

Manual para tiendas online (versión Base)



Tabla de contenido

Tabla de contenido	2
Primeros pasos: El área de administración	10
Primeros pasos: El asistente de configuración	13
Cómo ver mi sitio web	14
Qué es la caché de páginas y cómo utilizarla	15
Cómo poner en funcionamiento mi tienda online	18
Cómo utilizar la función de búsqueda en el área de administración	19
Cómo clasificar las entradas de una lista y cambiarlas de orden	20
Cómo funciona el administrador de archivos	22
Cómo comprobar qué funciones están disponibles en mi tienda online	24
Dónde consultar qué buscan los visitantes en mi sitio web	25
Cómo averiguar en qué versión del software está mi tienda	26
Cómo crear una cuenta de cliente manualmente	27
Cómo editar los datos de un cliente	28
Cómo crear tu propio dominio para tu web	29
Qué son los grupos de clientes y cómo se utilizan	30
Importar y exportar datos - resumen	33
Cómo reimportar un archivo de exportación en tu tienda	34
Qué son las URLs cortas y cómo usarlas	35
Cómo añadir fragmentos de código HTML a mi sitio web	38
¿Cómo se eliminan los clientes?	39
Primeros pasos: Cree el diseño de tu tienda	40

Cómo cambiar la plantilla de diseño de mi sitio web	43
Cómo cambiar la imagen de fondo de un área de la página	45
Cómo eliminar la imagen de fondo de un área de la página	47
Cómo cambiar el color de fondo de un área de la página	48
Cómo funciona el selector de color	49
Cómo cambiar los iconos de mi sitio web	51
Cómo diseñar el botón "Añadir a la cesta"	52
Cómo diseñar el icono de la cesta de la compra	53
Cómo cambiar el favicon de mi sitio web	54
Cómo cambiar el logotipo de mi sitio web	56
Cómo añadir el logotipo de una empresa de logística	57
Cómo añadir el logotipo de un proveedor de pago	59
Cómo añadir el logotipo de un portal de productos	61
Cómo exportar un diseño de mi sitio web	63
Cómo importar un diseño a mi sitio web	64
Cómo utilizar mi propio código CSS para diseñar mi sitio web	65
Cómo cambiar la alineación de mi sitio web	67
Cómo cambiar los tipos de letra de mi sitio web	68
Cómo cambiar la anchura de mi sitio web	72
Cómo diseñar los botones de mi sitio web	73
Cómo optimizar el sitio web para móviles y Smartphones	74
Tipografía web: qué es y cómo insertar una fuente de Google Fonts	75
Primeros pasos: Añadir productos a tu tienda online	80
Cómo añadir un producto nuevo	81

Cómo añadir un producto nuevo	82
Cómo añadir un producto individual nuevo	83
Cómo añadir un nuevo producto personalizable	84
Cómo añadir un nuevo producto descargable	87
Cómo añadir una vista previa de un producto descargable	89
Cómo hacer visible un producto	91
Cómo duplicar un producto	92
Qué son las unidades de referencia y cómo se utilizan	93
Qué son las listas de la compra y cómo las utilizan los clientes	94
Cómo añadir imágenes a un producto	95
Qué son los productos en promoción y cómo se utilizan	98
Cómo mostrar los productos en promoción en mi tienda online	99
Cómo mostrar información sobre los productos en pestañas	101
Cómo asignar un producto a una categoría	103
Cómo insertar códigos de cupón en una newsletter	105
Qué es el precio original y cómo se modifica	106
Cómo indicar el peso de un producto	108
Cómo marcar un producto como nuevo	109
Qué es el nivel de existencias/nivel mínimo de existencias y cómo utilizarlo	111
Cómo introducir la información general de un producto	114
Qué es una agrupación de productos y cómo añadir una nueva	119
Cómo añadir un nuevo producto con variantes	122
Qué son los tipos de producto y atributos y cómo puedo usarlos	127
Qué son las listas de precios y cómo puedo usarlas	134

Cómo exportar productos	136
Cómo eliminar un producto	138
Cómo crear contenido en más de un idioma	139
Cómo modificar la información de contacto	140
Cómo modificar las Condiciones generales	141
¿Cómo se edita la información relativa a la política de privacidad?	142
Cómo añadir un vídeo a una subpágina de mi sitio web	143
Cómo añadir la selección de moneda en mi sitio web	145
Cómo añadir la selección de país en mi sitio web	147
Cómo editar la página del derecho de retirada	149
Cómo crear un mapa de sitio para los visitantes de mi sitio web	150
Cómo cambiar el texto situado al lado del icono de la cesta de la compra	152
Cómo mostrar mi horario comercial en el sitio web	154
Cómo añadir un canal RSS a una subpágina de mi sitio web	158
Cómo incluir un mapa	160
Cómo editar el texto del botón "Añadir a la cesta"	162
Cómo cambiar el mensaje de cierre de mi sitio web	164
Primeros pasos: Crear categorías de productos o páginas	166
Edición del formulario de contacto	168
Primeros pasos: Añadir formas de pago	169
Cómo funcionan las formas de pago y cómo modificarlos	170
Cómo definir una cuota para un medio de pago	175
Cómo definir un descuento para un medio de pago	176
Cómo definir el valor mínimo o máximo del pedido para un medio de pago	177

Cómo limitar un medio de pago a países o regiones específicos	178
Cómo incluir un comentario o información adicional en un medio de pago	179
Cómo configurar Redsys (4B/ServiRed) en tu tienda online	180
Primeros pasos: Añadir nuevas formas de entrega	181
Cómo crear una nueva forma de entrega	183
Cómo determinar los costes de entrega	185
Cómo añadir un país a la lista de países donde realizo entregas	190
Cómo eliminar un país de la lista de países donde se realizan entregas	192
Cómo limitar una forma de entrega a países o regiones específicos	194
Cómo habilitar un método de entrega solo para determinados productos	195
Qué son las opciones de entrega y cómo se utilizan	198
Cómo definir un comentario para una forma de entrega	200
Configura SEUR como forma de entrega en tu tienda online	201
Configura MRW como forma de entrega en tu tienda online	207
Cómo cambiar mi dirección de correo electrónico	211
Cómo cambiar mi dirección postal	212
Cómo cambiar la moneda predeterminada de mi tienda online	213
Cómo cambiar el título de mi sitio web	214
Cómo añadir un nuevo idioma a mi sitio web	215
Cómo cambiar el idioma predeterminado de mi sitio web	216
Cómo eliminar un idioma	217
Cómo cambiar el idioma en el área de administración	218
Cómo cambiar el eslogan o descripción de mi sitio web	219
Cómo definir un valor mínimo del pedido general	220

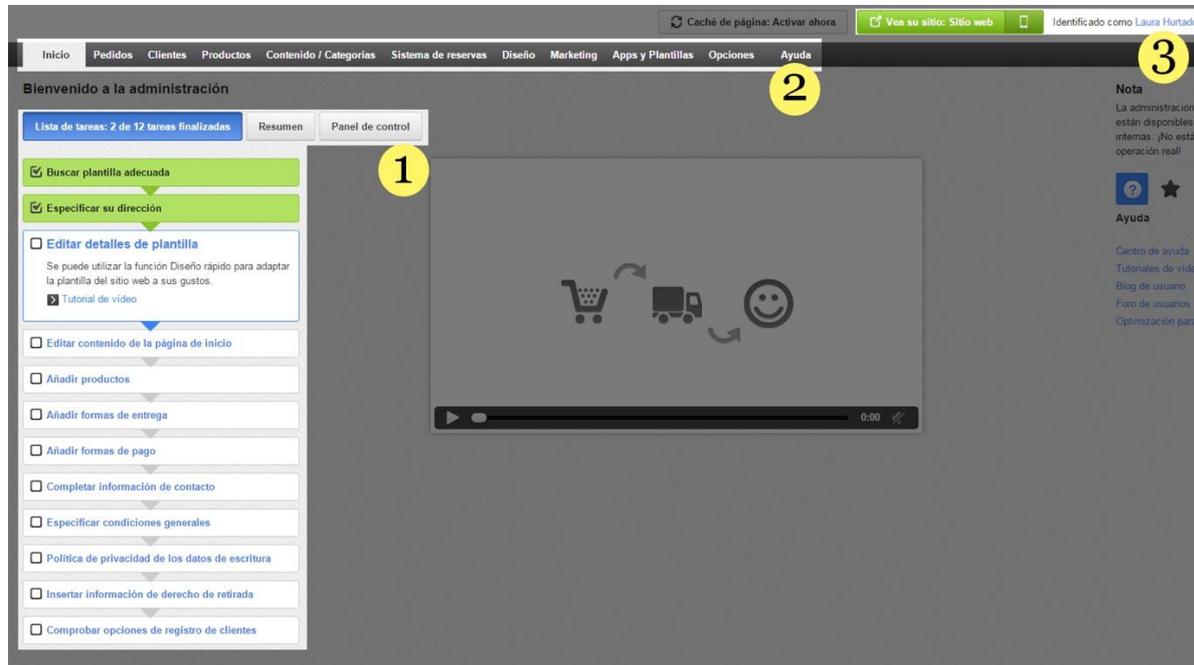
Cómo eliminar una moneda de mi tienda online	221
Cómo cerrar mi sitio web al público	222
Cómo permitir que solo los usuarios registrados puedan acceder a mi sitio web	223
Cómo añadir información del derecho de desistimiento en los correos a tus clientes	224
Cómo editar el texto que aparece durante el proceso de pedido	225
Cómo añadir una nueva moneda a mi tienda online	226
Cómo cambiar el país predeterminado para los visitantes de mi sitio web	227
Cómo editar mi horario comercial	228
Cómo determinar qué ocurre cuando un cliente añade un producto a la cesta	229
Cómo activar la casilla de confirmación al derecho de desistimiento	230
Cómo añadir y modificar las regiones de las formas de entrega y de pago	231
Cómo modificar la nota de abono que reciben mis clientes	232
Cómo modificar la factura que reciben mis clientes	234
Cómo modificar el albarán que reciben mis clientes	236
Cómo definir los tipos de impuestos para productos y servicios digitales en Europa	238
Cómo establecer el tipo de IVA que se aplica a cada producto	240
Cómo añadir facturas a los correos electrónicos que reciben los clientes de mi parte	241
¿Cómo gestiono y edito los correos electrónicos que se envían desde mi tienda?	242
Facturar con IVA o sin IVA	246
Cómo crear mi propia tienda de Facebook	248
Qué es la venta cruzada	249
Qué es la venta cruzada automática y cómo funciona	250
Qué es la venta cruzada individualizada y cómo funciona	252
Qué son los cupones y cómo se utilizan	261

Cómo añadir un botón de Facebook	265
Cómo añadir un botón de Twitter	268
Newsletters: resumen	271
Cómo crear una campaña de newsletters	272
Cómo modificar los destinatarios de una campaña de newsletters	273
Vender en eBay: resumen	275
Fácil inserción del sello de calidad de Trusted Shop	276
Cómo diseñar ofertas para eBay y utilizar plantillas	277
Cómo modificar el mensaje de correo electrónico que se envía a mis clientes de eBay	278
Cómo conectar mi tienda online con mi cuenta de eBay	279
Qué es un mapa de sitio XML y cómo se utiliza	280
Qué es el servicio Google Analytics y cómo utilizarlo	281
Qué es el servicio etracker y cómo utilizarlo	283
Qué es el servicio Google Ads y cómo utilizarlo	285
Cómo optimizo mi tienda para motores de búsqueda como Google	288
Qué hacer para que tu tienda aparezca en Google y en otros motores de búsqueda	289
Cómo vender en portales de productos	290
Consejos prácticos de SEO: el posicionamiento natural de tu tienda online	294
Primeros pasos: Gestión de pedidos	306
Cómo crear un pedido manualmente	307
Cómo exportar pedidos	308
Dónde consultar los comentarios de los clientes sobre los pedidos	309
Cómo se procesan los pedidos con productos personalizados	310
Qué es el estado de un pedido y cómo usar esta función	311

Cómo trabajar con facturas	315
¿Cómo se descargan las facturas en formato de archivo PDF?	318

Primeros pasos: El área de administración

El área de administración es la herramienta de gestión de tu tienda online, desde aquí puedes definir todas las funciones de tu tienda. Hay tres espacios principales con los que trabajar de una manera ordenada:



Pestaña de Inicio

El primero lo puedes encontrar en la pestaña de **Inicio** del menú principal. Verás tres funciones: **Lista de tareas**, **Resumen** y **Panel de control**.

La **lista de tareas** resume todo lo que debes editar para crear tu tienda. Verás que los dos primeros pasos ya los has completado antes seleccionando una plantilla y tú dirección. Para editar cada paso, selecciona el título de la tarea y te redirigirá a otra página para que puedas editar las opciones. Para volver a la lista de tareas puedes ir a **Inicio** del menú principal de arriba. Cada vez que hayas acabado una tarea, se marcará como finalizada.

Si seleccionas el botón **Resumen** verás el menú principal de tu tienda online, el cual también puedes ver arriba en un fondo gris oscuro (espacio número 2).

El **panel de control** es una herramienta interna que podrás gestionar a tu gusto, según tus intereses. Puedes añadir widgets sobre funciones, acciones de los visitantes, últimos procedimientos o estadísticas. Los widgets te proporcionan información sobre los nuevos acontecimientos en tu tienda. Por ejemplo, si se ha registrado un nuevo cliente o si las ventas han subido durante la última semana. Solo tienes que seleccionar **Añadir widgets** y escoger el que más te convenga.

El menú principal

El segundo espacio que te ofrece el área de administración es el menú principal, el cual puedes consultar también en el botón **Resumen** que aparece en **Inicio** del menú principal del área de administración. Desde el menú principal puedes acceder a editar las diferentes funciones que deberás definir para tu tienda online. Algunas aparecen en la **Lista de tareas** y son esenciales para tu tienda y otras las puedes añadir para optimizarla. Veamos todas las pestañas a las que puedes acceder:

- **Pedidos:** desde aquí puedes ver el estado de los pedidos de tus clientes y los puedes gestionar. Consulta Primeros pasos: pedidos para saber más.
- **Clientes:** desde esta pestaña puedes consultar las fichas de tus clientes, crear grupos de clientes, exportarlos o importarlos, etc. Consulta Cómo editar los datos de un cliente para saber cómo editar esta opción.
- **Productos:** desde aquí podrás gestionar todos tus productos, gestionar las diferentes maneras de presentarlos, crear promociones e importarlos o exportarlos.
- **Contenido/ categorías:** desde aquí puedes crear y editar todo el contenido de tu tienda y sus categorías. Seleccionando **Contenido/ categorías** >> **Vista previa de contenido** verás todas las páginas de tu tienda online y las podrás modificar y diseñar a tu gusto..
- **Sistema de reservas:** desde aquí puedes ofrecer servicios a través de tu tienda. Selecciona **Sistema de reservas** >> **Configurar sistema de reservas** para saber más.
- **Diseño:** desde aquí puedes editar el diseño de tu tienda online. Para el diseño general de tu tienda dirígete a **Diseño básico** y para editar los detalles más pequeños a **Diseño Avanzado**. Consulta Primeros pasos: crear el diseño de tu tienda para saber más.
- **Marketing:** en esta pestaña te damos herramientas y opciones que puedes editar o añadir en tu tienda online para optimizarla.
- **Tienda de apps y plantillas:** desde aquí puedes acceder a más tipos de plantillas y aplicaciones para tu tienda, como por ejemplo, Logaster, una herramienta para crear tú logo.
- **Opciones:** en esta pestaña tienes más funciones que puedes editar a tu gusto, como por ejemplo, el envío de mensajes automáticos cuando un cliente hace una compra o la presentación de tus productos cuando el cliente realiza una búsqueda en tu tienda.
- **Ayuda:** en esta pestaña te ofrecemos vídeo tutoriales, soporte de ayuda y otros elementos para facilitar la gestión de tu tienda online.

Visualización de tu tienda

En el espacio número tres puedes ver cómo queda tu tienda en la web seleccionando **Vea su sitio: Sitio web**. Si seleccionas el icono del teléfono móvil puedes ver como se visualiza tu tienda desde un smartphone. Y haciendo clic en tu nombre podrás modificar los datos personales que anteriormente has introducido.

Para llegar a tener un conocimiento completo de nuestro software te recomendamos que vayas “jugando” con todas las opciones que puedes modificar de tu tienda online, de esta manera te sentirás más cómodo al gestionarla.



Puede que veas ocasionalmente el símbolo de información en el área de administración de tu tienda. Pasando el curso por encima te mostrará un texto de ayuda en relación con la página o función que estés visitando.

Primeros pasos: El asistente de configuración

El asistente de configuración se inicia automáticamente la primera vez que accedes al área de administración y te ayuda a configurar las opciones más importantes de tu sitio web. Recuerde que las opciones que definas desde el asistente pueden modificarse en cualquier momento.

Si en otro momento deseas volver a iniciar el asistente de configuración, haga clic en **Opciones** y en **Reiniciar el asistente de configuración**.

Cómo ver mi sitio web

Cómo previsualizar el sitio web en un navegador

Haz clic en **Vea su sitio** en la esquina superior derecha del área de administración de tu sitio web.

Se abrirá una vista previa de tu sitio web en una pestaña nueva del navegador.

Cómo previsualizar el sitio web en un smartphone

Haz clic en el símbolo en forma de teléfono situado en la esquina superior derecha del área de administración de tu sitio web.

Podrás ver cómo se visualizará tu sitio web en smartphones normales.



El sitio web se muestra de manera estándar con el estilo seleccionado en estos momentos. Si decides ver el sitio web mientras estás usando Diseño rápido o Diseño avanzado, se mostrará con el estilo que estés editando en esos momentos.

Qué es la caché de páginas y cómo utilizarla

Qué es la caché de páginas

La velocidad de carga de tu sitio web es un factor determinante para su éxito. Por lo general, los clientes son impacientes y no les gusta tener que esperar a que el sitio web se cargue en el navegador. Si el tiempo de carga es demasiado largo, algunos clientes desaparecerán de inmediato. Además, Google y otros buscadores registran la velocidad a la que se cargan las páginas y pueden tener este factor en cuenta a la hora de posicionar tu sitio web en los resultados de búsqueda.

La caché de páginas es un modo práctico de reducir el tiempo de carga. El principio es muy sencillo: las subpáginas de tu sitio web se almacenan temporalmente en la caché de páginas. Cuando un cliente accede a una de estas páginas, lo que ve es la versión guardada en la memoria caché. De este modo, se evitan las comprobaciones en bases de datos y otro tipo de operaciones que conllevan tiempo. Y, como resultado, el cliente ve la página mucho más rápidamente.

Si tienes activada la caché de páginas en el sitio web, las subpáginas individuales de tu sitio web se almacenarán en la memoria caché a intervalos específicos (que tú decides). Por ejemplo, puedes especificar que la caché de la página principal de tu sitio web se actualice una vez al día. Si realizas un cambio en la página principal, los clientes lo verán cuando la caché de páginas se actualice automáticamente al cabo de un día o si la actualizas manualmente.

