el impacto de Ikea y apuesta por fabricar también complementos o decoración

EL MUEBLE VALENCIANO MINIMIZA EL IMPACTO DE IKEA Y APUESTA POR FABRICAR TAMBIÉN COMPLEMENTOS O DECORACIÓN

CATEGORÍAS
Noticias

POR ASDSADDAD, 08/28/2015 - 13:19



El sector del mueble valenciano, cerca de ocho meses después de la apertura en Alfafar (Valencia) de la primera tienda de Ikea en la Comunitat, minimiza el impacto de la llegada de la multinacional, que considera "competencia más de complemento, de hogar, de textil, de iluminación, que lo que se entiende como mueble principal".

Así lo ha indicado el presidente de la Federación Empresarial de la Madera y Mueble de la Comunidad Valenciana (Fevama), Vicente Folgado, que ha destacado que "hay fabricantes de muebles valencianos que además fabricar mueble específicamente, están fabricando también complemento o decoración", en línea con el negocio del gigante sueco.

En declaraciones a los periodistas este lunes con motivo de la inauguración de las ferias Habitat y Cevísama, ha indicado que el "temor que había de que fuese un competidor agresivo" para el mueble ha dado paso a considerarlo "un competidor más".

"Ikea no vende comedores, no vende 'boiseries', no vende dormitorios principales, sino que está vendiendo sobre todo complemento", ha apuntado Folgado, quien ha destacado que "ese temor de que fuese una amenaza tan grande parece que no es así".

"NUEVOS MERCADOS Y NUEVAS POSIBILIDADES"

De cara al futuro, por un lado, apuesta por "fabricar otra vez el estilo de mueble" que caracteriza al sector y le diferencia de Ikea y, por otro lado, por buscar "nuevos mercados y nuevas posibilidades" para las empresas de mueble contemporáneo y moderno.

Folgado ha constatado, en este sentido, que "las empresas valencianas de mueble están abriendo mercado y abriendo posibilidades de producto", como nuevos "valores añadidos" a su producto principal.

Fuente: [Valenciaplaza](#)

Category: [Noticias](#)

Imagen 29: Implementación artículo de blog

Presentación de diapositivas

Es el tipo de contenido que aparece en la presentación de diapositivas o *slideshow* que hay en la página principal. Básicamente consta de una imagen y un enlace, así como de unos textos que aparecen en la parte inferior del bloque de *slideshow*.

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|------------------------|-------------------|---|----------------|-----------------|
| + Title | title_field | Texto | Campo de texto | editar eliminar |
| + Headline | field_headline | Texto | Campo de texto | editar eliminar |
| + Tagline | field_tagline | Texto | Campo de texto | editar eliminar |
| + Image | field_image | Imagen | Imagen | editar eliminar |
| + Link | field_link | Enlace | Enlace | editar eliminar |
| + Opciones de ruta URL | path | Elementos de formulario del módulo Path | | |

Imagen 30: Campos estructura Presentación de diapositivas

El bloque que muestra el tipo de contenido se visualiza en la página web debajo del menú principal de la siguiente manera.



Imagen 31: Implementación slideshow

Ad Push

Son los bloques de anuncios que aparecen en la parte inferior de la presentación de diapositivas. Constan de una imagen, un enlace y un texto que aparece sobre la imagen del anuncio.

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|------------------------|-------------------|---|----------------|-----------------|
| + Title | title_field | Texto | Campo de texto | editar eliminar |
| + Tagline | field_tagline | Texto | Campo de texto | editar eliminar |
| + Image | field_image | Imagen | Imagen | editar eliminar |
| + Link | field_link | Enlace | Enlace | editar eliminar |
| + Opciones de ruta URL | path | Elementos de formulario del módulo Path | | |

Imagen 32: Campos estructura Ad push

Los bloques que contienen los *Ad Push* se visualizan como se puede ver en la siguiente imagen, estos se encuentra debajo del *slideshow*.



Imagen 33: Implementación bloques Ad push

3.4.3. Taxonomías

Las taxonomías consisten en vocabularios de términos, utilizados principalmente para categorizar. Estos términos a su vez pueden tener distintos campos para almacenar información, como pueden ser imágenes, texto, valores numéricos, etc.

Product category

Se trata del vocabulario que contiene los términos de las diferentes categorías de productos que va a tener nuestra tienda online, en nuestro caso contiene solo los siguientes términos:

- Banquetas
- Sillas
- Sillones
- Sofás

Contiene los siguientes campos de información:

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|------------------------|-------------------|---|------------------------|---|
| + Nombre | name | Campo de texto del nombre del término | | replace |
| + Descripción | description | Área de texto de la descripción del término | | replace |
| + Opciones de ruta URL | path | Elementos de formulario del módulo Path | | |
| + Image | field_imagecab | Imagen | Imagen | editar eliminar |

Imagen 34: Campos taxonomía Product category

Y como resulta evidente sirve para categorizar los productos.

Colección

Es un vocabulario que hemos añadido para permitir la creación de colecciones de productos como una segunda categoría de agrupación dentro de las categorías. Actualmente solo cuenta con el término “Despacho” que agrupa varios sillones de despacho giratorios, pero se trata de un vocabulario que puede resultar útil a la empresa en un futuro si necesita crear colecciones de productos que no sean necesariamente agrupadas por las categorías de los productos.

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|------------------------|-------------------|---|---------|-------------------------|
| + Nombre | name | Campo de texto del nombre del término | | replace |
| + Descripción | description | Área de texto de la descripción del término | | replace |
| + Opciones de ruta URL | path | Elementos de formulario del módulo Path | | |

Imagen 35: Campos taxonomía Colección

Tapizados

En esta taxonomía se definen las distintas telas que luego se va a utilizar como referencia en los tipos de línea de producto para que el usuario pueda personalizar a su gusto el mismo. Incluye un campo de imagen para que se pueda subir una foto de la tela y luego se pueda ver a modo de catálogo de telas creando una vista para la taxonomía, y también un campo de precio ya que determinadas telas incrementan el precio del producto.

