

Senyals que la vostra web ha deixat de créixer amb l'empresa

Noticias 24hs | 06-08-2026 | 09:58



Botiga Online

Bona part de les pàgines web que es publiquen avui parteixen d'una plantilla. És una decisió raonable: escurça terminis, abarateix el projecte i cobreix les necessitats d'una empresa que vol explicar qui és, què fa i com contactar-hi.

El problema apareix més tard, i no sempre s'anticipa. Passa quan el negoci creix i comença a demanar a la web coses que la plantilla no estava pensada per fer. En aquell moment, l'empresa es troba davant d'una decisió que hauria estat molt més barata de prendre al principi.

El senyal d'alerta

Hi ha un patró que es repeteix. Algú de l'equip dedica hores cada setmana a copiar dades d'un lloc a un altre: passar al programa de gestió les comandes que arriben per la web, actualitzar preus a mà en dos sistemes diferents, transcriure formularis a un full de càlcul.

Aquesta feina no surt a cap pressupost, però es paga cada mes en hores. I sol ser el primer indici que la web ha començat a formar part del circuit de treball sense que ningú l'hagi construïda per fer-ho. És el punt en què comença a tenir sentit plantejar-se un desenvolupament web a mida, encara que només sigui per a una part concreta del sistema.

Què vol dir "a mida"

El terme genera confusió. No significa necessàriament programar-ho tot des de zero, cosa que rarament té sentit econòmic. Significa que la funcionalitat es dissenya a partir del funcionament real de l'empresa, i no a l'inrevés.

En la pràctica es tradueix en coses molt concretes: un catàleg que reflecteix l'estoc disponible de veritat, un sistema de reserves adaptat a horaris que no encaixen en cap calendari estàndard, una àrea privada perquè cada client consulti els seus documents, o una connexió que faci que una dada introduïda un cop no s'hagi de tornar a escriure enlloc més.

El cas del comerç electrònic

Les botigues en línia són l'exemple més clar d'aquesta frontera. Una botiga amb quaranta referències estables funciona bé amb una solució estàndard. Una amb milers de productes, variants, tarifes diferents per tipus de client o estoc compartit amb una botiga física, ja no tant.

En aquests casos, el que determina si el projecte és sostenible sol ser l'arquitectura interna més que l'aparença: com s'actualitza el catàleg, qui ho fa i quant de temps hi dedica. Per això, muntar una botiga online a Girona acostuma a començar per entendre com funciona el negoci per dins, abans de parlar de com es veurà per fora.

Com saber quan cal fer el salt

No hi ha una regla universal, però sí tres preguntes útils. La primera: quantes hores al mes dedica algú de l'equip a tasques que la web podria fer sola. La segona: quantes vegades s'ha descartat una idea de negoci perquè "la web no ho permet". La tercera: si la web deixés de funcionar demà, quant es notaria.

Si les respostes són moltes, unes quantes i molt, probablement el projecte ha superat el que una plantilla pot sostenir.

Quan surt a compte i quan no

El plantejament a mida no és millor per definició. És més car d'entrada i només té sentit quan hi ha una feina repetitiva que substituir o una oportunitat que la solució actual bloqueja. Moltes empreses no arribaran mai a aquest punt, i està bé.

Per a les que hi arriben, en canvi, ajornar la decisió acostuma a sortir més car que prendre-la. Cada mes de més amb un sistema que no encaixa són hores que ningú comptabilitza i que, sumades, acaben pagant amb escriu la diferència.