Cómo acceder a las opciones de la caché de páginas

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones generales**.
2. Haz clic en **Caché de páginas**.

Cómo activar/desactivar la caché de páginas

Utiliza la opción **Activar la caché de página y utilizar las opciones siguientes...** en la configuración de la caché de páginas y guarda los cambios.

Cómo determinar el intervalo de actualización de la caché de páginas

Puedes establecer el intervalo de actualización de los siguientes tipos de páginas:

Páginas	El guardado en caché incluye...
Página principal	La página principal de tu tienda
Categorías	Nuevas categorías, nuevas páginas, páginas como el aviso legal y las condiciones de uso, etc.
Vista detallada del producto	Productos nuevos, cambios de precio, existencias, nuevas imágenes de los productos, etc.
Vista detallada de las páginas de texto	Nuevas descripciones de los productos, textos de las categorías, etc.

Establece un período de validez con las opciones de la caché para cada tipo de página (página principal, de categorías, etc.) y guarda los cambios.

Cómo actualizar toda la caché de páginas de tu sitio web

También puedes actualizar manualmente toda la caché de páginas. Es recomendable hacerlo si has efectuado cambios a gran escala o si has añadido productos nuevos, por ejemplo.

En el área de administración de tu sitio web, haz clic en el botón **Vea su sitio**, situado en la parte superior. Se abrirá una previsualización de tu sitio en otra ventana y la caché de páginas se actualizará íntegramente.

También puedes utilizar el botón **Caché de páginas: Actualizar ahora**, si bien esta opción solo se muestra si se dan unas condiciones concretas.

Cómo establecer un intervalo óptimo

Por regla general, cuanto más dilatado sea el intervalo, más breve será el tiempo de carga para tus clientes.

Para dar con el intervalo óptimo para los diversos tipos de páginas (página principal, de categorías, etc.), piensa en la frecuencia con la que actualizas el sitio web. Por ejemplo, si cambias los precios de los productos una vez a la semana, puedes establecer el intervalo de las categorías y de la vista detallada de los productos en *1 semana*.



La caché de páginas no se aplica a la cesta de la compra ni a «Mi cuenta» porque en ambos casos los datos siempre se extraen de la base de datos.

La caché de páginas tampoco se aplica a los clientes que tienen una sesión abierta. Estos clientes siempre ven la versión más reciente de todas las páginas.

Ten en cuenta que, en el caso de las páginas de los productos, el nivel de existencias queda registrado en la memoria caché. De ahí que pueda darse la situación de que un cliente vea una versión de la página de producto guardada en la caché donde la cantidad de existencias no esté actualizada.

Se recomienda que, mientras configuras el sitio web, desactives inicialmente la caché de páginas para que todos los cambios sean visibles de inmediato.



Si has efectuado cambios en tu sitio web pero no son visibles, haz clic en el botón **Vea su sitio**, situado en la parte superior del área de administración de tu sitio web. La caché de páginas se actualizará automáticamente. También puedes utilizar el botón **Caché de páginas: Actualizar ahora**, si bien esta opción solo se visualiza si se dan unas condiciones concretas.

Cómo poner en funcionamiento mi tienda online

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones generales**.

2. Ahora haz clic en **Estado**.

3. Al lado de **El sitio web está**, marca la opción **Abierto**.

4. Guarda los cambios.

Tu tienda ya está operativa.

Cómo utilizar la función de búsqueda en el área de administración

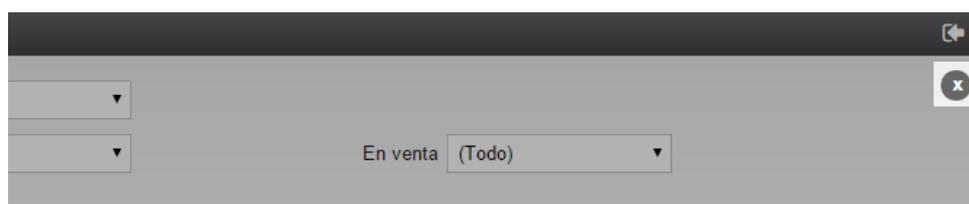
La función de búsqueda se muestra en distintos puntos del área de administración, como, por ejemplo, en el resumen de clientes y de productos. Hay una función de búsqueda rápida y otra de búsqueda avanzada.

Cómo alternar entre la búsqueda rápida y la búsqueda avanzada

Para abrir la búsqueda avanzada, haz clic en la flecha situada a la izquierda del campo de búsqueda:



Para cerrar la búsqueda avanzada, haz clic en el símbolo de cerrar.



Búsqueda avanzada

La búsqueda avanzada ofrece más campos para introducir datos y, por lo tanto, permite realizar búsquedas más precisas.

Consejos para realizar búsquedas avanzadas

- Si rellenas múltiples campos de búsqueda, solo se mostrarán los resultados que coincidan con *todos* tus criterios de búsqueda.
- Utiliza el campo de selección **Idioma** para determinar el idioma del texto que estás buscando.
- Puedes utilizar mayúsculas o minúsculas indistintamente.



Si ofreces productos con variantes que poseen el mismo nombre y precio, dichos productos se mostrarán más de una vez en los resultados de búsqueda. No obstante, se trata de meras variaciones de un mismo producto.

Cómo clasificar las entradas de una lista y cambiarlas de orden

Cómo cambiar de orden los elementos de una lista en la tienda online

Puedes cambiar el orden en el que tus clientes ven las listas de tu página web, como es el caso de los productos en promoción. Cuando la opción esté disponible, se mostrará una columna llamada **Orden de clasificación** en la tabla correspondiente.

Cómo cambiar el orden mediante la columna *Orden de clasificación*

1. En la columna **Orden de clasificación**, introduce el valor inferior que se mostrará en la posición correspondiente en la lista.
2. En la columna **Orden de clasificación**, introduce el segundo valor inferior que se mostrará en la posición correspondiente en la lista.
3. Procede de este modo hasta estar satisfecho con el orden.
4. Guarda los cambios.

Las entradas de la lista se mostrarán permanentemente en el orden deseado, tanto en el área de administración gestionada por ti como en la tienda online que ven los clientes.

Cómo modificar el orden mediante el botón **Orden de clasificación**

En algunas entradas de las listas también verás disponible el botón **Orden de clasificación** encima de la tabla correspondiente.

1. Haz clic en la parte inferior del botón **Orden de clasificación**.
2. Especifica el orden en el que deben mostrarse las entradas de la lista.

Las entradas de la lista se mostrarán permanentemente en el orden deseado, tanto en el área de administración gestionada por ti como en la tienda online que ven los clientes.

Cómo clasificar los elementos de una lista en una tabla (solo visible para ti)

Si en el área de administración te aparecen tablas con multitud de entradas (por ej.: listados de productos o clientes) puedes decidir cómo deben ordenarse.

En la cabecera de la tabla, escoge el nombre de la columna que quieres utilizar para la clasificación. Por ejemplo, en el listado de clientes, selecciona el **N.º de cliente** para visualizar la información clasificada por número de cliente:

<input type="checkbox"/> N.º de cliente ↑	Nombre ↑	Pais ↑
<input type="checkbox"/> 1035	 Doe, Jane	 Deutschland
<input type="checkbox"/> 1034	 Doe, Jane	 Deutschland
<input type="checkbox"/> 1029	 Chablis, Chablis	 Deutschland
<input type="checkbox"/> 1026	 Uzelac, Mrdjan	 Deutschland
<input type="checkbox"/> 1025	 Uzelac, Mrdjan	 Deutschland
<input type="checkbox"/> 1023 	 Bach, Hermann	 Deutschland
<input type="checkbox"/> 1020	 Leleux, Sven	 Belgique / België

Por regla general, las entradas de la lista se clasifican en orden ascendente, es decir, de la A a la Z. Para visualizar las entradas de un listado en orden descendente, haz clic de nuevo en la línea de la cabecera de la columna.

Esta clasificación solo la ves tú y no se guarda.

Cómo funciona el administrador de archivos

El administrador de archivos te permite cargar y gestionar los archivos de tu sitio web.

Para abrir el administrador de archivos, en el menú principal del área de administración, dirígete a **Contenido/Categorías** y, a continuación, haz clic en **Administrador de archivos**. El administrador de archivos también se abre automáticamente en distintos puntos del área de administración, por ejemplo cuando quieres seleccionar un logotipo o una imagen de fondo en Diseño rápido.

Cómo cargar uno o más archivos

Solo puedes cargar archivos a la carpeta **Sus archivos** y a las subcarpetas que contenga (si las hay).

1. A la izquierda, en **Carpeta**, selecciona la carpeta que te interese.
2. En la parte superior de la pantalla, haz clic en **Cargar archivos**.
3. Escoge el archivo o archivos del ordenador que deseas cargar. Para escoger varios de manera simultánea, mantén presionada la tecla CTRL.
4. Confirma la selección.

Los archivos se han cargado en la carpeta deseada y ahora ya puedes seleccionarlos.

Cómo seleccionar un archivo

1. En el lado izquierdo, haz clic en la carpeta que contiene el archivo.
2. Selecciona el archivo situado en el centro de la pantalla.
3. Haz clic en **Aplicar**.

Cómo crear una carpeta nueva

Solo puedes crear carpetas adicionales dentro de la carpeta **Sus archivos** y de las subcarpetas que contenga.

1. En el lado izquierdo, elige la **Carpeta** dentro de la cual quieres crear la carpeta nueva.
2. En el administrador de archivos, haz clic en **Nueva carpeta** que verás en la parte superior.
3. Asigna un nombre a la carpeta nueva.

La carpeta nueva se ha creado.

Cómo eliminar un archivo

Solo puedes borrar archivos guardados dentro de la carpeta **Sus archivos** y de las subcarpetas que contiene.

1. En el lado izquierdo, haz clic en la carpeta que contiene el archivo.
2. Selecciona el archivo situado en el centro de la pantalla.
3. En **Vista previa**, haz clic en el enlace **Eliminar** y confirma.

Cómo descargar un archivo

Solo puedes descargar archivos de la carpeta **Sus archivos** y de las subcarpetas que contiene.

1. En el lado izquierdo, haz clic en la carpeta que contiene el archivo.
2. Selecciona el archivo situado en el centro de la pantalla.
3. En **Vista previa**, haz clic en el enlace **Descargar**.
4. Guarda el archivo en el ordenador.

Cómo comprobar qué funciones están disponibles en mi tienda online

Según el paquete de tienda online que hayas adquirido, puede que tengas funciones y opciones limitadas. Éstas incluyen:

- Las funciones disponibles
- La cantidad de productos en la tienda online
- La cantidad de páginas que puedes crear

Comprobar los recursos y funciones de la de la tienda online

1. En el menú principal del área de administración, diríjete a **Opciones** y, a continuación, **Opciones generales**.
2. Después, selecciona **Utilización**.
3. Aquí puedes ver el nivel de utilización de los recursos de tu tienda online. Para ver información adicional, pasa el cursor por encima del icono con un signo de exclamación .

Dónde consultar qué buscan los visitantes en mi sitio web

Puedes consultar qué términos de búsqueda o palabras clave utilizan las personas que visitan tu sitio web.

Para ello, en el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Estadísticas de búsqueda**.

También puedes ver un resumen de los términos de búsqueda más frecuentes en el panel de control de la página de inicio del área de administración. Para ello, añade el widget «Términos de búsqueda más frecuentes» al panel de control.

Cómo averiguar en qué versión del software está mi tienda

Actualizamos el software de tu tienda con regularidad. En ocasiones puede resultarte conveniente saber con qué versión del software se está ejecutando tu tienda en ese momento.

Para ver el número de versión, dirígete al menú principal del área de administración de tu tienda y haz clic en **Ayuda**. En la parte inferior de la página verás la versión en la que está tu tienda.

Cómo crear una cuenta de cliente manualmente

A veces es preciso crear una cuenta de cliente manualmente. Por ejemplo, si un cliente nuevo desea realizar un pedido por teléfono, primero deberás crearle una cuenta y, después, tomarle nota del pedido.

Cómo crear una cuenta para un cliente manualmente

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Clientes** y, a continuación, haz clic en **Crear nuevo cliente**.
2. Introduce los datos de la dirección del cliente en esta página. Los campos señalados con (*) son obligatorios para completar la dirección de facturación.
3. Cuando hayas introducido la dirección, puedes gestionar otros datos como el número de cliente, el número de cuenta y los atributos del cliente en las subpáginas **Cuenta de cliente** y **Atributos**.
4. Guarda los cambios.

Se creará la cuenta de cliente y podrás introducir el pedido que te indique. Sin embargo, el cliente aún no podrá iniciar sesión en tu tienda online para gestionar sus datos. Para ello es necesario crear antes una "cuenta de usuario". Consulta el párrafo siguiente para obtener más información.

Cómo permitir que un cliente inicie sesión en tu tienda online

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Clientes** y, a continuación, haz clic en **Clientes**.
2. En la tabla, selecciona el número de cliente que deseas editar.
3. Elige **Datos del usuario**.
4. Haz clic en el botón **Crear cuenta de usuario**.

El cliente recibirá un correo electrónico donde se le solicitará que designe una contraseña para acceder a su cuenta.

Cómo editar los datos de un cliente

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Clientes** y, a continuación, haz clic en **Clientes**.

2. La tabla muestra todos los clientes de tu tienda online. Selecciona el número del cliente cuyos datos deseas editar.

También puedes seleccionar el icono  a la izquierda del número del cliente para abrir una ventana independiente con sus datos.

3. Ya puedes editar los datos. Ten en cuenta asimismo las subpáginas donde puedes encontrar más datos.

4. Guarda los cambios.

Cómo crear tu propio dominio para tu web

Un dominio es una dirección web, como por ejemplo: www.mitiendaonline.es. Te recomendamos crear tu tienda con tu propio dominio. Si tu tienda online no tiene su propio dominio, no estará considerada como una web de confianza para tus clientes.

Podrás registrar tu dominio y el link de tu tienda a través de tu proveedor. Así que por favor, dirígete a tu proveedor del software para cualquier duda que tengas.

Qué son los grupos de clientes y cómo se utilizan

Qué son los grupos de clientes

Los grupos de clientes hacen posible ofrecer ventajas a algunos clientes en particular. Por ejemplo, puedes ofrecer precios especiales o medios de pago adicionales a ciertos grupos de clientes, o enviar una newsletter únicamente a un grupo determinado.

Los grupos de clientes son especialmente prácticos para diferenciar entre clientes nuevos y habituales.

Cómo crear un grupo de clientes

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Clientes** y, a continuación, haz clic en **Grupos de clientes**.
2. La tabla muestra los grupos que ya existen. En la columna **Grupo de clientes** al pie de la tabla, asigna un nombre al grupo.
3. Guarda los cambios.
4. En las columnas **Por defecto para un nuevo registro** y **Por defecto para realizar un pedido sin registrarse**, indica si los clientes se asignan automáticamente a este grupo en este caso en particular.
5. Guarda los cambios.

Cómo modificar las opciones de un grupo de clientes

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Clientes** y, a continuación, haz clic en **Grupos de clientes**.
2. La tabla muestra los grupos que ya existen. Haz clic en el nombre del grupo que quieras modificar.
3. Por lo general, no hace falta cambiar el **identificador**. Tus clientes no lo ven en ninguna parte.
4. En el campo **Nombre**, escribe el nombre que quieres darle al grupo de clientes en la tienda.
5. En **Mostrar información adicional**, establece si los clientes que se den de alta podrán ver la siguiente información extra en "Mi cuenta":

- Grupo de clientes
- Número de cliente
- Modelo fiscal (bruto/neto)

Cómo determinar a qué grupo pertenece cada cliente en particular

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Clientes** y, a continuación, haz clic en **Clientes**.
2. Haz clic en el **N.º de cliente** del cliente al que deseas cambiar de grupo.
3. Haz clic en **Cuenta de cliente**.
4. Selecciona el grupo en **Grupo de clientes**.
5. Guarda los cambios.

Cómo determinar a qué grupo pertenecen varios clientes a la vez

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Clientes** y, a continuación, haz clic en **Clientes**.
2. En la columna de la izquierda, escoge los clientes que deseas añadir al grupo.
3. Haz clic en **Grupo de clientes**.
4. Selecciona el grupo en **Grupo de clientes**.
5. Haz clic en **Asignar**.

Cómo mostrar todos los clientes de un grupo de clientes

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Clientes** y, a continuación, haz clic en **Grupos de clientes**.
2. La tabla muestra los grupos que ya existen. Haz clic en el símbolo en forma de lupa situado al lado del identificador del grupo de clientes. El sistema mostrará todos los clientes dentro del grupo.



Cuando se crea un grupo, también se crea un grupo de usuarios con el mismo nombre.



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos.

Importar y exportar datos - resumen

Puedes importar y exportar varios tipos de datos asociados a tu tienda como productos, pedidos y clientes.

Las funciones de importación y exportación son especialmente adecuadas para añadir una gran cantidad de datos de una sola vez. Si, por ejemplo, quieres añadir un gran número de nuevos productos, puedes hacerlo usando la función de importación y exportación junto con un programa como OpenOffice Calc y, por tanto, evitando la necesidad de introducir cada producto por separado en el área de administración. Además, la función de exportación puede ser muy útil para procesos como mover datos a otro sistema, por ejemplo a un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP, por sus siglas en inglés).

¿En qué formato se exportan los datos?

Dependiendo del tipo de datos involucrados, se puede exportar en varios formatos.

- **CSV:** Un archivo CSV es un archivo de texto simple en el que cada palabra se separa mediante un delimitador preestablecido (como el punto y coma). Cada entrada se muestra como una línea en el archivo.
- **TXT:** Es un archivo de texto simple que se puede, por ejemplo, editar con la ayuda de un procesador de textos.
- **XML:** Es el tipo de archivo estándar empleado para datos de procesamiento dentro de sistemas ERP.

Cómo reimportar un archivo de exportación en tu tienda

Puedes reimportar archivos CSV exportados y editados en tu tienda. Durante este proceso se transfiere cualquier dato que haya sido modificado a la base de datos asociada a tu tienda.



Antes de importar un archivo que contenga un gran número de registros de datos, te recomendamos realizar una prueba usando un archivo que contenga un único registro o pocos registros de datos.

Nota: cualquier importación se llevará a cabo bajo tu propia responsabilidad. Si importas un archivo dañado, puedes destruir potencialmente datos de tu tienda.

Cómo importar un archivo de exportación

1. En el área de administración, dirígete a la página **Importación y exportación**, por ejemplo seleccionando **Productos** dentro del menú principal y luego **Importación y exportación**.
2. Desde el menú, **Tipo de objeto** selecciona el tipo de archivo que quieres importar.
3. En las opciones **Formato**, **Codificación**, **Delimitador** e **Idiomas**, selecciona los mismos ajustes que seleccionaste cuando exportaste el archivo.
4. Al lado de la caja **Archivo de importación CSV**, haz clic en el botón **Seleccionar archivo...** El tamaño máximo del archivo de importación se muestra bajo este botón.
5. Selecciona el archivo de tu ordenador y cárgalo.
6. Selecciona **Importar**.