Los nombres de los términos de esta taxonomía son las referencias de las telas, se ha decidido incluir el incremento de precio que supone seleccionar cierta tela en el título para que el usuario cuando seleccione en la lista desplegable la tela sepa lo que se va a incrementar el precio del producto.

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|------------------------|-------------------|---|--|---|
| + Nombre | name | Campo de texto del nombre del término | | replace |
| + Descripción | description | Área de texto de la descripción del término | | replace |
| + Opciones de ruta URL | path | Elementos de formulario del módulo Path | | |
| + Tapizado | field_tapizado | Imagen | Imagen | editar eliminar |
| + Precio | field_precio | Precio | Campo de texto de precio | editar eliminar |

Imagen 36: Campos taxonomía Tapizado

Acabados

Se trata de una taxonomía completamente análoga a la de tapizado pero sus términos se tratan de los distintos acabados que puede tener la madera. Con la diferencia de que no hay un campo para el precio ya que los distintos acabado valen todos lo mismo para el producto final y no suponen ningún incremento para el mismo.

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|------------------------|-------------------|---|------------------------|---|
| + Nombre | name | Campo de texto del nombre del término | | replace |
| + Descripción | description | Área de texto de la descripción del término | | replace |
| + Opciones de ruta URL | path | Elementos de formulario del módulo Path | | |
| + Acabado | field_acabado | Imagen | Imagen | editar eliminar |

Imagen 37: Campos taxonomía Acabados

Blog category

Vocabulario con las distintas categorías de noticias que puede tener el blog, se usa para categorizar las noticias e incluye los campos básicos para los términos del mismo.

Cuenta con los siguientes términos:

- Empresa
- Eventos
- Noticias
- Productos

Las categorías para el blog se generan dinámicamente ya que al crear una nueva entrada el campo de categoría es del tipo autocompletado por lo que permite crear nuevos términos en caso de que no exista.

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|------------------------|-------------------|---|---------|-------------------------|
| + Nombre | name | Campo de texto del nombre del término | | replace |
| + Descripción | description | Área de texto de la descripción del término | | replace |
| + Opciones de ruta URL | path | Elementos de formulario del módulo Path | | |

Imagen 38: Campos taxonomía Blog category

3.4.4. Módulos

Los módulos permiten extender y personalizar la funcionalidad de Drupal. Las instalaciones de Drupal llevan incluidos una gran cantidad de módulos y muchos de ellos en funcionamiento por lo que en esta sección nos vamos a centrar solo en aquellos que hemos usado para el propósito de la tienda online y los que hemos necesitado instalar para añadir funcionalidades requeridas para nuestro caso.

Drupal Commerce

Se trata del módulo en el que se basa todo nuestro proyecto de creación de una tienda online. Incluye todas las características necesarias para montar una tienda como son:

- Creación de tipos de productos con atributos personalizados.
- Vistas dinámicas de productos.
- Gestor de pedidos.

- API para métodos de pago.
- Cálculo de tasas.
- Reglas para descuentos.

Y más funcionalidad adicional que proporcionan otros módulos como son PayPal, Commerce Shipping, Commerce Stock, etc.

Por lo que se puede decir que este compendio de módulos son la base con la que hemos empezado a trabajar y en la que se basa la tienda online.

Commerce Customizable Products

Para conseguir un único producto por modelo que sea personalizable por el usuario, eligiendo los parámetros del mismo como el tapizado y el acabado, hemos tenido que utilizar el módulo *Commerce Customizable Products*, para ello nos hemos ayudado del siguiente tutorial:

<https://drupalcommerce.org/videos/tutorials/customizable-products-pizza-store>

Una vez activado el módulo el primero paso que se ha realizado ha sido añadir unos campos en la sección de administración dentro de opciones de la tienda llamada *line items types* o tipos de líneas de pedido. Estas líneas representan cualquier cosa de un pedido que afecte al total del mismo, y definen como estos ítems interactúan con el formulario de añadir al carrito, por lo que para conseguir el resultado deseado hemos añadido dos campos de referencia a términos de taxonomía, previamente creados y explicados en el apartado anterior, para seleccionar el tapizado y el acabado como se puede ver en la parte inferior de la imagen.

| Etiqueta | Nombre de sistema | Tipo de campo | Control | Operaciones |
|----------------------------------|-----------------------|---|---------------------------------|-----------------|
| + Etiqueta de la línea de pedido | label | Elemento de formulario de etiqueta del módulo de líneas de pedido | | |
| + Cantidad | quantity | Elemento de formulario de cantidad del módulo de líneas de pedido | | |
| + Unit price | commerce_unit_price | Precio | Precio con moneda | editar eliminar |
| + Display path | commerce_display_path | Texto | Campo de texto | editar eliminar |
| + Product | commerce_product | Referencia de producto | Campo de texto de autocompletar | editar eliminar |
| + Total | commerce_total | Precio | Precio con moneda | editar eliminar |
| + Tapizado | field_tapizadosel | Referencia a término | Lista desplegable | editar eliminar |
| + Acabado | field_acabadosel | Referencia a término | Lista desplegable | editar eliminar |

Imagen 39: Line item types product

Una vez hecho esto hemos creado una regla para que el precio se incremente cuando se seleccione alguno de los tapizados que llevan un incremento de precio. Para ello desde el menú de administración hemos ido a Opciones de tienda → Reglas de precios, y hemos creado una nueva regla con los siguiente parámetros.

Editing reaction rule "Precio Tapizados" ✕

Inicio ▶ Administración ▶ Opciones de tienda ▶ Configuración avanzada de la tienda ▶ Reglas de precios ▶ Editing reaction rule "Precio Tapizados"

Events

| Event | Operations |
|--|--------------------------|
| Calculando el precio de venta de un producto | eliminar |
| + Agregar evento | |

Condiciones [Mostrar pesos de la fila](#)

| Elementos | Operaciones |
|--|---|
| + La entidad tiene el campo <small>Parámetro: Entidad: [commerce-line-item], Campo: field_tapizadosel</small> | editar eliminar |
| + Añadir condition + Añadir or + Añadir and | |

Acciones [Mostrar pesos de la fila](#)

| Elementos | Operaciones |
|---|--|
| + Sumar una cantidad al precio unitario <small>Parámetro: Línea de pedido: [commerce-line-item], Cantidad: [commerce-line-item:field..., Tipo de componente del precio: Tapizado</small> | editar eliminar |
| + Añadir action + Añadir loop | |

Imagen 40: Regla de precios Precio Tapizados

La regla funciona de la siguiente manera: Cuando un producto que se añade al carrito tiene seleccionado algún término de la taxonomía de tapizados, se le suma la cantidad que indica el campo de precio del término de la taxonomía al precio unitario del producto. En la siguiente imagen podemos comprobar como el precio del tapizado ha sumado 15 euros al precio del producto y como queda reflejado en la cesta de la compra.

CESTA DE LA COMPRA

| | PERSONALIZACIÓN | PRECIO | CANTIDAD | ELIMINAR | TOTAL |
|---|----------------------|----------|--------------------------------|--------------------------|----------|
| Código SKU: N61 145,20 € Estado: Activo Ver producto | 5628 (+15€) Caoba | 160,20 € | <input type="text" value="1"/> | Eliminar | 160,20 € |

| | |
|--------------------|-----------------|
| Subtotal | 120,00 € |
| Tapizado | 15,00 € |
| IVA 21% | 25,20 € |
| Order total | 160,20 € |

[Actualizar cesta](#) [Tramitar compra](#)

Imagen 41: Implementación cesta de la compra

Contact

Este módulo nos ha servido para crear un formulario de contacto que aparece cuando entramos en la sección de menú “Contacto”.

Como el módulo solo incluye un formulario, hemos tenido que añadir un bloque para incluir información complementaria así como un mapa de la localización de la empresa y que luego aparezca este bloque en la propia página de contacto. Más adelante se explicará con más detalle cómo se ha creado y configurado el bloque.

En la siguiente imagen podemos ver cómo ha quedado la página de contacto.

Eurostill

Buscar

Catálogo Sillas Sillones Sofás Banquetas Acabados Telas Blog Empresa **Contacto**

Inicio » Contacto

CONTACTO

Información de contacto
Teléfono: (+34) 96 XXXXXXX
Fax: (+34) 96 XXXXXXX
e-mail: eurostill@eurostill.com

Localización

Formulario de contacto

Su nombre *

Su dirección de correo electrónico *

Asunto *

Mensaje *

Enviar mensaje

Imagen 42: Implementación página contacto

Commerce Free Shipping

Con este módulo se ha conseguido añadir una oferta que consiste en ofrecer los gastos de envío gratis al superar cierta cantidad de dinero gastado en la tienda.

Una vez instalado nos aparece una nueva sección en el menú de administración dentro de las opciones de la tienda. Previamente hay que tener configuradas correctamente las distintas opciones de envío de que disponemos, en nuestro caso disponemos de un envío ordinario y otro *express*.

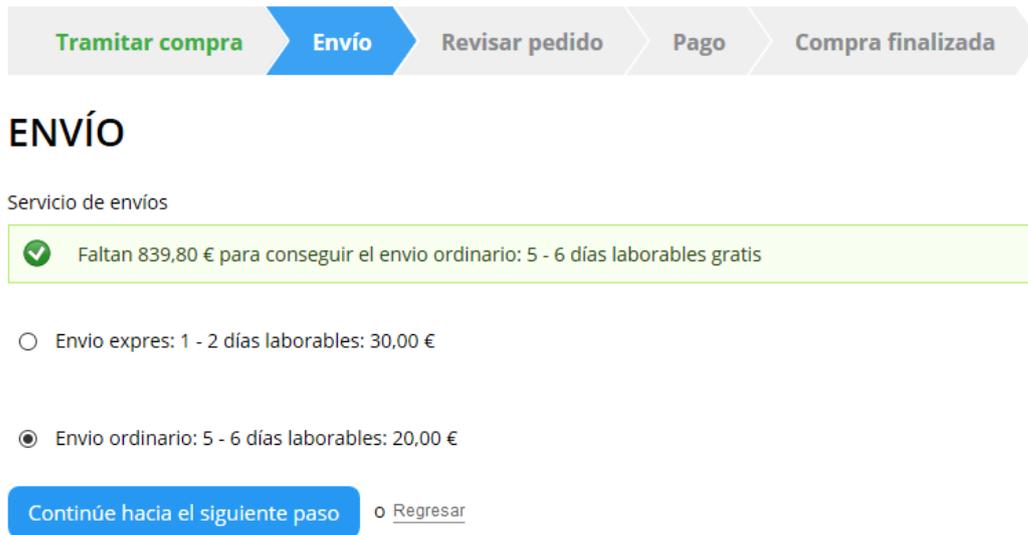
La idea es ofrecer el envío ordinario de forma gratuita cuando los usuarios añadan productos por el valor de más de 1000 euros en el carrito, para ello entramos en la configuración del módulo y lo configuramos de la siguiente manera:

The screenshot shows the configuration page for the 'Servicio : envio_ordinario' module. It is divided into several sections:

- Servicio : envio_ordinario - ✓**
 - Uncheck and save to disable free shipping.
 - Price threshold**
 - Price threshold to obtain free shipping ***
1000.00
 - Moneda**
EUR - Euro
 - Exclude line item(s) of type(s) from the order total calcul**
Dropdown menu with options: Descuento fijo, Producto con descuento, Producto, and Envío (selected).
 - Exclude line item(s) that reference product of type(s) from the order total calcul**
Dropdown menu with option: Product.
- Message if price threshold condition failed - ✓**
 - Display a message when the user don't get free shipping price because the order amount is below the price threshol
 - Message to display on the checkout shipping service panes when the customer doesn't obtain the free s**
Faltan %rate para conseguir el envio ordinario: 5 - 6 días laborables gratis
 - Allowed markup: 'b', 'strong', 'i', 'u', 'em', 'a'
- Additional conditions with rules - ✗**
 - Enable/Disable additional condition with rules.
 - These conditions are evaluated only if the free shipping price limit condition are evaluated to TRUE

Imagen 43: Configuración Commerce Free Shipping

Si simulamos una situación de compra, podemos comprobar cuando llegamos al paso de seleccionar el método de envío que nos avisa del dinero que falta para conseguir la oferta en caso de tener productos por menos de 1000 euros en el carro de la compra.