El archivo se ha importado. Verás un mensaje con el progreso de la importación, incluyendo cualquier mensaje de error. Se mostrará un máximo de 100 mensajes de error.

Los pedidos exportados no se pueden reimportar.

Qué son las URLs cortas y cómo usarlas

Tu tienda online te permite crear URLs cortas para las subpáginas de la tienda.

Qué es exactamente una URL

URL son las siglas inglesas de la expresión «Uniform Resource Locator» (localizador de recursos uniforme) y se refiere a una dirección única de Internet. No sólo la página de inicio tiene una URL en tu tienda online (p. ej. www.alacarteshop.com), sino también cada una de las subpáginas de la tienda. Aquí se incluyen las categorías individuales, las páginas de producto, la información de contacto o la página con las condiciones y términos generales. Los clientes llegan a tu tienda, bien haciendo clic en un enlace a una URL de tu tienda o bien introduciendo la URL en la barra de direcciones del navegador. De cualquier manera, la URL de la página que estás visitando siempre está visible en la barra de direcciones.

Por qué muchas URLs son tan complicadas

Si alguna vez te detienes a mirar las URLs cuando navegas por Internet, te darás cuenta de que pueden ser muy complicadas o muy sencillas. Las URLs de tu tienda están formadas a partir de una serie de parámetros. Por ejemplo, una página de categoría podría ser como la siguiente:

```
http://myalacarteshop.com/provider/alacarte3.sf/es_ES/?ObjectPath=/Shops/alacarte3/Categories/Coffee
```

En este ejemplo, la parte más importante es «www.myalacarteshop.com». Este es el dominio que tiene tu tienda. «[/provider/alacarte3.sf](#)» hace referencia al número interno que tu proveedor le da a tu tienda, «[/es_ES](#)» indica el idioma (en este caso, español) y así. Por tanto, las URLs contienen mucha información interna.

Qué son las URLs cortas

Como hablamos más arriba, normalmente las URLs de tu tienda parecen complicadas, aunque podemos cambiar esto fácilmente usando URLs cortas. Como el propio nombre sugiere, las URLs cortas son direcciones cortas y significativas para las subpáginas de tu tienda. Puedes definir estas URLs tú mismo y después adaptarlas a tus preferencias concretas.

Puedes configurar la página de categorías de nuestra tienda de ejemplo con URLs cortas para que, a partir de ahora, se pueda encontrar en la siguiente dirección:

```
http://www.myalacarteshop.com/café
```



Recuerda que tienes que tener tu propio dominio (p. ej. www.tutienda.com) para poder acortar las URLs.

Cuáles son las ventajas de las URLs cortas

Para tus clientes, las URLs cortas son mucho más fáciles de manejar que las URLs largas convencionales y ofrecen muchas ventajas:

- Tus clientes pueden leerlas y entenderlas más rápido.
- Tú y tus clientes podéis recordar la URL fácilmente y, consecuentemente, decírsela a alguien, por ejemplo por teléfono.
- Tus clientes pueden descubrir el contenido de la página solo con la URL y ésta es la razón por la que las URLs cortas también se llaman «URLs habladas».
- Las URLs por sí solas le dan a tus clientes una idea de la estructura de tu tienda. Por ejemplo: www.tutienda.com/zapatillas/nike/airjordan
- Las URLs cortas son muy adecuadas para promociones. Si, por ejemplo, lanzas una promoción de navidad y quieres promocionarlo en diferentes canales, solo tienes que crear una página con una URL corta como www.myalacarteshop.com/navidades. Puedes publicar esta dirección y hacer que impriman flyers y otros materiales publicitarios. Los clientes recordarán mejor una URL corta y visitarán tu tienda posteriormente.

Consejo: crear páginas separadas con diferentes URLs para cada una de las campañas publicitarias. Por ejemplo, en los flyers puedes imprimir la dirección www.myalacarteshop.com/navidades, y en los pósters www.myalacarteshop.com/fiestas, etc. Una herramienta de análisis como Google Analytics te permitirá rastrear cuántos visitantes han generado las campañas individuales y cuáles fueron las de mayor éxito.

¿Cómo asigno URLs cortas a mi tienda online?

En el área de administración de tu tienda puedes generar URLs cortas para todas las páginas relevantes en tan solo unos clics, de forma totalmente automática. Si quisieras hacer un ajuste más preciso, puedes editar de forma individual las URLs cortas más tarde.

Las URLs largas antiguas continuarán existiendo, lo que significa que los antiguos enlaces a tu tienda seguirán funcionando.

Puedes establecer URLs cortas para los siguientes tipos de página:

- Páginas de producto
- Páginas de categoría

- Páginas de información (p. ej. información de contacto)

Cómo configuro las URLs cortas para todas las páginas?

1. Ve al área de administración de tu tienda.
2. Selecciona **Generar ahora URL breves**.
3. Anota el mensaje que aparece en la pantalla y selecciona **Generar URL breves**.

Ya has creado tus URLs cortas.

Cómo añadir fragmentos de código HTML a mi sitio web

Tu tienda online te da muchas posibilidades de vender online de forma eficaz y profesional. Entre otras, puedes añadir funciones adicionales a tu tienda gracias a los servicios ofrecidos por una tercera empresa.

Si por ejemplo deseas integrar un chat online, ventanas pop-up o una herramienta de análisis para el tráfico de tu tienda, puedes hacerlo fácilmente desde el área de administración. Para ello, solo tienes que añadir el código html que te proporcionará la empresa proveedora del servicio. ¿Cómo? Simplemente añade el código en el área HTML de tu sitio web. De esta manera, el código se integrará en cada subpágina de tu tienda.

Cómo añadir un fragmento de código HTML

1. En el área de administración de tu tienda, haz clic en **Opciones** y después **Opciones generales**.
2. Selecciona **Opciones avanzadas**.
3. Introduce el fragmento de código en el campo de **Área HTML Head**.
4. **Guarda** los cambios.

¿Cómo se eliminan los clientes?

Existe la posibilidad de eliminar clientes de forma manual. Esta función resulta especialmente útil cuando algún cliente solicita que se eliminen sus datos.



Al eliminar un cliente, se eliminarán asimismo todos sus pedidos. Las facturas de dichos pedidos pueden descargarse como archivo PDF en caso de que deseen conservarse.

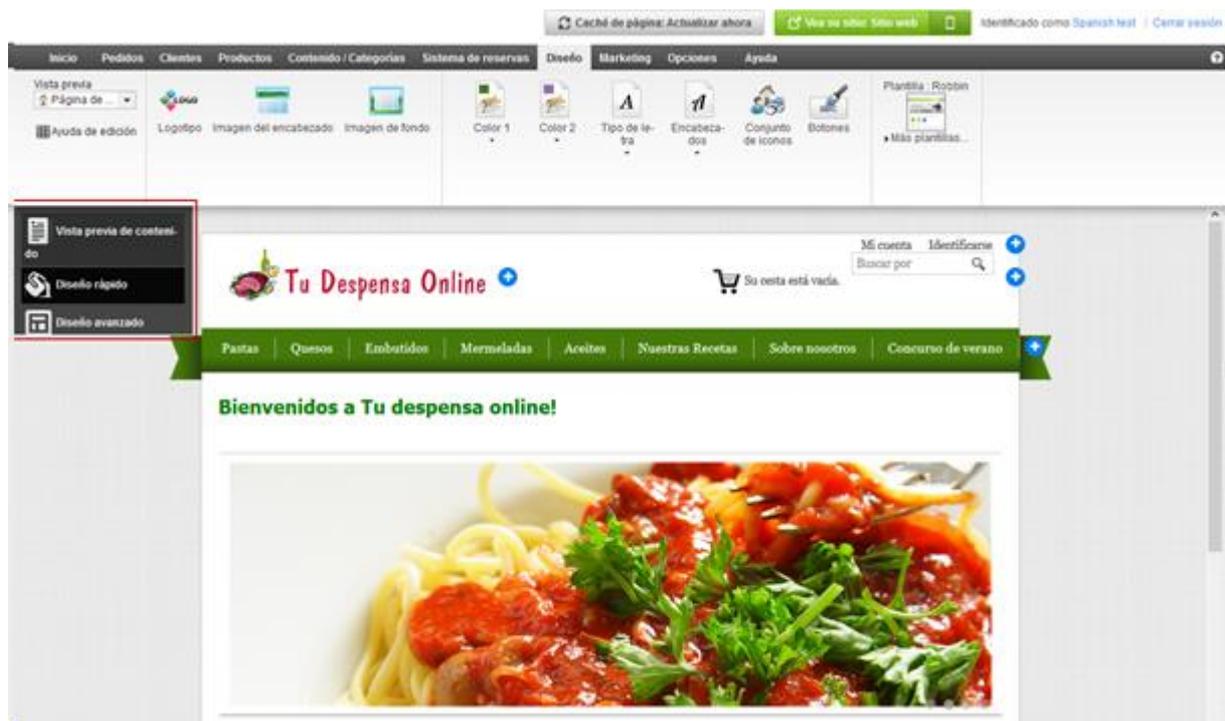
Cómo eliminar clientes

1. Dentro del área de administración, en el menú principal, selecciona **Clientes** y después **Cientes**.
2. Selecciona el n.º de Cliente de alguno de ellos. Puedes usar el campo de búsqueda situado en la parte superior para buscar clientes concretos.
3. Selecciona **Eliminar**.
4. Confirma que deseas eliminar el cliente en cuestión.

Primeros pasos: Cree el diseño de tu tienda

El menú **Diseño** te permite crear y modificar el diseño de tu tienda online: puedes cambiar la plantilla completa o bien modificar apartados como el encabezado, el logo, los menús laterales, la imagen de fondo, y también insertar elementos de página para personalizar más tu web.

La creación de páginas y categorías, así como el contenido y textos de tu tienda los podrás modificar después en el menú **Contenido/Categorías**. También puedes acceder fácilmente a editar el Contenido desde el desplegable de la izquierda.



Antes de modificar el diseño, crea una copia de seguridad del diseño actual que te servirá de modelo para cambios futuros. En la barra de menú, haz clic en **Diseño** y selecciona **Mis estilos**. Desde el estilo en el que te encuentras, haz clic en **Crear copia de seguridad**. La copia de seguridad se guardará en **Estilos creados adicionales** y siempre la tendrás disponible en caso de que quieras volver al estilo anterior.

Para realizar cambios sobre el diseño existen dos posibilidades: **Diseño rápido** y **Diseño avanzado**.

Diseño rápido

Puedes acceder a Diseño rápido desde la Lista de tareas de la página de inicio (en **Editar detalles de diseño**) o desde **Diseño** en la barra de menús y, a continuación, en **Diseño rápido**.

La opción Diseño rápido te permite modificar el diseño en pocos pasos. En la parte superior se encuentra la barra multifunción donde tienes varias opciones de diseño.

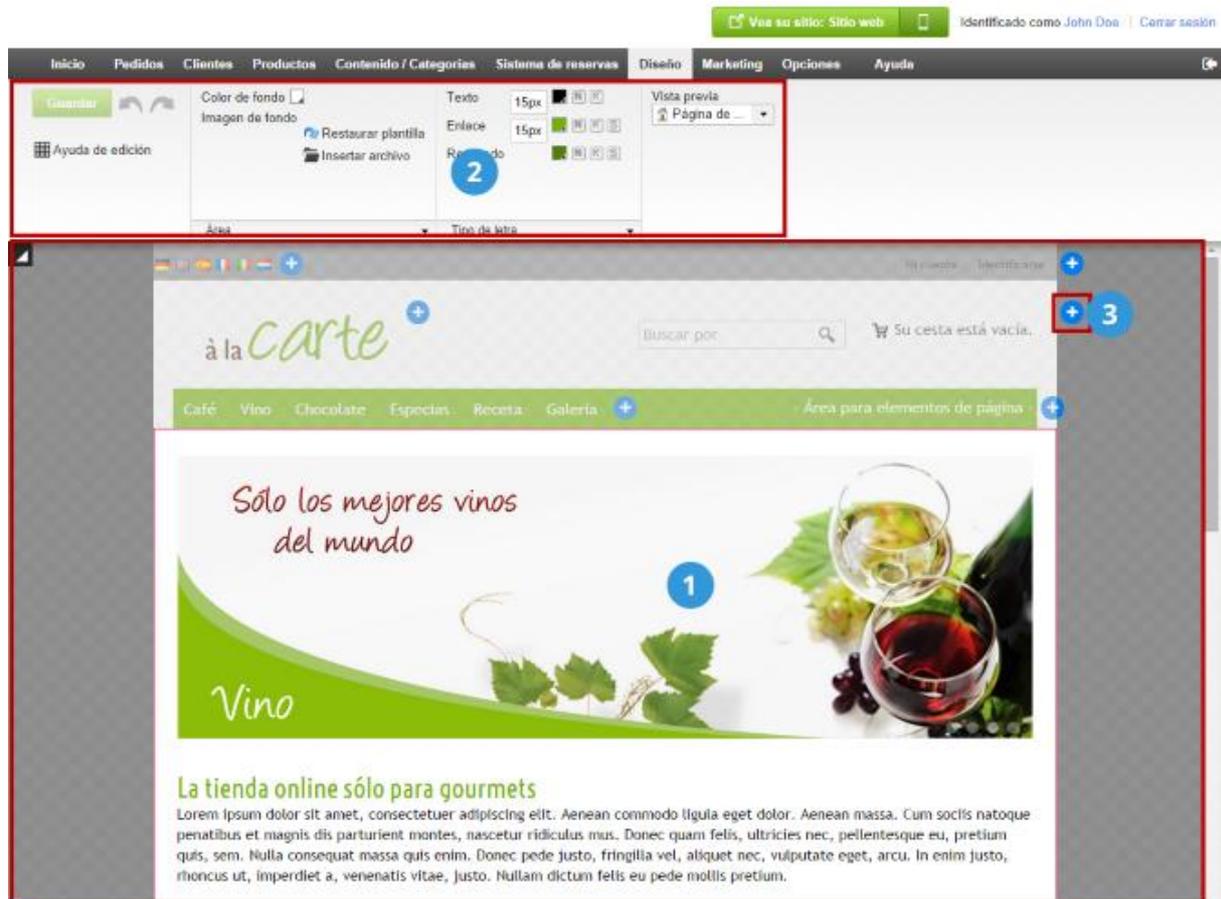
Debajo se encuentra una vista previa que permite ver todos los cambios que realices al instante.



En la opción del menú **Vista previa** puedes seleccionar los elementos del sitio web que quieres que se muestren en esta vista previa. Por ejemplo, **Página de inicio** o **Texto y enlaces**. Con las opciones **Logotipo**, **Imagen del encabezado** e **Imagen de fondo**, puedes cambiar las imágenes correspondientes. Con los siguientes iconos puedes indicar el color y el tipo de letra. Con la opción **Editar conjunto de iconos**, puedes seleccionar el grupo de iconos que quieras mostrar en su sitio web. En **Plantilla**, puedes elegir otro modelo de diseño.

Gracias a la vista previa, puedes controlar todos los cambios realizados.

Diseño avanzado



Con la opción **Diseño avanzado** podrás modificar el diseño de tu página al detalle.

El sitio web consta de varias áreas modificables: la página principal, el encabezado, la barra de navegación, si se requiere, las columnas a la izquierda y a la derecha, el área de contenido, la barra inferior y el pie.

- 1 En la pre visualización del diseño, tan solo tienes que hacer clic en el área que deseas editar en la vista previa y ésta se mostrará en un recuadro rojo.
- 2 La barra multifunción muestra las posibilidades de diseño disponibles para el área seleccionada. Por ejemplo, puedes cambiar el color de fondo de un área o el tamaño del texto fácilmente. Haz clic en el título de **Área**, **Tipo de letra** o **Elementos de página** para ver otras opciones si fuera necesario.
- 3 Puedes añadir nuevos elementos o gadgets haciendo clic en el símbolo **Insertar elemento de página**, como por ejemplo una visión general de la cesta de la compra o el logotipo de un proveedor de servicios de pago. Estos elementos de página se pueden desplazar fácilmente con el cursor. Pasa el ratón por encima de uno de los elementos, haz clic en el símbolo de desplazamiento y arrastra el elemento con el botón izquierdo pulsado hasta el sitio deseado.

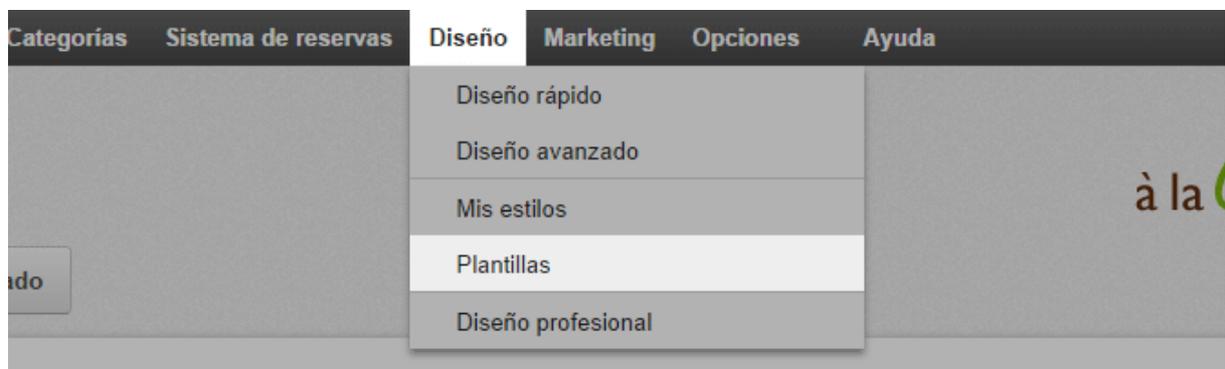
Cómo cambiar la plantilla de diseño de mi sitio web

Puedes elegir entre gran variedad de plantillas de diseño para crear un sitio web realmente único. Solo tienes que elegir una plantilla y personalizarla.