Tramitar compra **Envío** Revisar pedido Pago Compra finalizada

ENVÍO

Servicio de envíos

Faltan 839,80 € para conseguir el envío ordinario: 5 - 6 días laborables gratis

Envío expres: 1 - 2 días laborables: 30,00 €

Envío ordinario: 5 - 6 días laborables: 20,00 €

[Continúe hacia el siguiente paso](#) o [Regresar](#)

Imagen 44: Simulación compra

O en el caso contrario de tener productos por más de 1000 euros te sale un aviso y se puede observar como el envío ordinario aparece como gratuito.



Tramitar compra **Envío** Revisar pedido Pago Compra finalizada

ENVÍO

Servicio de envíos

¡Has conseguido el envío ordinario: 5 - 6 días laborables gratis, porque tu pedido ha superado los 1 000,00 €!

Envío expres: 1 - 2 días laborables: 30,00 €

Envío ordinario: 5 - 6 días laborables: 0,00 €

[Continúe hacia el siguiente paso](#) o [Regresar](#)

Imagen 45: Simulación compra con envío gratis

Backup and Migrate

Módulo imprescindible para el desarrollo de una página web que permite crear copias de seguridad durante el desarrollo de la misma y restaurarlas en caso de necesidad.

3.4.5. Menús

Los menús en Drupal consisten en una serie de enlaces que se pueden configurar de forma muy sencilla mediante el panel de administración. Cada menú se integra en un bloque correspondiente para luego facilitar la colocación de los mismos en el lugar deseado de la página principal.

A continuación describiremos los menús que se han creado en nuestra página.

Menú de usuario

Se encuentra situado en la parte superior de la página y es flotante por lo que aunque hagamos *scroll* hacia abajo siempre estará a la vista. Solo cuenta con dos enlaces: uno para iniciar sesión y otro para crear una cuenta.



Imagen 46: Menú de usuario sin iniciar sesión

Y en el caso de estar identificado aparecen como mi cuenta y cerrar sesión respectivamente.



Imagen 47: Menú de usuario con sesión iniciada

Menú principal

Menú que se encuentra debajo del logotipo de la página web y alineado a la izquierda, cuenta con las categorías de productos que ofrece la tienda, así como los catálogos de acabado y telas que hay para personalizar el producto.



Imagen 48: Menú principal

Menú secundario

Está situado a la altura del menú principal pero alineado a la izquierda, contiene los enlaces relacionados con la empresa, contacto y blog.



Imagen 49: Menú secundario

Pie de página

Menú de enlaces con todo lo relacionado con la empresa, las políticas sobre servicios, seguridad, envíos y devoluciones, etc. Se encuentra al final de la página.

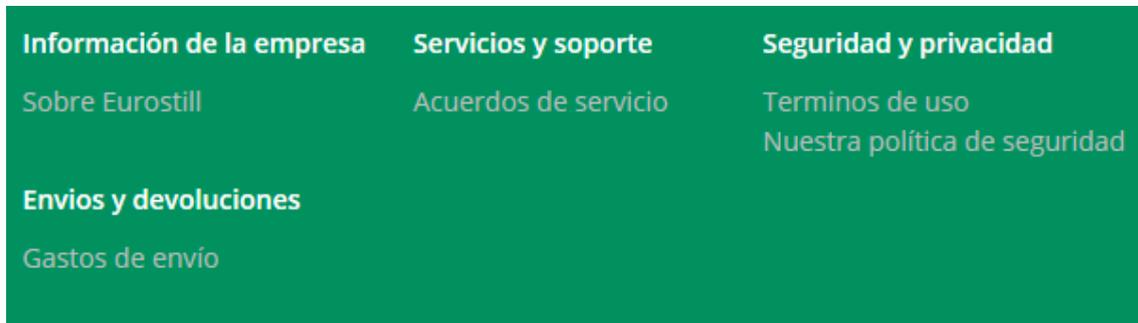


Imagen 50: Menú pie de página

Redes sociales

Este menú está situado en la zona del pie de página, alineado a la derecha, cuenta con los enlaces a las redes sociales, en nuestro caso Facebook y Twitter.



Imagen 51: Menú redes sociales

3.4.6. Vistas

Las vistas o *views* permiten en Drupal crear páginas con los elementos deseados usando filtros, organizados de una forma determinada y paginados. Seguidamente vamos a explicar las vistas que han sido modificadas o creadas y que no vienen por defecto ya creadas en Drupal Commerce.

Collection products

Se trata de la página que nos muestra los productos de una determinada categoría. En su configuración podemos ver como se filtran los productos por categoría y luego se ha realizado una relación con las colecciones para que se muestren aparte los productos de dicha colección.