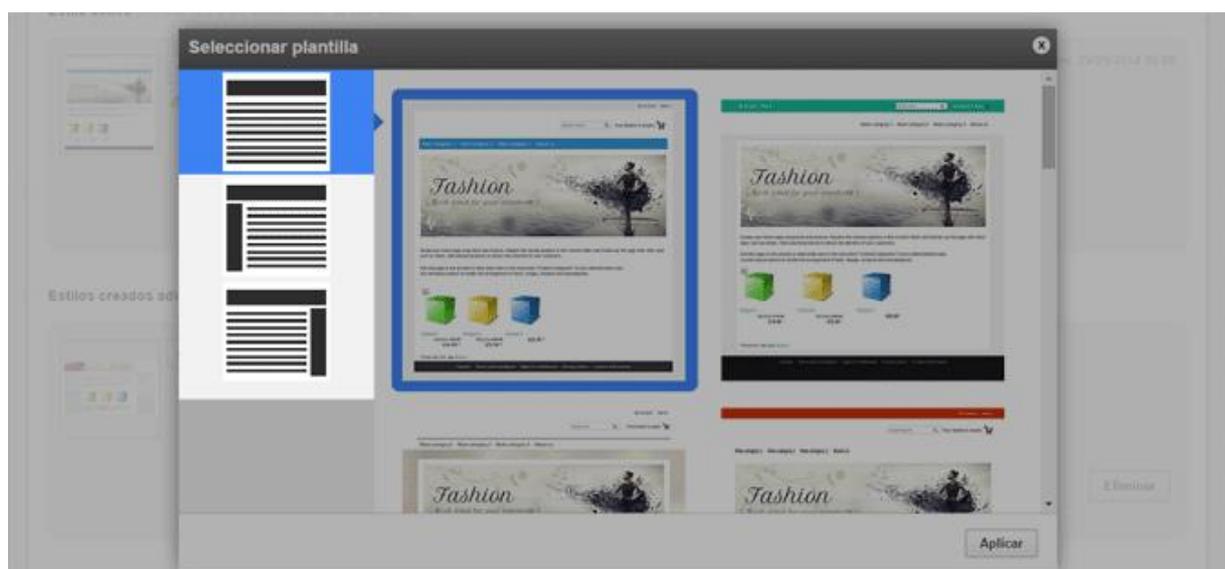
Recuerda que, aunque ya elegiste una plantilla de diseño al usar el asistente de configuración, puedes cambiarla siempre que quieras.

Cómo cambiar la plantilla de diseño de tu sitio web

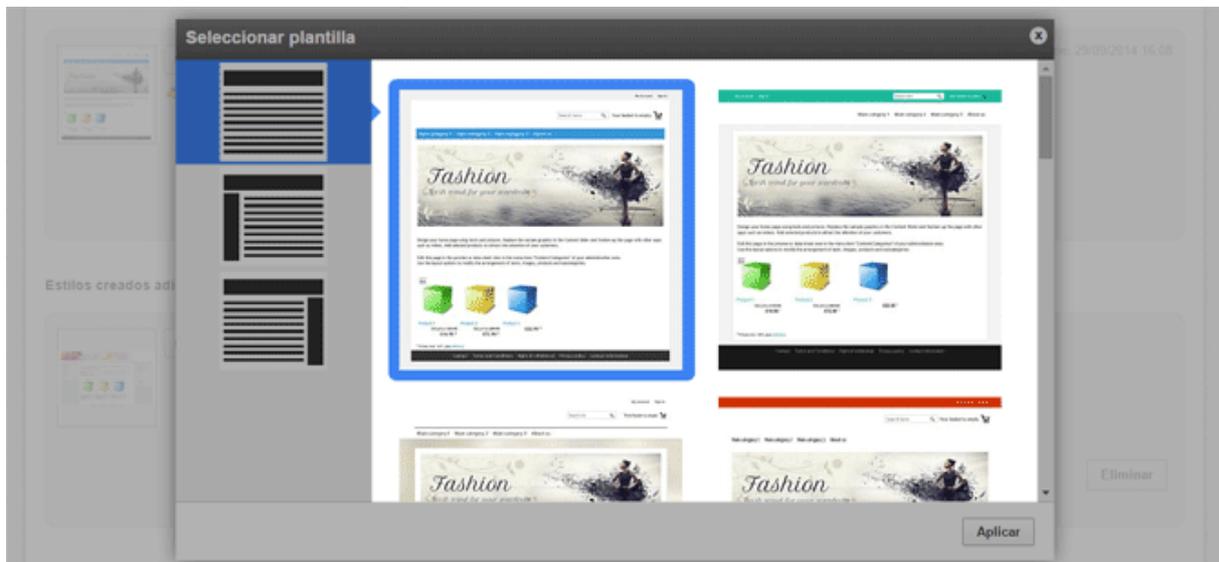
1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, haz clic en **Plantillas**.



2. En la columna de la izquierda puedes escoger dónde aparecerán las barras de navegación de tu sitio web: solo en la parte superior, en la parte superior y a la izquierda o en la parte superior y a la derecha. Puedes eliminar o volver a añadir estas barras de navegación en cualquier momento.



3. A la derecha puedes elegir entre una serie de plantillas de diseño que se adaptan a este patrón.

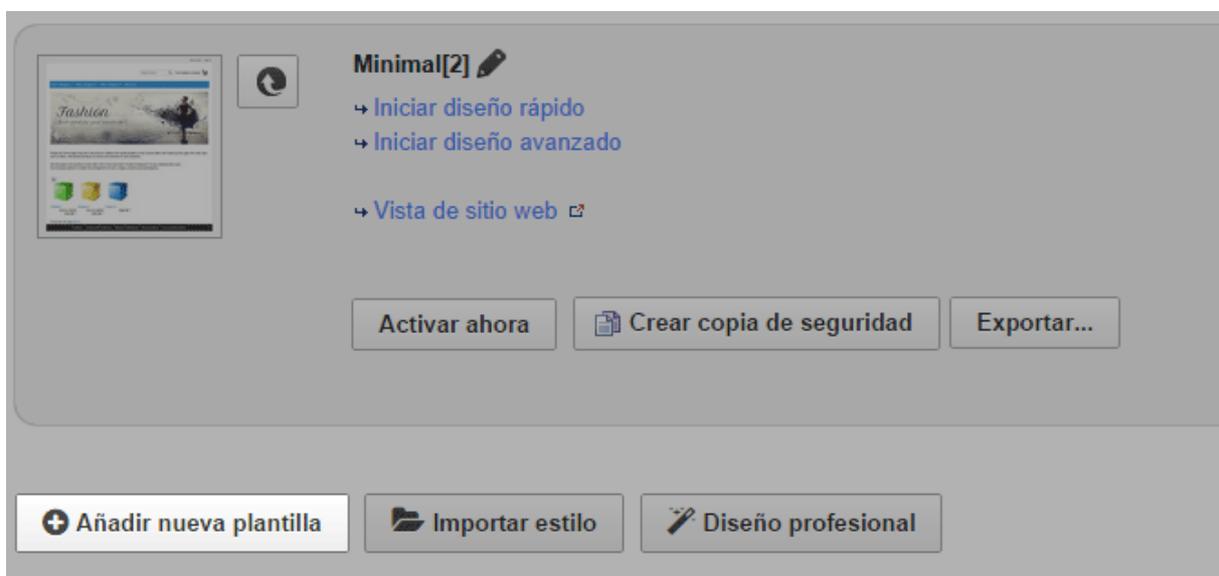


4. Haz clic en **Aplicar**.

5. A partir de este momento, la nueva plantilla de diseño aparecerá en la lista de plantilla en la parte inferior.

6. Si lo deseas, puedes personalizar el diseño.

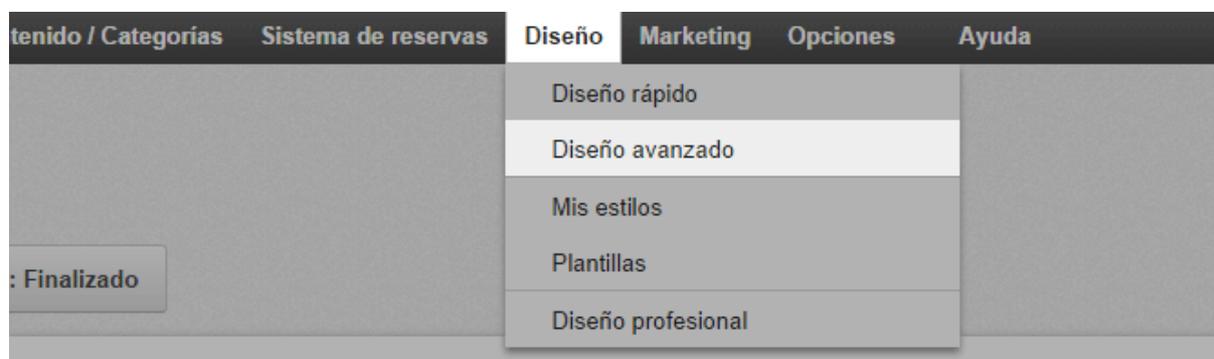
7. Para activar el diseño de tu sitio web, haz clic en **Activar ahora** y verás la nueva plantilla.



A partir de este momento, quien visite tu sitio web verá el nuevo diseño.

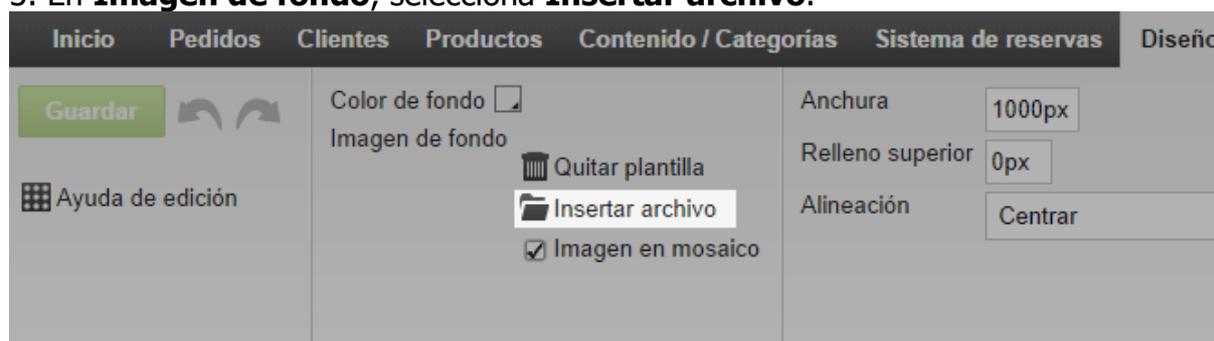
Cómo cambiar la imagen de fondo de un área de la página

1. En el área de administración, selecciona **Diseño** y, a continuación, **Diseño avanzado**.



2. Haz clic en el área de la página cuya imagen de fondo desea cambiar.

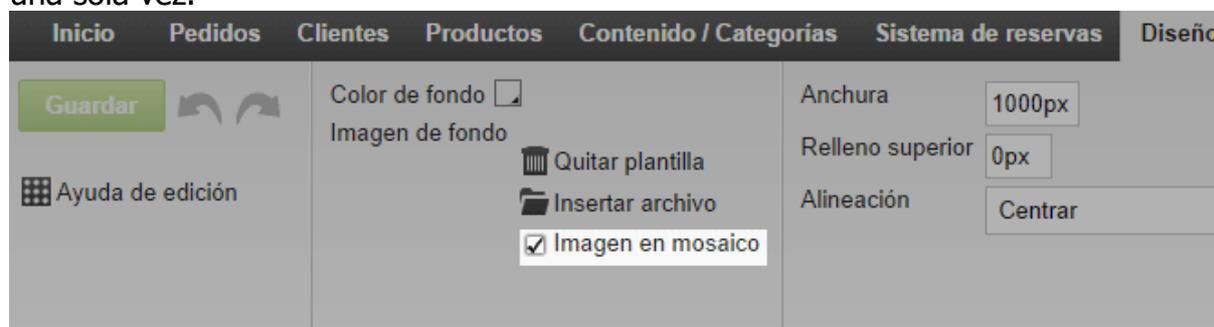
3. En **Imagen de fondo**, selecciona **Insertar archivo**.



4. Selecciona la imagen de fondo.

5. Selecciona **Aceptar**.

6. En **Imagen en mosaico**, selecciona si quieres que la imagen se vea repetida o una sola vez.



7. Guarda los cambios.

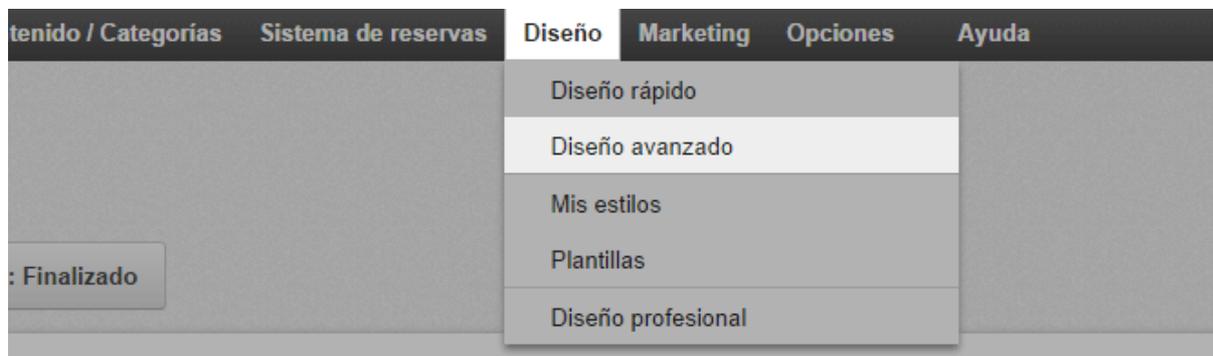
Ya has cambiado la imagen de fondo del área de la página.



Las imágenes de fondo siempre tienen prioridad sobre los colores de fondo. Por tanto, ten en cuenta que si seleccionas una imagen y un color de fondo para un área determinada, la imagen tapaná el color. Para más información, consulta [Cómo eliminar la imagen de fondo de un área de la página](#) y [Cómo cambiar el color de fondo de un área de la página](#).

Cómo eliminar la imagen de fondo de un área de la página

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, haz clic en **Diseño avanzado**.



2. Elige el área de la página con el color de fondo que deseas eliminar.

3. Haz clic en el enlace **Eliminar** debajo de **Imagen de fondo**.



4. Guarda los cambios.

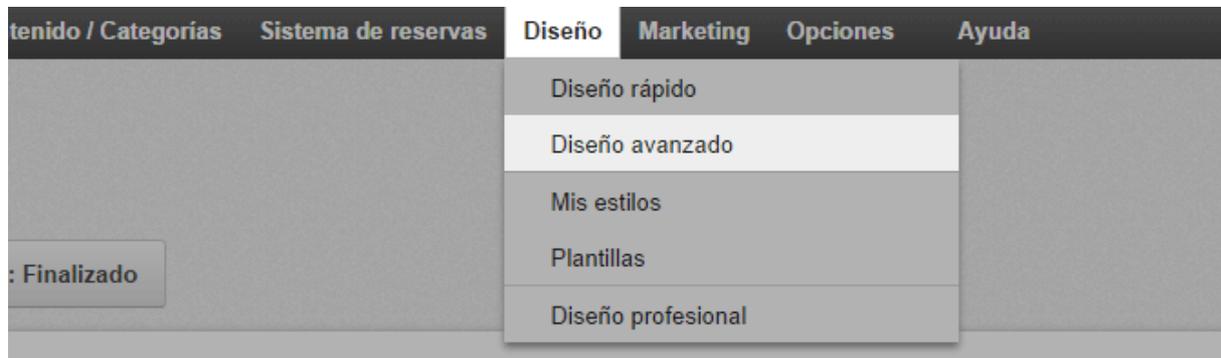
Ya has eliminado la imagen de fondo del área de la página.



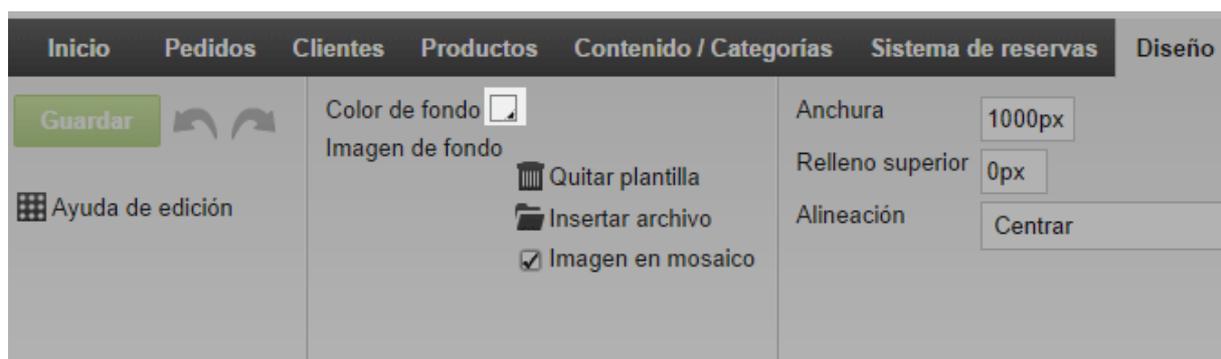
Recuerda que los cambios solo afectarán al estilo actual.

Cómo cambiar el color de fondo de un área de la página

En el menú principal del área de administración, selecciona **Diseño** y, a continuación, **Diseño avanzado**.



2. Escoge el área de la página donde deseas cambiar el color de fondo.
3. Selecciona el campo de color de la derecha, junto a **Color de fondo**.



4. Selecciona el color deseado. Para más información, consulta **Cómo utilizar el selector de color**.
5. Haz clic en **Aplicar**.
6. Guarda los cambios.

Ya has cambiado el color de fondo del área de la página.



Las imágenes de fondo siempre tienen prioridad sobre los colores de fondo. Por tanto, si seleccionas una imagen y un color de fondo para un área determinada, la imagen tapaná el color. Para más información, consulta [Cómo eliminar la imagen de fondo de un área de la página](#) y [Cómo cambiar la imagen de fondo de un área de la página](#).

Los cambios solo afectarán al estilo actual.

Cómo funciona el selector de color

El selector de color te permite seleccionar los colores (por ejemplo, los colores de la fuente y del fondo) en varios lugares del área de administración.

El selector de color se abre al hacer clic sobre un campo de color. El campo de color muestra siempre el color seleccionado en ese momento.

Cómo seleccionar un color



- 1 Selecciona el tono.
- 2 Selecciona la saturación (el matiz del color). Comprueba el color seleccionado.
- 3 Si te gusta, **aplica** el cambio
- 4 Has seleccionado el color deseado.
Otras opciones:
- 5 **Código de color:** Aquí puedes introducir un código de color en formato hexadecimal.
- 6 **Colores a juego:** Aquí el sistema propone colores que combinan bien con el color principal de tu estilo.
- 7 **Colores definidos por el usuario:** Aquí puedes guardar colores para poder volver a utilizarlos más adelante. Si quieres guardar un color, primero selecciona uno de los cuadros vacíos de los colores definidos por el usuario.

A continuación, selecciona un color que desees guardar tal y como se describe más arriba.

Cómo cambiar los iconos de mi sitio web

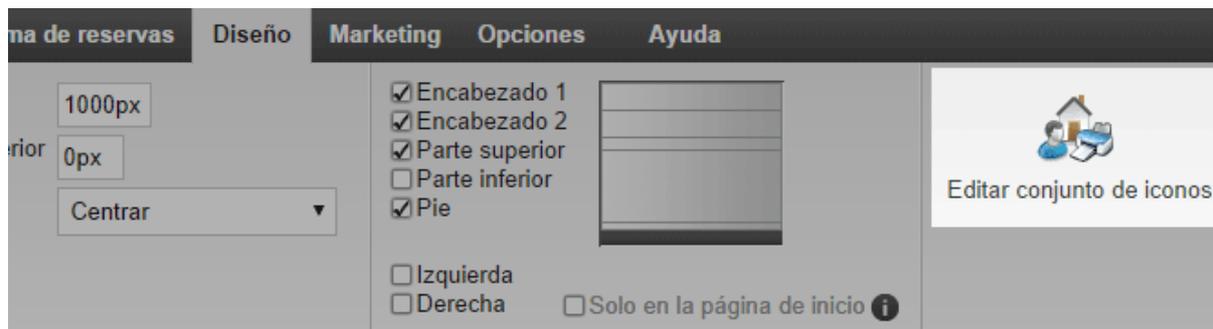
En tu sitio web se muestran distintos iconos, como la lupa para buscar o el carrito para la cesta de la compra.

Puedes elegir entre distintos conjuntos de iconos.

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Diseño** y, a continuación, **Diseño avanzado**.



2. Escoge **Editar conjunto de iconos**.



3. Selecciona el conjunto de iconos más adecuado para tu sitio web.

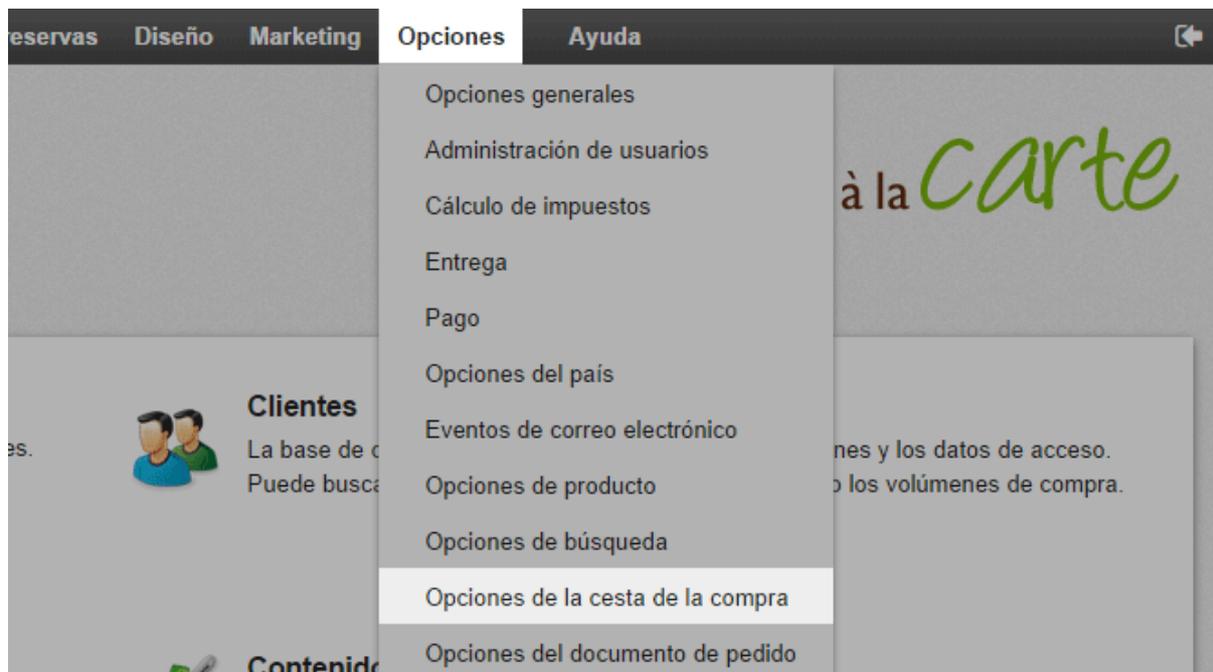
4. Selecciona **Aplicar**.

Ya puedes ver el nuevo conjunto de iconos en tu sitio web.

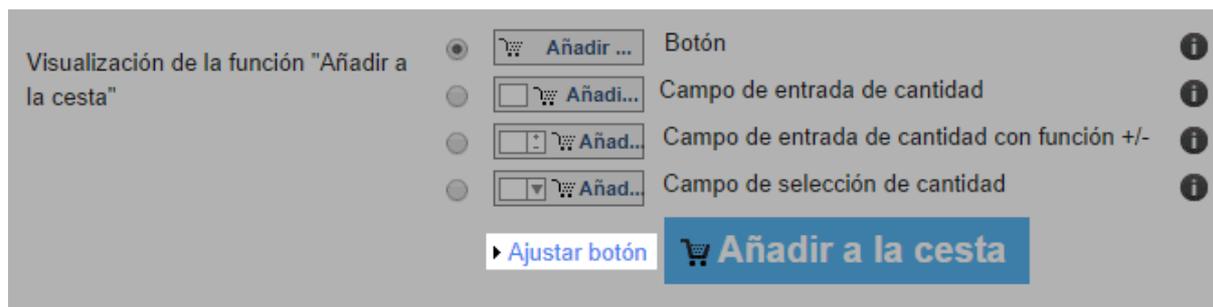
Cómo diseñar el botón "Añadir a la cesta"

Los clientes usan el botón "Añadir a la cesta" para añadir productos a su cesta de la compra. Este botón no debe confundirse con el icono en forma de cesta que les permite acceder a la cesta y, por tanto, al proceso de compra.

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, **Opciones de la cesta de la compra**.



2. En **Visualización de la función "Añadir a la cesta"**, haz clic en el enlace **Ajustar botón**.



3. Si deseas usar una imagen propia para ponerla en el botón "Añadir a la cesta", selecciona **Cargar imagen propia**. De lo contrario, puedes diseñar el botón mediante las opciones disponibles debajo.

4. Cuando te guste el resultado, haz clic en **Aplicar**.

5. Guarda los cambios.

Los cambios se aplican al instante.

Cómo diseñar el icono de la cesta de la compra

Tus clientes acceden a su cesta de la compra, y, por tanto, al proceso de compra mediante el icono o elemento de página en forma de cesta. Este elemento no debe confundirse con el botón "Añadir a la cesta", con el que los clientes añaden productos a su cesta de la compra.

La cesta como elemento de página forma parte del conjunto de iconos que aparecen en tu sitio web. Puedes cambiarlo siguiendo estos pasos:

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, **Diseño avanzado**.
2. Selecciona **Editar conjunto de iconos**.
3. Selecciona el conjunto de iconos más adecuado para tu sitio web.
4. Haz clic en **Aplicar**.

Ya puedes ver el nuevo conjunto de iconos en tu sitio web.

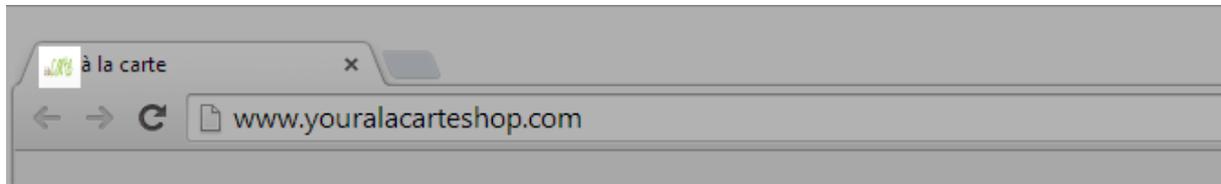
Cómo definir opciones adicionales para el icono de la cesta de la compra

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, **Diseño avanzado**.
2. Para editar el icono de la cesta, pasa el cursor por encima del icono en la vista previa y haz clic en el símbolo con forma de lápiz.
3. Especifica cómo tiene que mostrarse el elemento de página.
4. Haz clic en **Aplicar**.
5. Guarda los cambios.

Recuerda que los cambios se aplican al instante.

Cómo cambiar el favicon de mi sitio web

Un favicon es un icono que los visitantes del sitio web visualizan en distintos lugares del navegador. Lo ven, por ejemplo, junto al título del sitio web en las pestañas de navegación:

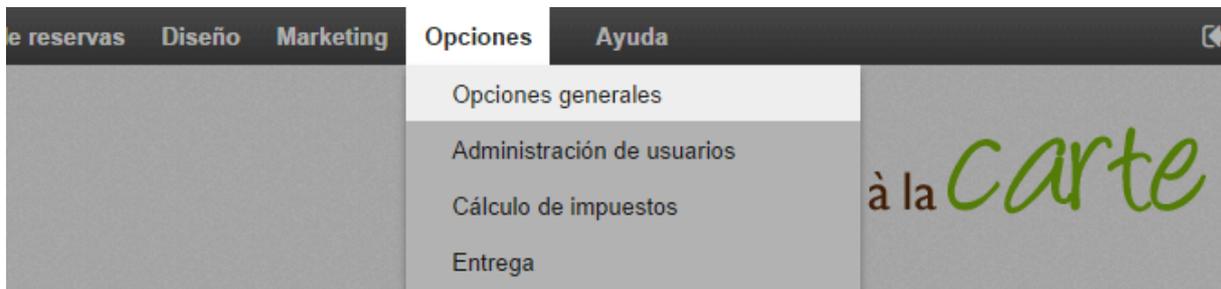


Este icono ayuda a los usuarios a orientarse y a volver a localizar una página web rápidamente cuando tienen varias pestañas abiertas.

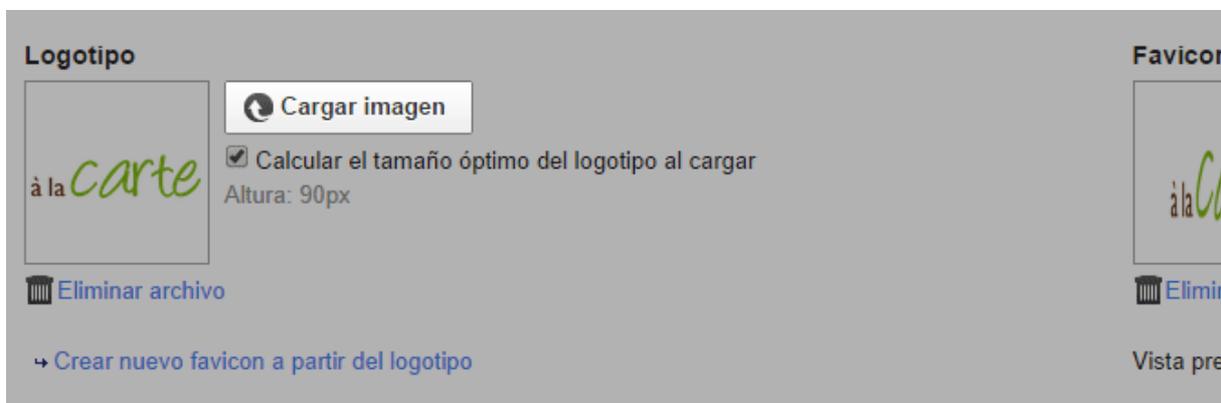
Puedes crear el favicon a partir del logotipo de tu sitio web o cargar el que desees.

Cómo crear un favicon a partir del logotipo del sitio web

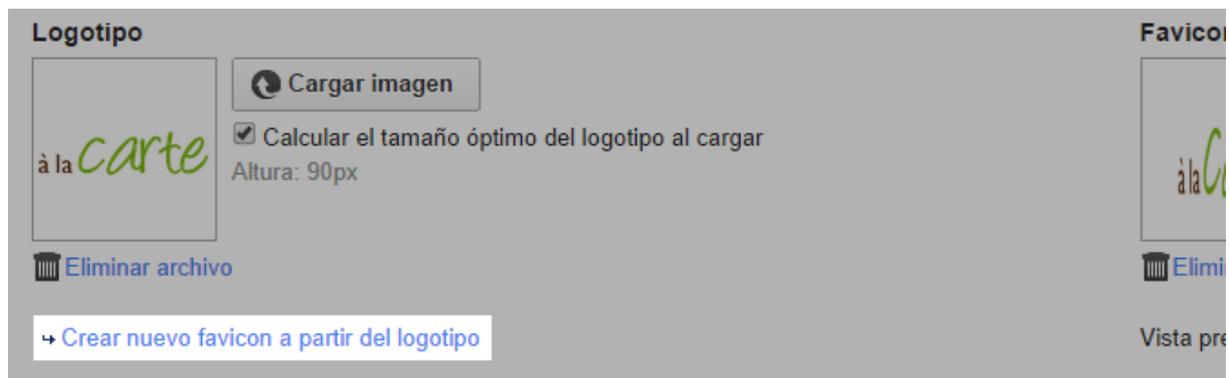
1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones generales**.



2. Si aún no has subido un logotipo, en la opción **Logotipo**, elige **Cargar imagen** y súbelo.



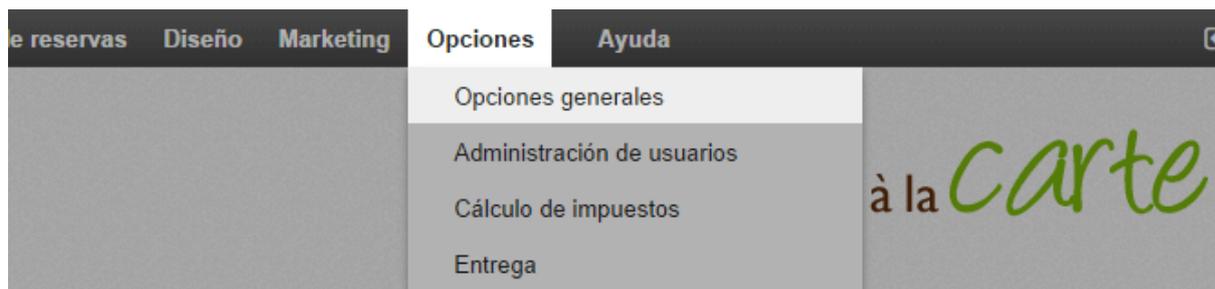
3. En **Logotipo**, haz clic en el enlace **Crear nuevo favicon a partir del logotipo**. Tu favicon aparecerá a la derecha.



4. Guarda los cambios.

Cómo subir tu propio favicon

1. Prepara tu propio favicon. Debe tener una resolución de 16 x 16 o 32 x 32 pixels y estar en formato de archivo .ico.
2. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones generales**.



3. En **Favico**, haz clic en el botón **Cargar imagen**.

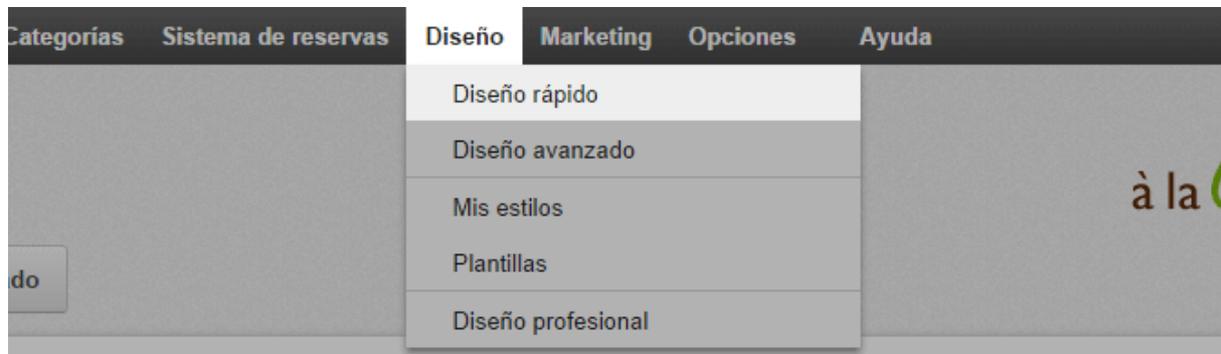


4. Selecciona el archivo del favicon en el ordenador.

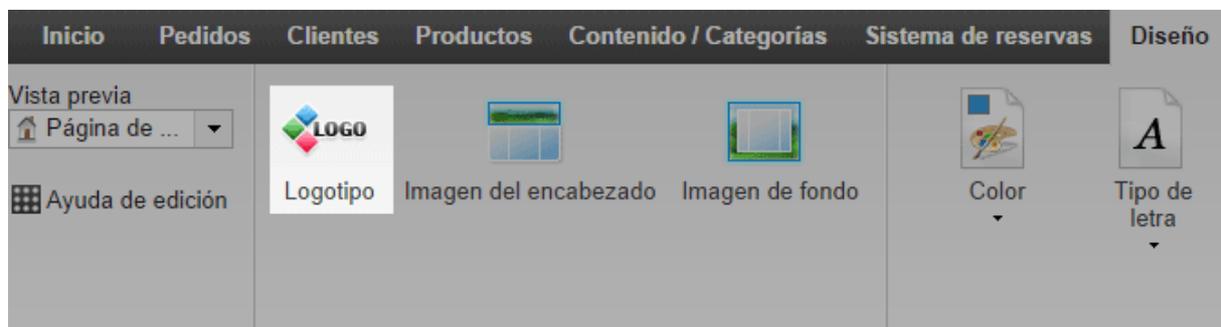
5. Guarda los cambios.

Cómo cambiar el logotipo de mi sitio web

1. En el área de administración, selecciona **Diseño** y, a continuación, **Diseño rápido**.



2. Selecciona **Logotipo**.



3. Escoge el archivo gráfico que desees como logotipo.

4. Selecciona **Aplicar**.

Ya has cambiado el logotipo.



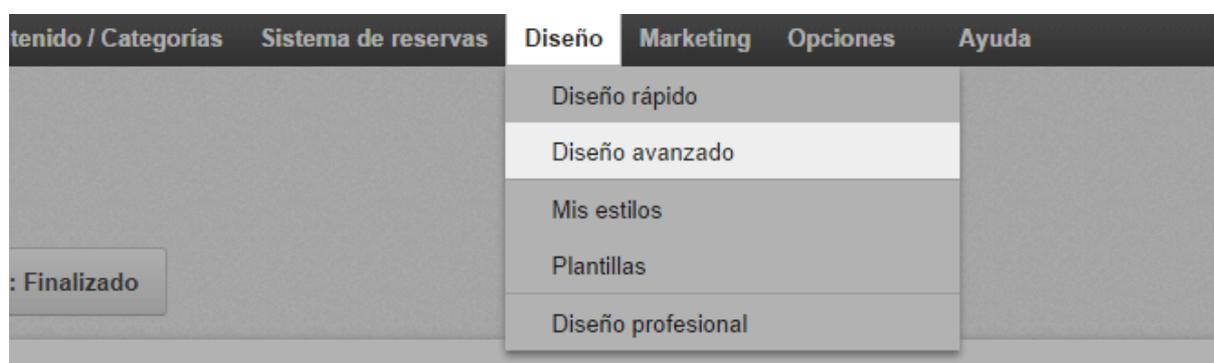
En el sitio web, el logotipo se muestra por defecto en el área de la página Encabezado

Cómo añadir el logotipo de una empresa de logística

Puedes mostrar en tu tienda online los logotipos de los proveedores de servicios logísticos que ofreces a tus clientes. De este modo pueden ver al instante qué empresas de logística pueden elegir.