The screenshot shows the configuration page for the 'Collection products (Product display)' view. The breadcrumb trail is: Inicio > Administración > Configuración del sitio > Visual & Maquetación > Vistas > Collection products (Product display). Below the breadcrumb, there is a link to 'Modificar las visualizaciones de su vista abajo o agregar nuevas visualizaciones.' The main content area is titled 'Presentaciones' and includes a 'Page' tab, a 'Block' tab, and a '+ Agregar' button. There is also a dropdown menu for 'Editar Nombre/descripción De La Vista'. The configuration is divided into several sections: 'Detalles de Page' (Nombre a mostrar: Page, clonar Page), 'TÍTULO' (Título: %1), 'FORMATO' (Formato: Lista HTML, Ajustes; Mostrar: Campos, Ajustes), 'CAMPOS' (Agregar), 'CRITERIOS DE FILTRADO' (Agregar) (Indexed Nodo: Estado (= Publicado)), 'CRITERIO DE ORDENACIÓN' (Agregar), 'OPCIONES DE PÁGINA' (Ruta: /product_category/%; Menú: Sin menú; Acceso: Ninguno; Agregar), 'ENCABEZADO' (Global: Área de vista; Agregar), 'PIE DE PÁGINA', 'PAGINADOR' (Usar paginador: Mostrar todos los elementos | Todos los elementos; Enlace 'más...': No), 'Avanzado' (Agregar), 'FILTROS CONTEXTUALES' (Indexed Nodo: Product category; Agregar), 'RELACIONES' (Indexed Nodo: Colección; Agregar), 'COMPORTAMIENTO SI NO HAY RESULTADOS' (Agregar), 'FORMULARIO EXPUESTO' (Formulario expuesto en bloque: No; Estilo del formulario expuesto: Básico, Ajustes), 'OTRO(S)' (Nombre de sistema: page; Comentario: No hay comentarios; Usar AJAX: No; Ocultar adjuntos en el resumen: No; Ocultar enlaces contextuales: No; Opciones de configuración de consulta: Ajustes; Idioma de campo: El idioma del usuario actual; Caché: Ninguno; Clase CSS: Ninguno; Tema: Información).

Imagen 52: Configuración vista Collection products

A continuación se puede ver cómo queda la vista en nuestra página web, en este caso se trata de la categoría de sillones que además tiene un par de productos dentro de la colección “Despacho”.

Sillones



Sillón 61
Desde 150,00 €



Sillón 3
Desde 190,00 €



Sillón Eolo
Desde 170,00 €



Sillón 62
Desde 160,00 €



Sillón Venecia
Desde 170,00 €



Sillón Patricia
Desde 200,00 €



Sillón Yolanda
Desde 210,00 €

DESPACHO



Sillón 26 Estilo Luis XVI (Giratorio)
Desde 200,00 €



Sillón David (Giratorio)
Desde 180,00 €

Imagen 53: Implementación listado de productos de una categoría

Tapizados

Esta vista ha sido creada para mostrar a modo de catálogo todos los términos disponibles en la taxonomía de tapizados, con su pre visualización de las fotos de las mismas. De forma análoga hay otra vista creada para la taxonomía de los acabados.

Tapizados (Término)

Inicio ► Administración ► Configuración del sitio ► Visual & Maquetación ► Vistas ► Tapizados (Término)

Modificar las visualizaciones de su vista abajo o agregar nuevas visualizaciones.

Presentaciones

Page [+ Agregar](#) Editar Nombre/descripción De La Vista ▼

▼ Detalles de Page

Nombre a mostrar: Page Vista Page ▼

| | | |
|--|---|---|
| TÍTULO Título: Tapizados | OPCIONES DE PÁGINA Ruta: /tapizados Menú: Normal: Tapizados Acceso: Permiso Ver contenido publicado | Avanzado Agregar |
| FORMATO Formato: Cuadrícula Ajustes Mostrar: Entidad representada Ajustes | ENCABEZADO Agregar | FILTROS CONTEXTUALES Agregar |
| CAMPOS El estilo o formato de fila seleccionado no utiliza campos. | PIE DE PÁGINA Agregar | RELACIONES Agregar |
| CRITERIOS DE FILTRADO Vocabulario de taxonomía: Nombre de sistema (= Tapizados) | PAGINADOR Usar paginador: Completo Paged, 12 items Enlace 'más...': No | COMPORTAMIENTO SI NO HAY RESULTADOS Agregar |
| CRITERIO DE ORDENACIÓN Agregar | | FORMULARIO EXPUESTO Formulario expuesto en bloque: No Estilo del formulario expuesto: Básico Ajustes |
| | | OTRO(S) Nombre de sistema: page Comentario: No hay comentarios Usar AJAX: No Ocultar adjuntos en el resumen: No Ocultar enlaces contextuales: No Usar agregación: No Opciones de configuración de consulta: Ajustes Idioma de campo: El idioma del usuario actual Caché: Ninguno Clase CSS: Ninguno Tema: Información |

Imagen 54: Configuración vista Tapizados

El resultado de esta vista en nuestra página web es el siguiente.