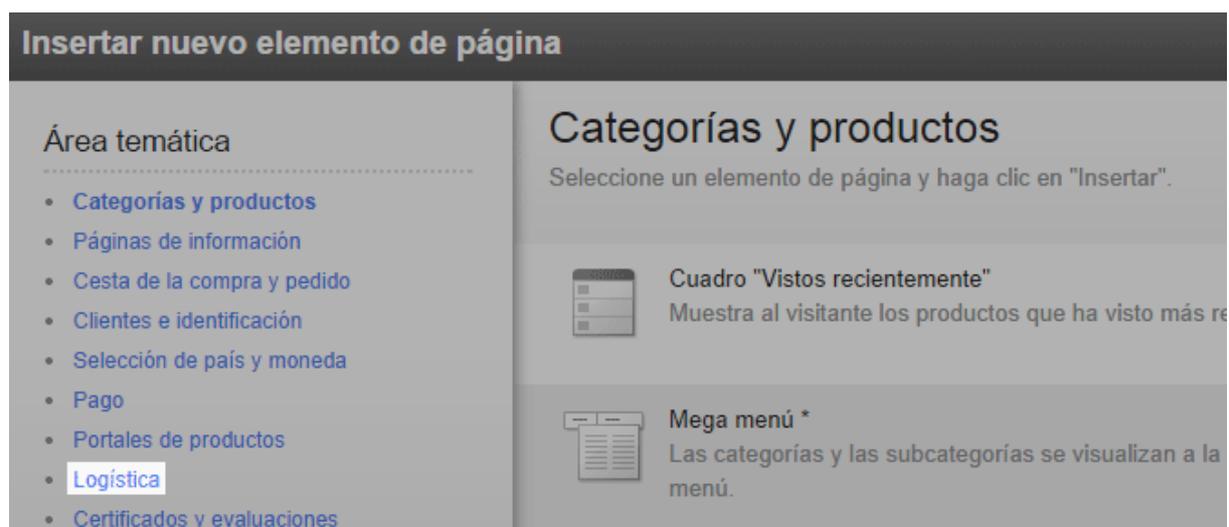
Cómo insertar el logotipo

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, **Diseño avanzado**.



2. Selecciona el símbolo más para insertar el elemento de página en la zona que hayas elegido.

3. A la izquierda, debajo de **Área temática**, selecciona el enlace **Logística**.



4. A la derecha, selecciona el logotipo del proveedor de servicios logísticos que has integrado en tu tienda online.

5. Haz clic en **Insertar**.

6. En la vista previa ya puedes el elemento de página que acabas de insertar. Puedes colocarlo con precisión de pixels con la opción de alineación. Para más información, puedes ver nuestro tutorial sobre este tema.

7. Guarda los cambios.

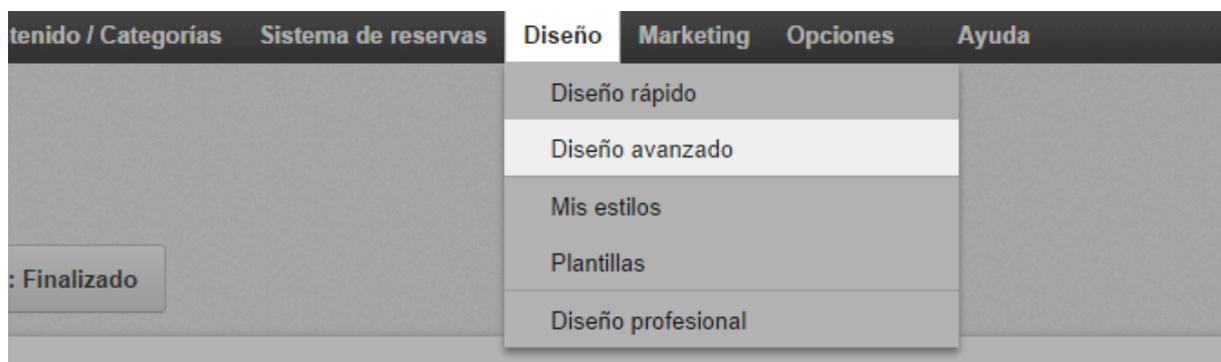
El logotipo se mostrará en la posición deseada en todas las páginas de tu sitio web.

Cómo añadir el logotipo de un proveedor de pago

Puedes mostrar en tu tienda online los logotipos de los proveedores de pago que pones a disposición de tus clientes. De este modo pueden ver al instante qué medios de pago pueden usar.

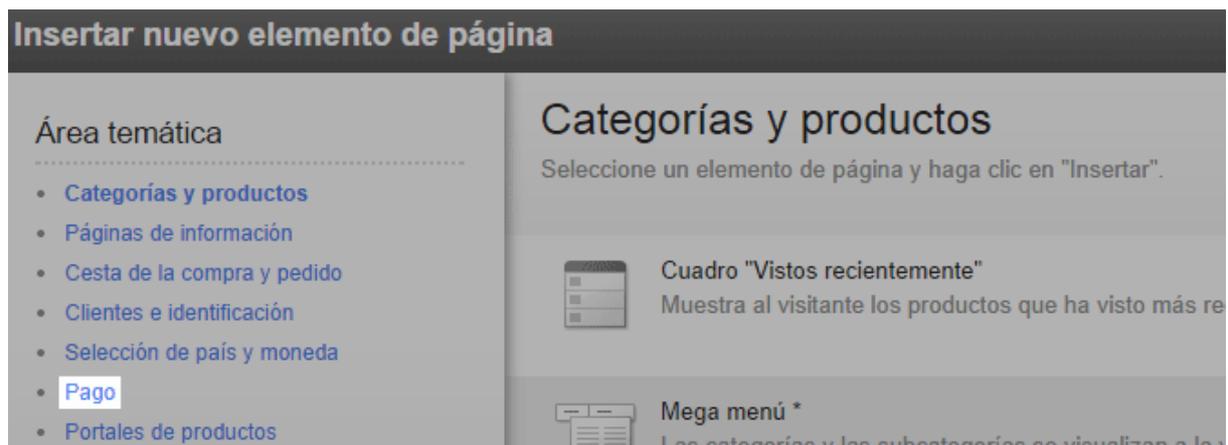
Cómo insertar el logotipo

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, **Diseño avanzado**.



2. Selecciona el símbolo más para insertar el elemento de página en la zona que hayas elegido.

3. A la izquierda, debajo de **Área temática**, selecciona el enlace **Pago**.



4. A la derecha, selecciona el logotipo de uno de los proveedores de pago que has integrado en tu tienda online.

5. Haz clic en **Insertar**.

6. En la vista previa ya puedes ver el elemento de página que acabas de insertar. Puedes colocarlo con precisión de píxeles con la opción de alineación. Para más

información, puedes ver nuestro tutorial sobre este tema.

7. Guarda los cambios.

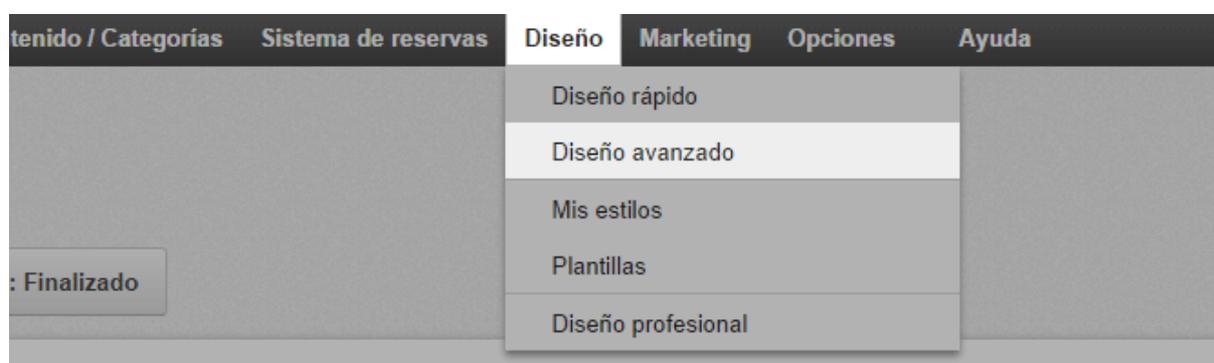
El logotipo se mostrará en la posición deseada en todas las páginas de tu sitio web.

Cómo añadir el logotipo de un portal de productos

Puedes mostrar en tu tienda online los logotipos de los portales de productos que pones a disposición de tus clientes. De este modo pueden ver al instante qué portales de productos pueden usar.

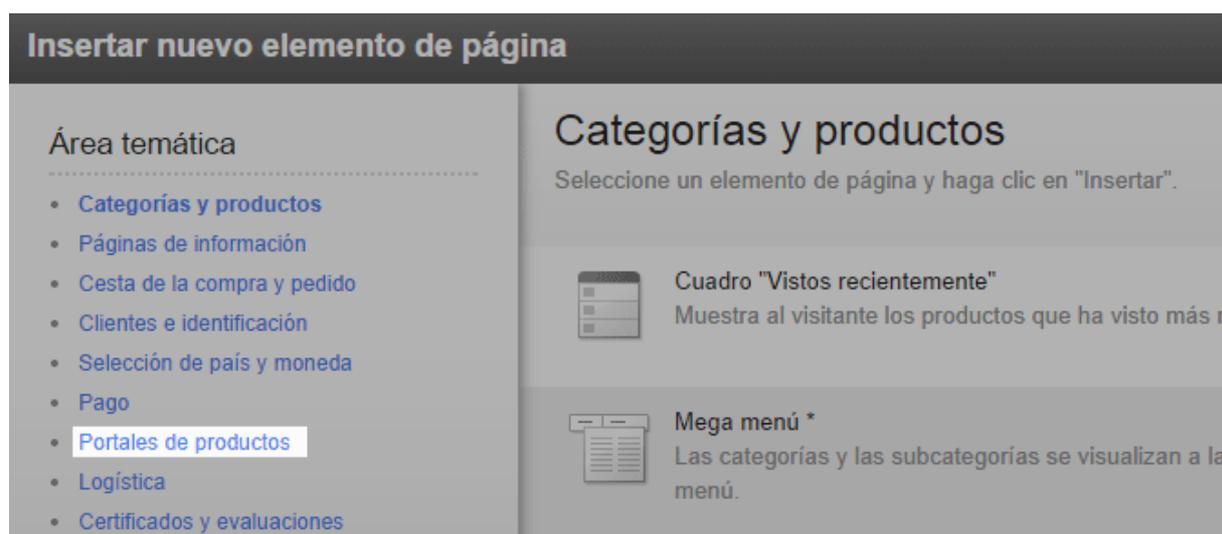
Cómo insertar el logotipo

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, **Diseño avanzado**.



2. Selecciona el símbolo más para insertar el elemento de página en la zona que hayas elegido.

3. A la izquierda, debajo de **Área temática**, selecciona el enlace **Portales de productos**.



4. A la derecha, selecciona el logotipo del portal de productos que quieres añadir.

5. Haz clic en **Insertar**.

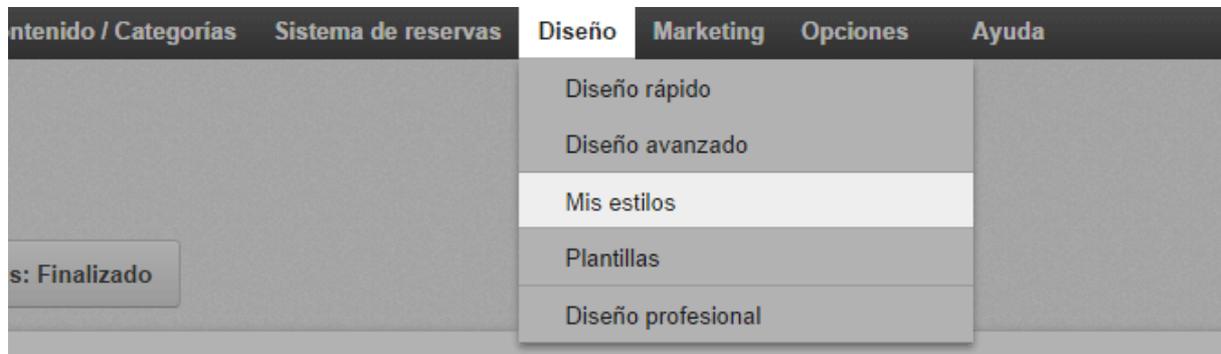
6. En la vista previa ya puedes ver el elemento de página que acabas de insertar. Puedes colocarlo con precisión de pixels con la opción de alineación. Para más información, puedes ver nuestro tutorial sobre este tema.

7. Guarda los cambios.

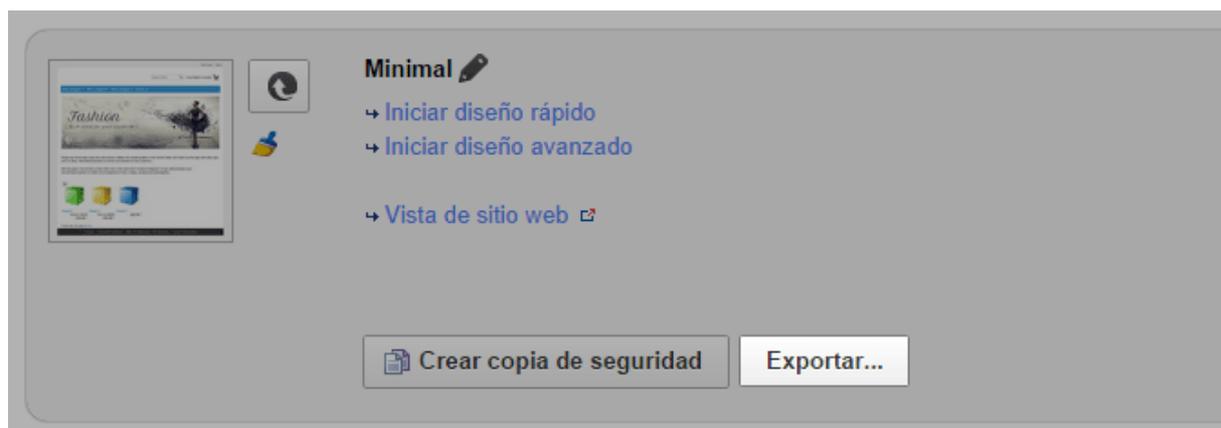
El logotipo se mostrará en la posición deseada en todas las páginas de tu sitio web.

Cómo exportar un diseño de mi sitio web

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, haz clic en **Mis plantillas**.



2. Aparecerá una lista de los diseños creados para tu tienda, también llamados "Plantillas". La plantilla que está actualmente en uso y que ven los visitantes de tu sitio web se encuentra en primer lugar. Haz clic en el botón **Exportar** para exportar el estilo deseado.



3. Si has activado varios idiomas en tu sitio web, puedes seleccionar si deseas exportarlos todos o solo el idioma que se visualiza actualmente.

4. Haz clic en **Exportar**.

5. Guarda el archivo en el ordenador.

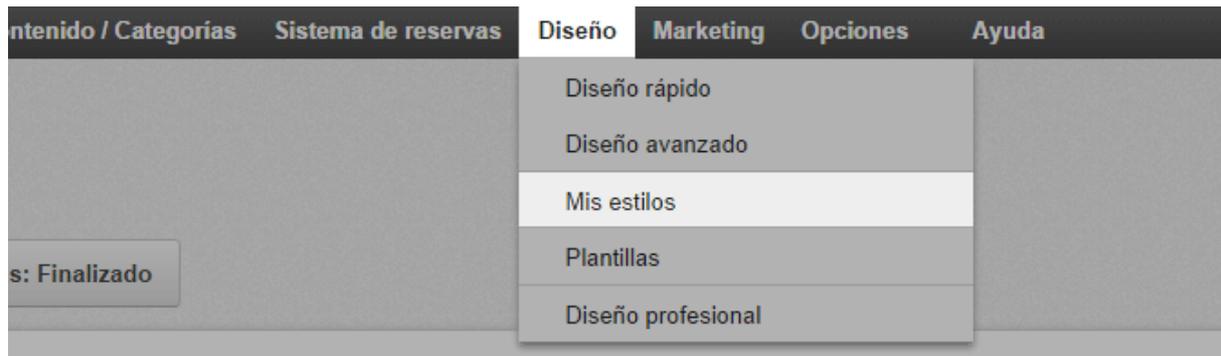
De este modo, el estilo quedará almacenado para cuando lo necesites. Es posible visualizar más sugerencias para importar.

Cómo importar un diseño a mi sitio web

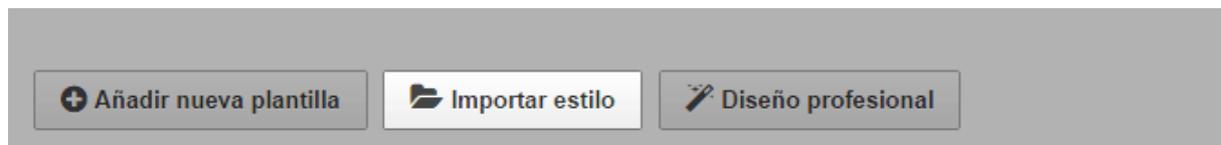
Para importar un diseño (también llamado plantilla), debes tener en el ordenador un diseño previamente exportado con la extensión de archivo .style.

Cómo importar un diseño

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, haz clic en **Mis plantillas**.



2. Selecciona **Importar plantilla** al final de la página.



3. Haz clic en **Seleccionar archivo** para elegir el archivo del ordenador que quieres importar.

4. Utiliza la opción **Sobrescribir la página inicial durante la importación** para indicar si el texto y las imágenes del diseño importado también deben transferirse.

5. Haz clic en **Importar**.

El diseño se ha importado y ya se muestra en la página.

Cómo utilizar mi propio código CSS para diseñar mi sitio web

Puedes modificar de manera fácil y sencilla el diseño de tu sitio web con las opciones de diseño rápido y diseño avanzado. Además, para efectuar ajustes muy personalizados y cambios profundos, puedes emplear código CSS. El CSS es un lenguaje de diseño que se utiliza en la mayoría de los sitios web.

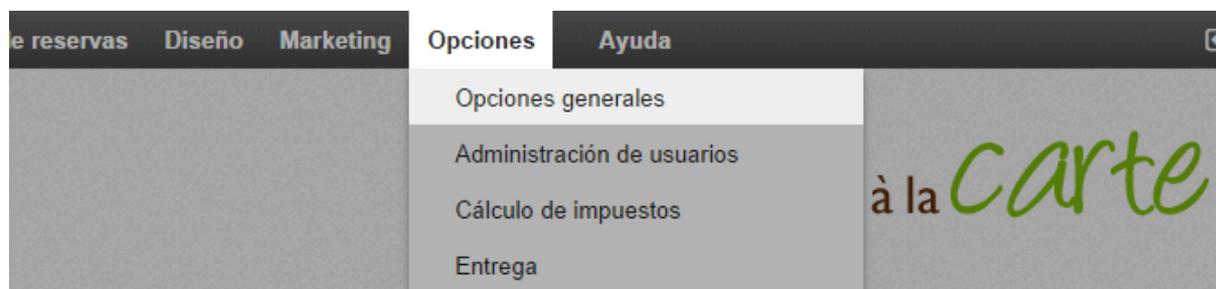


Se recomienda que solo los usuarios experimentados introduzcan su propio código CSS. Las modificaciones pueden afectar al diseño y la funcionalidad de tu sitio web. Verifica tu sitio web cuidadosamente tras efectuar todas las modificaciones. Ten en cuenta que las actualizaciones de tu tienda que se aplican de forma automática pueden afectar al código de programación de tu sitio web. Por lo tanto, después de cada actualización, comprueba que el código CSS que has introducido continúe cumpliendo su objetivo y que el diseño y la funcionalidad del sitio web no se hayan visto afectados por la modificación.

Cómo introducir tu propio código CSS en tu sitio web

Introduce el código CSS en la llamada «área de encabezado HTML». Cualquier código que introduzcas en esa zona se incorporará a todas las páginas individuales de tu sitio web.

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones generales**.



2. Selecciona **Opciones avanzadas**.

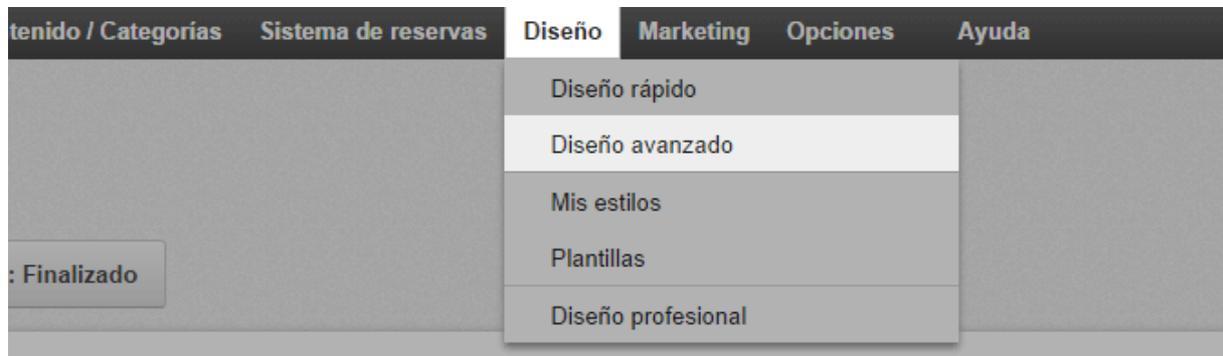


3. Introduce el código en el campo **Área de encabezado HTML**.

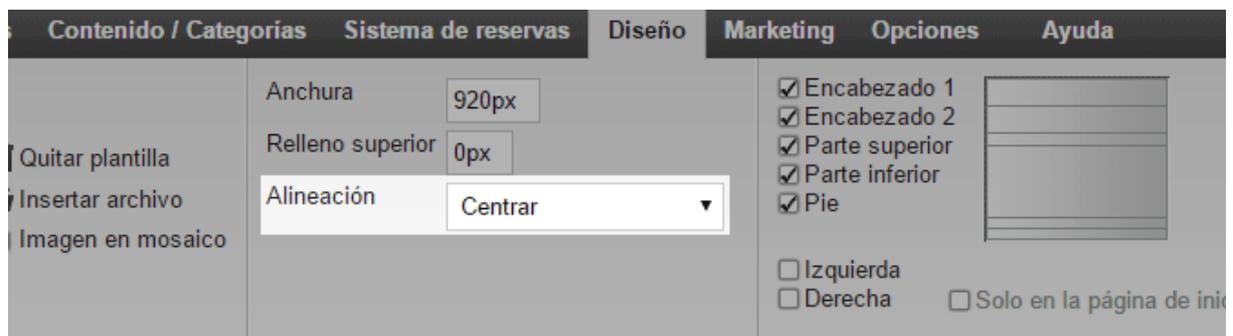
4. Guarda los cambios.

Cómo cambiar la alineación de mi sitio web

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, haz clic en **Diseño avanzado**.



2. En la barra multifunción superior, en **Alineación**, determina si quieres que tu web esté alineada a la izquierda, alineada a la derecha o centrada.



3. Guarda los cambios.

Tu sitio web se mostrará con la alineación especificada.



En la actualidad, la mayoría de los sitios web están centrados. Los sitios web alineados a la derecha escasean.

Cómo cambiar los tipos de letra de mi sitio web

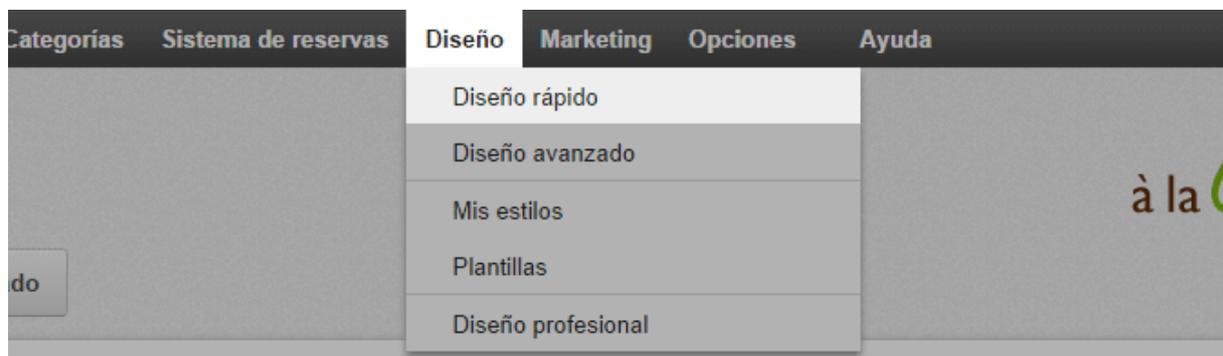
Tienes multitud de tipos de letra disponibles para utilizarlos en tu sitio web. Puedes escogerlos en diversos puntos del área de administración.

En primer lugar, conviene elegir los generales y luego ocuparse de los detalles.

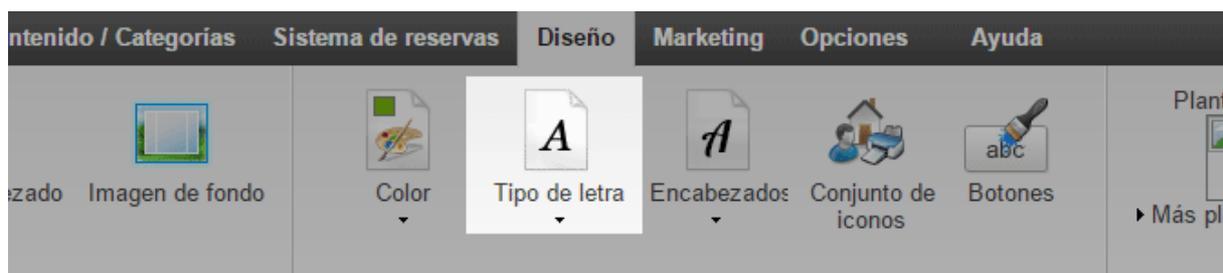
Cómo modificar los tipos de letra generales

Si modificas los tipos de letra generales, todo el texto de tu sitio web se mostrará con las fuentes que hayas elegido, salvo aquellos fragmentos de texto a los cuales hayas asignado una fuente distinta (véase abajo).

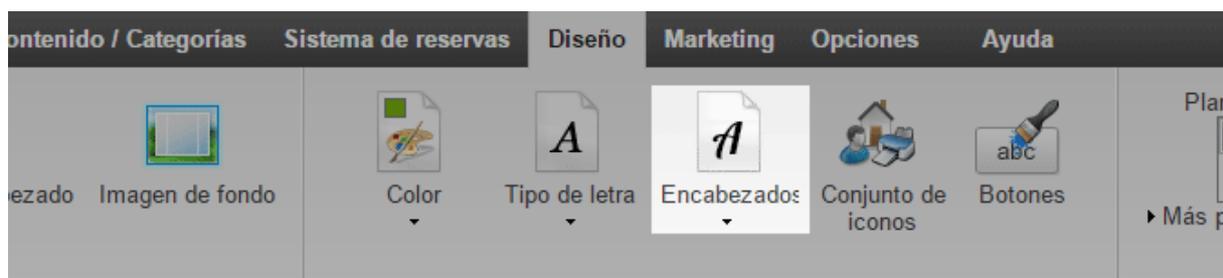
1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, haz clic en **Diseño rápido**.



2. Selecciona **Tipo de letra** y escoge una fuente del listado. Este tipo de letra se utilizará, por ejemplo, para los pasajes de texto generales o para las descripciones de productos.



3. Selecciona **Encabezados** y elige un tipo de letra de la lista.



Aquí dispones de un abanico de opciones más amplio, dado que algunas fuentes solo son adecuadas para los encabezados. El tipo de letra que escojas se utilizará para los elementos siguientes, entre otros:

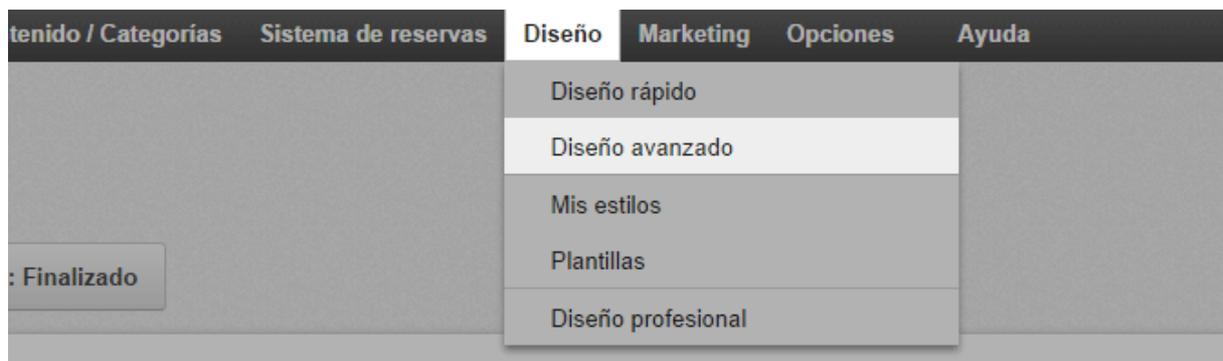
- Encabezados
- Botón «Añadir a la cesta»
- Pestañas

Los cambios se mostrarán de manera inmediata en tu sitio web.

Cómo modificar el tipo de letra para secciones de página concretas

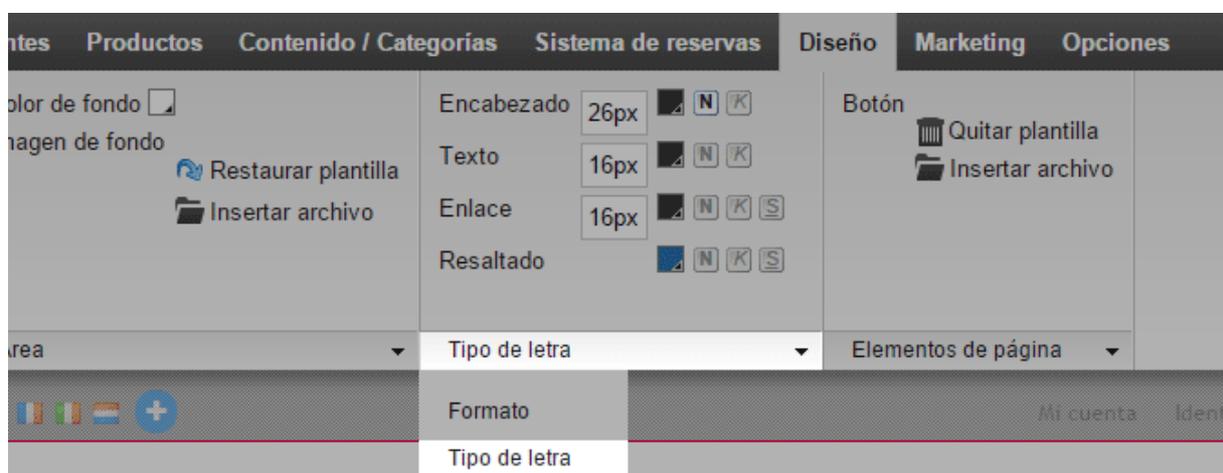
Tu sitio web está integrado por distintas secciones de página, como el encabezado o el pie. Puedes elegir un tipo de letra distinto para cada sección.

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, haz clic en **Diseño avanzado**.



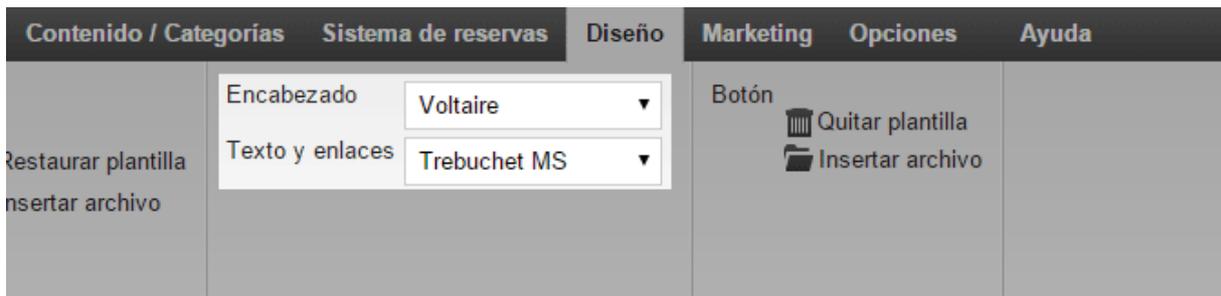
2. En la parte inferior verás una previsualización a gran tamaño de tu sitio web. En la previsualización, marca la sección de la página que deseas editar. La sección de la página escogida se mostrará con un marco rojo.

3. En la barra multifunción de arriba, selecciona **Tipo de letra** y luego otra vez **Tipo de letra**.



4. Ya puedes elegir el tipo de letra que se aplicará en el **Encabezado** y en el **Texto**

y enlaces. Verás los cambios aplicados de manera inmediata en la previsualización inferior. Ten en cuenta que la función de diseño avanzado pone a tu disposición menos tipos de letra que la opción de diseño rápido.

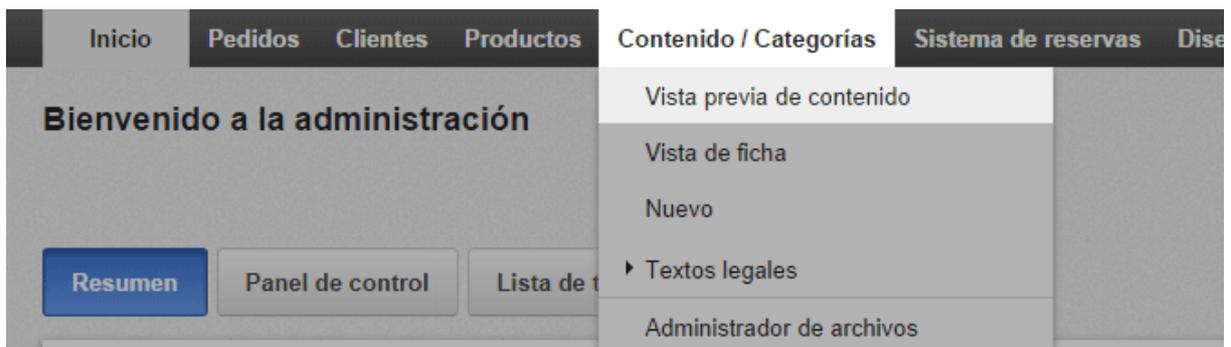


5. Guarda los cambios.

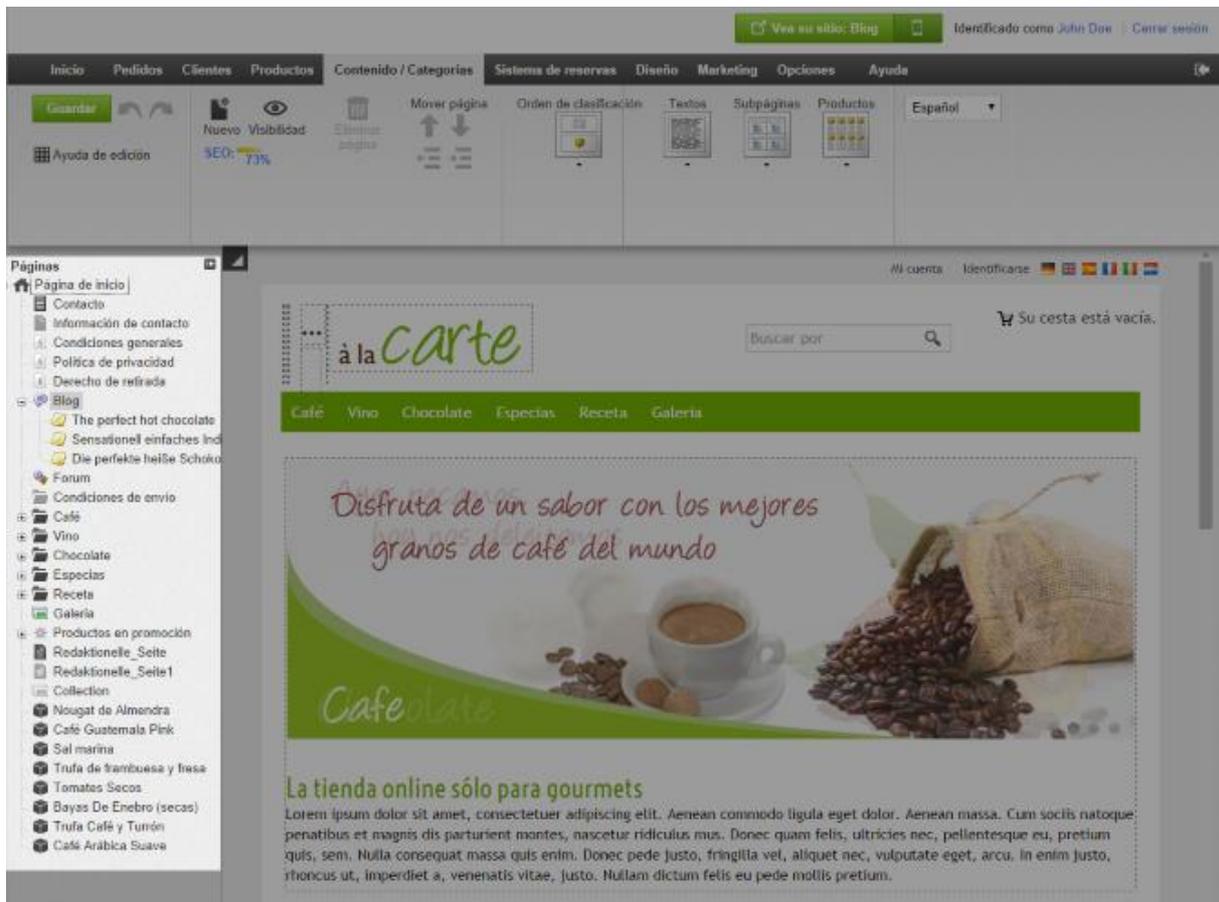
Cómo editar el tipo de letra de pasajes de texto sueltos

En algunos pasajes de texto es posible escoger la fuente de manera individual.