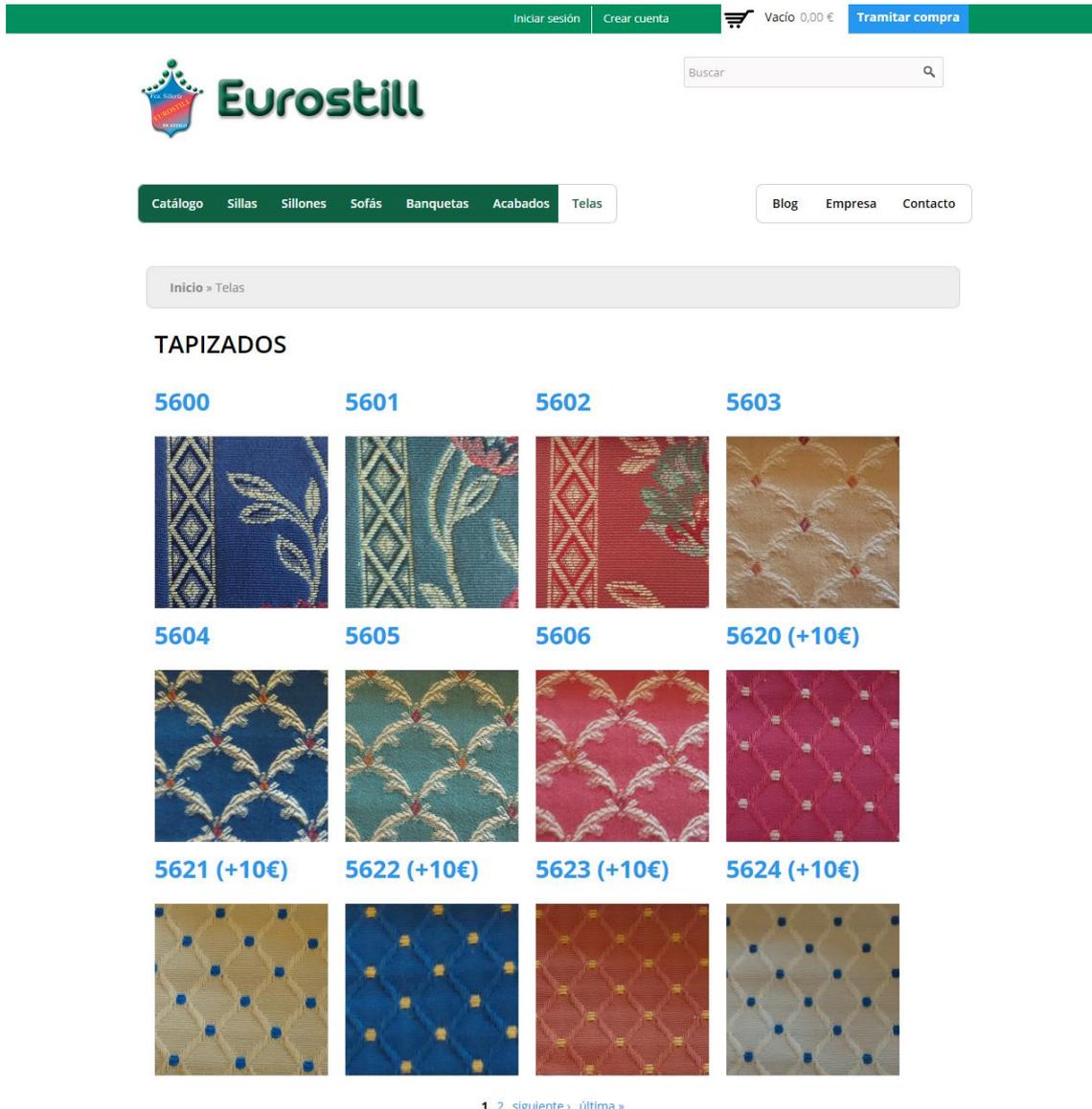


Imagen 55: Implementación listado de tapizados

3.4.7. Bloques

Y para terminar con la implementación vamos a ver los bloques. Estos son elementos que pueden contener menús o algún tipo de contenido previamente definido y se pueden colocar de forma sencilla en cualquier región que proporcione el tema instalado en Drupal, en nuestro caso el tema nos proporciona las siguientes regiones.

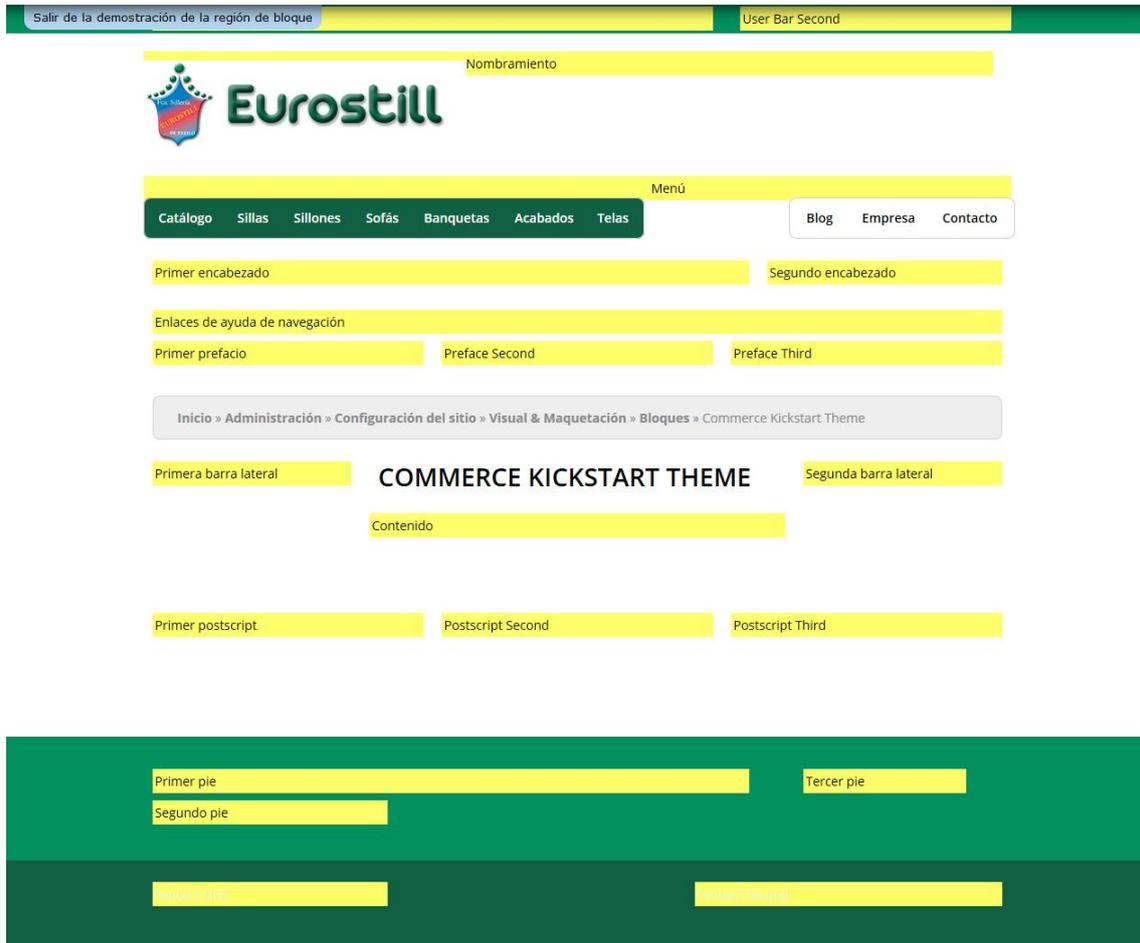


Imagen 56: Regiones del tema

Como la mayoría de los bloques ya hemos visto previamente cuál es su contenido, vamos a centrarnos en explicar cómo se ha creado y configurado el bloque que contiene la información de contacto que se ha añadido al formulario.

Información de contacto

Este bloque lo hemos creado con el propósito de añadir información al ya existente formulario de contacto que nos proporcionaba el módulo. Para ello desde el panel de administración de Drupal hemos ido a Configuración del sitio → Bloques → Añadir bloque y lo hemos configurado de la siguiente manera.

✕
Bloque 'Información de contacto'

Inicio ▶ Administración ▶ Configuración del sitio ▶ Visual & Maquetación ▶ Bloques ▶ Configurar bloque

Título del bloque

El título del bloque que ven los usuarios. Este campo admite comodines.

Descripción del bloque *

Una breve descripción de su bloque. Se usa en la [página de administración de bloques](#).

Cuerpo del bloque *

Teléfono: (+34) 96 XXXXXXX

Fax: (+34) 96 XXXXXXX

e-mail: eurostill@eurostill.com

<h2>Localización</h2>

<iframe src="https://www.google.com/maps/embed?pb=!1m18!1m12!1m3!1d3667.16078078797612d-0.411736739565747513d39.3856134127114412m3!1f012f013f013m2!1i1024!2i768!4f13.1!3m3!1m2!1s0xd604c34bf1037bf%3A0x381d2f02ca21844f12sCarrer+del+Moble%2C+4%2C+46469+Beniparrell%2C+Valencia!5e0!3m2!1sesl2sesl4v1440951218534" width="600" height="450" frameborder="0" style="border:0" allowfullscreen></iframe>

<h2>Formulario de contacto</h2>

Formato de texto Más información sobre los formatos de texto ?

- Las direcciones de las páginas web y las de correo se convierten en enlaces automáticamente.
- Salto automático de líneas y de párrafos.

El contenido del bloque tal como se muestra al usuario.

Opciones de región

Especificar en qué temas y regiones se muestra este bloque.

Commerce Kickstart Theme (tema predeterminado)

Opciones de visibilidad

Páginas
Restringido a algunas páginas

Tipos de contenido
Sin restricción

Roles
Sin restricción

Usuarios
No personalizable

Mostrar el bloque en páginas específicas

Todas las páginas excepto las que se enumeran

Sólo las páginas enumeradas

contact

Especificar páginas usando sus rutas. Escriba una ruta por línea. El carácter "*" se usa como comodín. Ejemplos de rutas son *blog* para la página de blog y *blog/** para cada blog personal. *<front>* es la página principal.

Imagen 57: Configuración bloque Información de contacto

Se puede ver que el mapa se ha conseguido cogiendo el código html que genera Google Maps para incrustarlo en una página. También es importante destacar que para que solo aparezca en la página de contacto en la parte inferior de la configuración hay que seleccionar que solo aparezca en las páginas enumeradas y escribir debajo “contact”.

4. Conclusiones

El principal motivo para la realización de este proyecto ha sido profundizar en el aprendizaje del desarrollo y diseño de páginas web, consiguiendo experiencia con el gestor de contenidos Drupal.

Para la elaboración ha sido necesario llevar a cabo una investigación previa relacionada con los gestores de contenidos y las ventajas que aportan a las necesidades de un caso como el nuestro. Una vez decidida la tecnología a usar en la implementación ha sido necesario realizar un análisis exhaustivo de la empresa, así como de sus necesidades, para luego establecer los contenidos que va a tener la página web y mediante un estudio de la arquitectura de la información distribuir los mismos de la mejor forma posible para que el sitio web sea más usable y comprensible para sus usuarios.

Esta metodología de trabajo estructurada en fases y creando una página web desde la definición y la organización de los contenidos antes de iniciar la implementación de la misma es el pilar central de nuestro proyecto y nos ha ayudado a comprobar lo importante que es seguir este método para que la creación de un sitio web sea un éxito y cumpla los requisitos de una empresa y de sus clientes. Otra conclusión a la que hemos llegado es la necesidad de realizar iteraciones en las distintas fases hasta que se consigue el resultado deseado.

También podemos destacar el aprendizaje de las tecnologías utilizadas como son PHP, CSS y MySQL, ya que a lo largo del proyecto ha sido necesario investigar y trabajar con ellas, lo que me ha permitido ampliar y obtener nuevos conocimientos sobre ellas.

En conclusión el proyecto me ha resultado interesante y provechoso. Me ha llevado mucho tiempo, pruebas y errores el conseguir ciertas cosas, algunas de ellas ha sido posible llevarlas a cabo y otras no. Han aparecido muchas dificultades durante el desarrollo del proyecto que han supuesto un desafío a la hora de resolverlas satisfactoriamente gracias a lo cual he profundizado y aprendido muchas cosas nuevas sobre el funcionamiento de Drupal. Por lo tanto podemos concluir que los objetivos del proyecto se han cumplido de manera satisfactoria.



5. Referencias bibliográficas

Alquimia. 10 razones para usar Drupal. *Alquimia*. [En línea] [Citado el: 20 de Julio de 2015.] <http://al.quimia.net/10-razones-para-usar-drupal>.

Cambra, Pedro. 2011. Módulo Views 3 para Drupal 7: Filtros, criterios de ordenación y bloques. *Cambrico*. [En línea] 17 de Octubre de 2011. [Citado el: 12 de Agosto de 2015.] <http://cambrico.net/drupal/modulo-views-3-para-drupal-7-filtros-criterios-de-ordenacion-y-bloques>.

Drupal. *Drupal*. [En línea] [Citado el: 10 de Julio de 2015.] <https://www.drupal.org/>.

Drupal Commerce. Documentation. *Drupal Commerce*. [En línea] [Citado el: 15 de Agosto de 2015.] <https://drupalcommerce.org/user-guide>.

Miller, Josh. 2012. Customizable Product with Drupal Commerce: Pizza Store . *Youtube*. [En línea] 3 de Octubre de 2012. [Citado el: 16 de Agosto de 2015.] <https://www.youtube.com/watch?v=j9KsyvQZaAY>.

—. **2012.** Customizable Products: Pizza Store. *Drupal Commerce*. [En línea] 10 de Octubre de 2012. [Citado el: 14 de Agosto de 2015.] <https://drupalcommerce.org/videos/tutorials/customizable-products-pizza-store>.

Trazada. Ventajas de utilizar un CMS. *Trazada*. [En línea] [Citado el: 28 de Julio de 2015.] <http://trazada.com/ventajas-de-utilizar-un-cms/>.

Wikipedia. 2015. Drupal. *Wikipedia*. [En línea] 18 de junio de 2015. [Citado el: 5 de agosto de 2015.] <https://es.wikipedia.org/wiki/Drupal>.

—. **2015.** Sistema de gestión de contenidos. *Wikipedia*. [En línea] 18 de Junio de 2015. [Citado el: 6 de Agosto de 2015.] https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_contenidos.

6. Siglas y abreviaturas

API: Application Programming Interface (Interfaz de programación de aplicaciones).

BBS: Bulletin Board System (Sistema de tablón de anuncios).

BD: Base de Datos.

CMS: Content Management System (Sistema de gestión de contenidos).

CSS: Cascading Style Sheets (Hoja de estilo en cascada).

CVS: Concurrent Versions System (Sistema de control de versiones).

FTP: File Transfer Protocol (Protocolo de transferencia de archivos).

GNU: GNU is Not Unix (GNU No es Unix, proyecto iniciado por Richard Stallman con el objetivo de crear un sistema operativo completamente libre).

GPL: General Public License (Licencia pública general).

HTML: HyperText Markup Language (lenguaje de marcas de hipertexto).

PHP: PHP: Hypertext Preprocessor (Lenguaje de programación de uso general de código del lado del servidor originalmente diseñado para el desarrollo web de contenido dinámico).

SQL: Structured Query Language (Lenguaje de consulta estructurado).

7. Índice de imágenes y tablas

7.1. Imágenes

| | |
|---|----|
| Imagen 1: Creación base de datos | 11 |
| Imagen 2: Instalación Drupal..... | 12 |
| Imagen 3: Instalación Drupal paso 2 | 12 |
| Imagen 4: Instalación Drupal paso 3 | 13 |
| Imagen 5: Página principal Silla Stil | 17 |
| Imagen 6: Sección catálogo Silla Stil..... | 18 |
| Imagen 7: Página principal Infinity Furniture | 19 |
| Imagen 8: Sección sillas Infinity Furniture..... | 20 |
| Imagen 9: Descripción silla Infinity Furniture | 21 |
| Imagen 10: Página principal Valencia Rattan | 22 |
| Imagen 11: Página principal Espai Mobles..... | 23 |
| Imagen 12: Descripción producto Espai Mobles | 24 |
| Imagen 13: Boceto página principal | 32 |
| Imagen 14: Boceto listado de productos | 33 |
| Imagen 15: Boceto ficha del producto | 34 |
| Imagen 16: Boceto catálogo..... | 35 |
| Imagen 17: Implementación página principal..... | 37 |
| Imagen 18: Logotipo empresa | 38 |
| Imagen 19: Capturas versión móvil..... | 38 |
| Imagen 20: Menú añadir un producto | 39 |
| Imagen 21: Menú agregar contenido..... | 39 |
| Imagen 22: Formulario añadir producto | 40 |
| Imagen 23: Campos estructura Product display | 41 |
| Imagen 24: Campos estructura Product | 41 |
| Imagen 25: Implementación ficha producto..... | 42 |
| Imagen 26: Campos estructura Basic page | 42 |
| Imagen 27: Implementación página sobre la empresa | 43 |
| Imagen 28: Campos estructura artículo de blog | 44 |
| Imagen 29: Implementación artículo de blog | 44 |
| Imagen 30: Campos estructura Presentación de diapositivas | 45 |
| Imagen 31: Implementación slideshow..... | 45 |
| Imagen 32: Campos estructura Ad push | 46 |
| Imagen 33: Implementación bloques Ad push | 46 |
| Imagen 34: Campos taxonomía Product category | 47 |
| Imagen 35: Campos taxonomía Colección | 48 |
| Imagen 36: Campos taxonomía Tapizado | 48 |
| Imagen 37: Campos taxonomía Acabados | 48 |
| Imagen 38: Campos taxonomía Blog category..... | 49 |
| Imagen 39: Line item types product | 50 |
| Imagen 40: Regla de precios Precio Tapizados..... | 51 |
| Imagen 41: Implementación cesta de la compra..... | 51 |
| Imagen 42: Implementación página contacto..... | 52 |

| | |
|---|----|
| Imagen 43: Configuración Commerce Free Shipping | 53 |
| Imagen 44: Simulación compra | 54 |
| Imagen 45: Simulación compra con envío gratis | 54 |
| Imagen 46: Menú de usuario sin iniciar sesión | 55 |
| Imagen 47: Menú de usuario con sesión iniciada | 55 |
| Imagen 48: Menú principal..... | 55 |
| Imagen 49: Menú secundario..... | 55 |
| Imagen 50: Menú pie de página..... | 56 |
| Imagen 51: Menú redes sociales | 56 |
| Imagen 52: Configuración vista Collection products | 57 |
| Imagen 53: Implementación listado de productos de una categoría | 58 |
| Imagen 54: Configuración vista Tapizados | 59 |
| Imagen 55: Implementación listado de tapizados | 60 |
| Imagen 56: Regiones del tema | 61 |
| Imagen 57: Configuración bloque Información de contacto..... | 62 |

7.2. Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Información sobre la organización | 25 |
| Tabla 2: Contenido mueble | 25 |
| Tabla 3: Contenido noticia | 26 |
| Tabla 4: Contenido usuario | 26 |
| Tabla 5: Implementación texto general..... | 27 |
| Tabla 6: Implementación mueble | 27 |
| Tabla 7: Implementación tapizado | 27 |
| Tabla 8: Implementacion acabados | 28 |
| Tabla 9: Implementacion noticia | 28 |
| Tabla 10: Card Sorting..... | 29 |
| Tabla 11: Diagrama resultados card sorting | 29 |