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Contenido/Categorías** y, a continuación, haz clic en **Vista previa de contenido**.

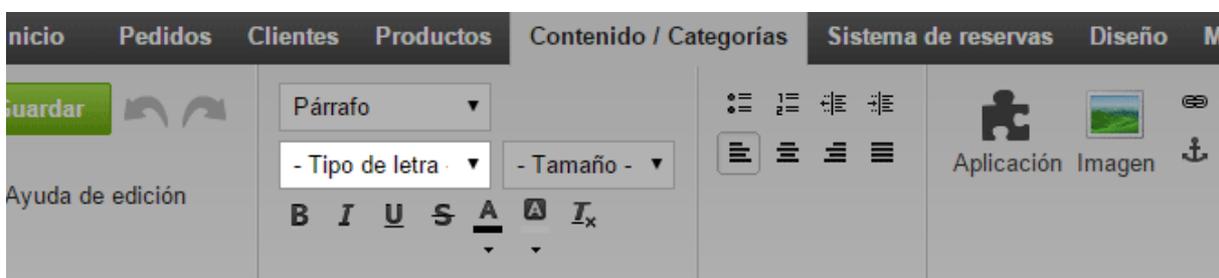


2. Selecciona la subpágina del sitio web que deseas modificar en el árbol de páginas de la izquierda.



3. En la previsualización, marca el texto cuya fuente te interesa modificar. Ten en cuenta que esta opción no funciona con todos los tipos de texto. Por ejemplo, las fuentes del título del sitio web y de los nombres de los productos únicamente pueden modificarse mediante el diseño rápido y el diseño avanzado (consulta los apartados previos).

4. Dirígete a **Tipo de letra** en la barra multifunción y, a continuación, elige la fuente. Verás los cambios aplicados de manera inmediata en la previsualización inferior. Ten en cuenta que la previsualización de contenido pone a tu disposición menos fuentes que la opción de diseño rápido.



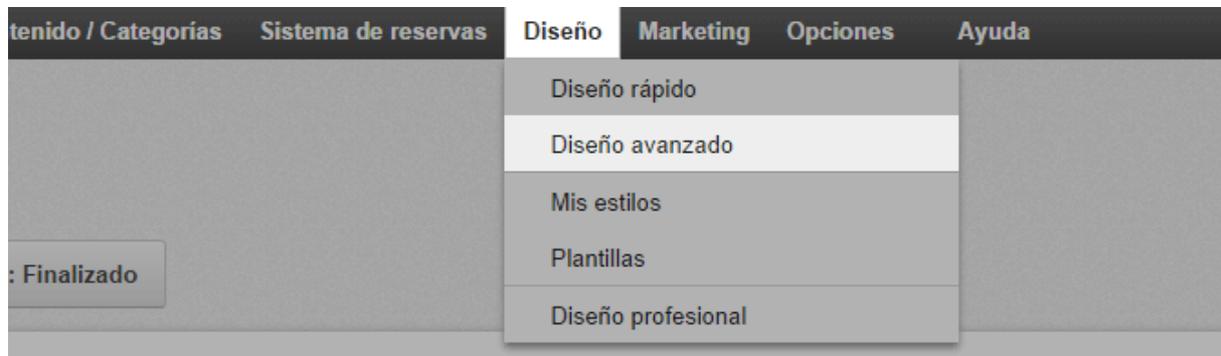
5. Guarda los cambios.



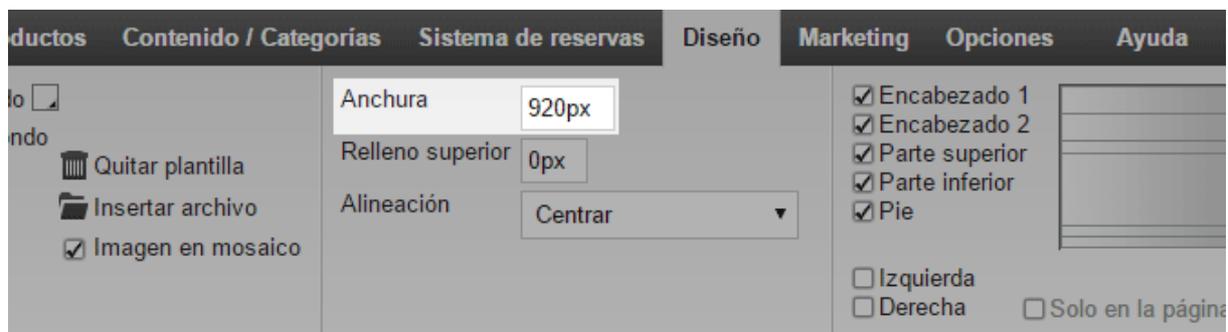
Cuando elijas un tipo de letra, comprueba que todo el texto del sitio web resulte fácil de leer.

Cómo cambiar la anchura de mi sitio web

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, haz clic en **Diseño avanzado**.



2. En la barra multifunción superior, bajo **Anchura**, especifica el ancho que deseas aplicar a tu sitio web, incluida la unidad de medida pertinente.



No dejes ningún espacio entre la cifra y la unidad de medida. Debes especificar la anchura en píxeles o en un valor porcentual:

- Si indicas la anchura en **px** (píxeles), podrás definir el ancho de tu sitio web con exactitud. En general, la anchura no debería exceder los 1000 píxeles. Por ejemplo, introduce «1000px».
- Si la indicas con un **%** (porcentaje), la anchura se ajustará en función del tamaño de la ventana del navegador. Así, por ejemplo, puedes indicar «80%» si quieres que tu sitio web llene la ventana del navegador en un 80 por ciento.

3. Guarda los cambios.

Tu sitio web se mostrará con la anchura que hayas definido.

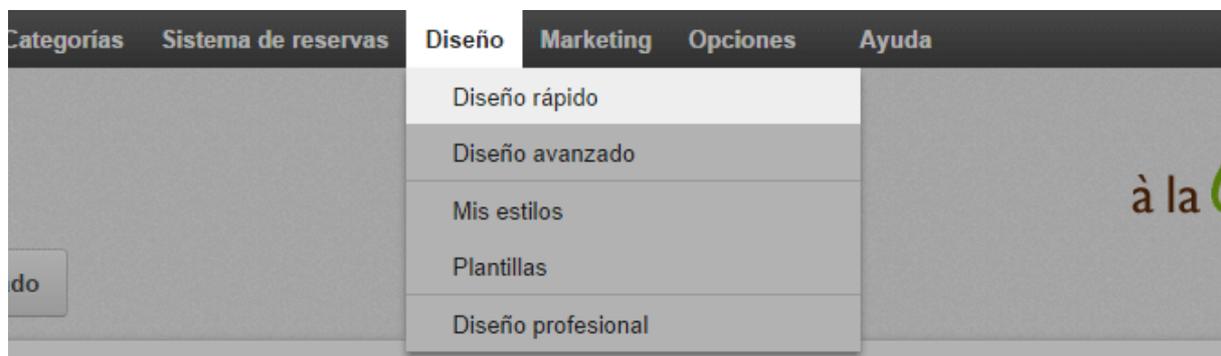
Cómo diseñar los botones de mi sitio web

Tu sitio web contiene botones en distintos puntos. Algunos ejemplos son el botón «Enviar», situado en la parte inferior de un formulario de contacto, y el botón que dirige al cliente desde la cesta de compra hasta el proceso de tramitación del pedido.

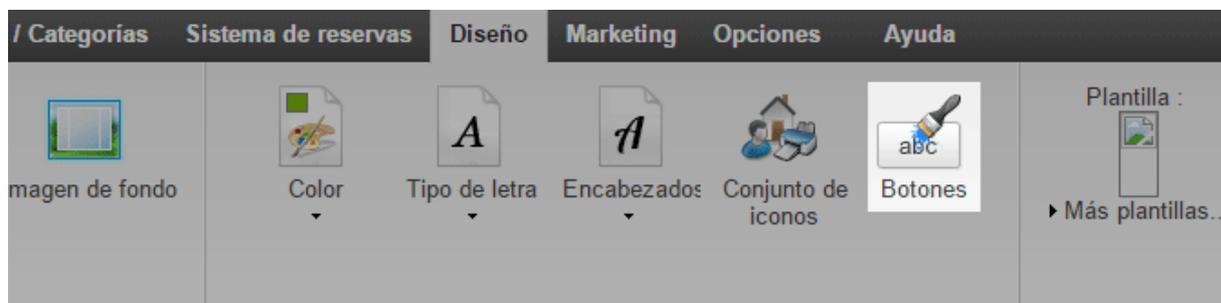
Puedes modificar el diseño de estos botones. Sin embargo, el diseño del botón «Añadir a la cesta» debe modificarse por separado. Para obtener más información, consulta [Cómo diseñar el botón "Añadir a la cesta"](#).

Cómo diseñar los botones de tu sitio web

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, haz clic en **Diseño rápido**.



2. En la barra multifunción, haz clic en **Botones**.



3. Se abrirá una ventana de diálogo que te permitirá modificar el diseño de los botones. Encima, verás una previsualización que te irá mostrando los cambios a medida que los efectúes.

4. Cuando te guste el resultado, haz clic en **Aplicar**.

Los cambios se aplican al instante.

Cómo optimizar el sitio web para móviles y Smartphones

Cada vez son más los usuarios que consultan Internet a través de sus *Smartphones*. Es recomendable que tu sitio web se muestre a los usuarios de *Smartphones* en una versión simplificada optimizada para móviles.

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones generales**.
2. En **Vista móvil**, elige cómo debería mostrarse tu sitio web en un *Smartphone*:

Opción	Descripción
Optimizado para tienda móvil	Recomendada para tiendas online. Los productos se muestran en una presentación deslizante en la página principal. El icono de la cesta de la compra se sitúa en la cabecera.
Optimizado para sitio web de dispositivos móviles	Recomendada para otros tipos de sitios web.
No utilizar	Los usuarios de <i>Smartphones</i> ven la versión estándar, no optimizada para móviles.

3. Guarda los cambios.



Los usuarios de Tablets siempre verán la versión estándar de tu sitio web.

Si un usuario de Smartphone desactiva la visualización móvil en su navegador, también verá la versión estándar.

Además, vale la pena activar la versión móvil por motivos de optimización en los motores de búsqueda: tu sitio web se marcará como «Para móvil» (o "Mobile friendly" en inglés) en los resultados de búsqueda de Google desde móvil, lo que te puede aportar más visitas desde móvil.

Tipografía web: qué es y cómo insertar una fuente de Google Fonts

Las tendencias actuales de diseño se centran más en diseños limpios, colores claros y estilos sencillos que se centren en las imágenes y en la propuesta de valor del sitio web. Uno de los factores que influyen en esta tendencia es la tipografía web. Con tu tienda, tienes a tu disposición un gran número de tipografías integradas para el diseño de tu tienda. Si además buscas algo diferente o te apetece probar algo nuevo, **Google Web Font** es una herramienta excelente que te ayudará a integrar nuevas tipografías en tu tienda de forma gratuita. En este artículo te hablamos de la tipografía web y de cómo integrar una Google Font paso a paso en tu tienda.

Qué es la tipografía web

La tipografía web se refiere al estilo de letra empleada en los textos de un sitio web.

Por qué es importante para el diseño de una tienda online

La tipografía web elegida afecta en gran medida al diseño de tu tienda y ayuda a transmitir el estilo y personalidad de tu negocio. Es, junto con las imágenes, lo que influye en la primera impresión que los clientes potenciales van a tener de tu tienda. De hecho, la tipografía tiene un carácter simbólico, ya que se asimila y se interpreta de forma inconsciente en la mente de los consumidores. Por ello, es importante que cualquier aspecto del estilo de tu tienda este en línea con tu producto y público objetivo: no es lo mismo vender juguetes para niños que relojes de alta gama para ejecutivos. ¿No te terminas de convencer? Mira la siguiente imagen:

Marketing online
Marketing online

Las buenas tipografías son aquellas que pueden generar una conexión emocional con tus clientes. Pero hay que ser cuidadoso al escoger la tipografía, ya que si no se escoge de forma adecuada, puede acabar generando discordancia entre lo que lo que las palabras dicen y lo que se pretende transmitir. De hecho, fíjate de nuevo en

la imagen superior. Seguro que ahora lo ves mucho más claro.

Cuántas tipografías debo usar en mi tienda

Normalmente dos fuentes son más que suficiente: una para los títulos o textos en las imágenes y otra para los textos. De esta manera, se podrá generar un contraste y apreciar visualmente la diferencia entre los títulos o informaciones generales y los textos o informaciones detalladas.

El uso de demasiadas fuentes en una misma página puede generar confusión y dar sensación de desorden. Lo cual se traduce a largo plazo en una pérdida de las conversiones en tu tienda.

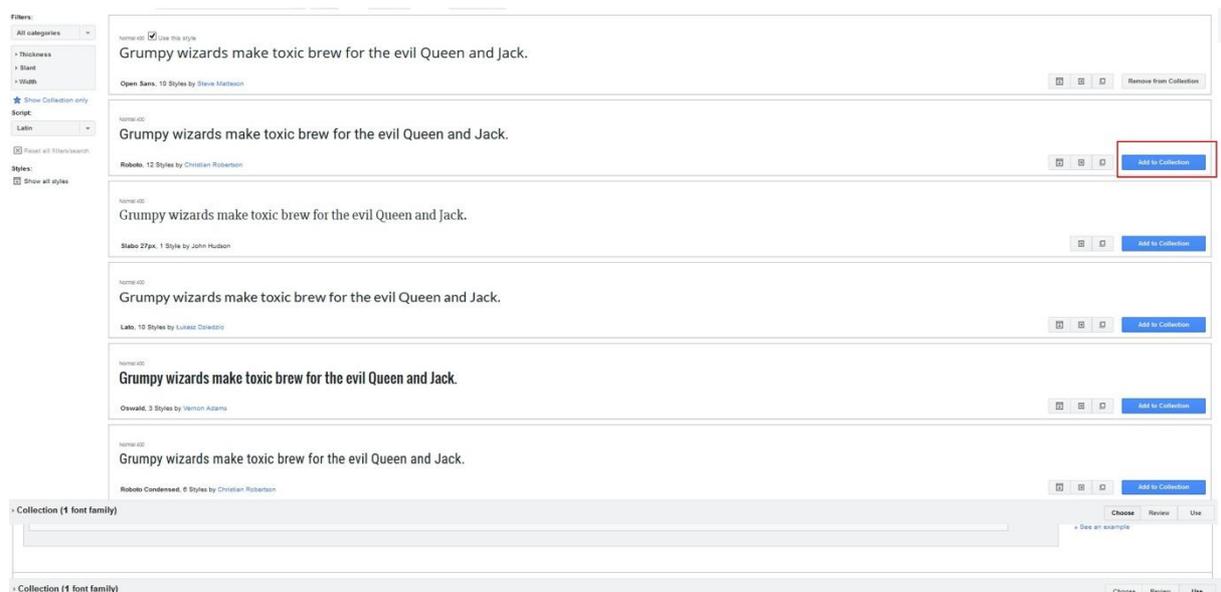
Qué es Google Fonts

Google Fonts es un recurso web con más de 700 fuentes disponibles y gratuitas que pueden utilizarse para cualquier tienda o sitio web.

Cómo activo una Google Font en mi tienda online

Selecciona la fuente que te gusta:

Lo primero que tienes que hacer es entrar en Google Fonts y seleccionar la que más te guste. Nosotros vamos a explicar el ejemplo con la fuente **Open Sans**. Búscala y haz clic en el botón **Add to Collection**.



Se desplegará en la parte inferior una pestaña de color gris con varias opciones. Haz clic en la opción **Use**.

Google Fonts More scripts About Analytics New to Google Fonts?

Almost done!
Verify your settings below and then copy the code for your website.

1. Choose the styles you want.

Open Sans

- Light 300
- Light 300 *Italic*
- Normal 400
- Normal 400 *Italic*
- Semi-Bold 600
- Semi-Bold 600 *Italic*
- Bold 700
- Bold 700 *Italic*
- Extra-Bold 800
- Extra-Bold 800 *Italic*

Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
 Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
 Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
 Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
 Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
 Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.

Page Load: 15

Impact on page load time
 Tip: Using many font styles can slow down your webpage, so only select the font styles that you actually need on your webpage.

2. Choose the character sets you want.

Greek (greek) Greek Extended (greek-ext) Latin (latin) Vietnamese (vietnamese) Cyrillic Extended (cyrillic-ext) Latin Extended (latin-ext) Cyrillic (cyrillic)

Standard @import Javascript

Collection (1 font family) Choose Review Use

Selecciona el espesor de la fuente que quieras y haz clic en **@import**.

Open Sans

- Light 300
- Light 300 *Italic*
- Normal 400
- Normal 400 *Italic*
- Semi-Bold 600
- Semi-Bold 600 *Italic*
- Bold 700
- Bold 700 *Italic*
- Extra-Bold 800
- Extra-Bold 800 *Italic*

Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
 Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
 Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
 Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
 Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
 Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.
Grumpy wizards make toxic brew for the evil Queen and Jack.

Page Load: 15

Impact on page load time
 Tip: Using many font styles can slow down your webpage, so only select the font styles that you actually need on your webpage.

2. Choose the character sets you want.

Greek (greek) Greek Extended (greek-ext) Latin (latin) Vietnamese (vietnamese) Cyrillic Extended (cyrillic-ext) Latin Extended (latin-ext) Cyrillic (cyrillic)

Standard @import Javascript

3. Add this code to your website:

```
@import url(https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans);
```

Instructions: To embed your Collection into your web page, copy the code as the first element in the <head> of your HTML document.
 > See an example

Copia el código que aparece en los cuadros de dialogo **Add this code to your website** y **Integrate the fonts into your CSS**:

Standard @import Javascript

3. Add this code to your website:

```
@import url(https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans);
```

4. Integrate the fonts into your CSS:

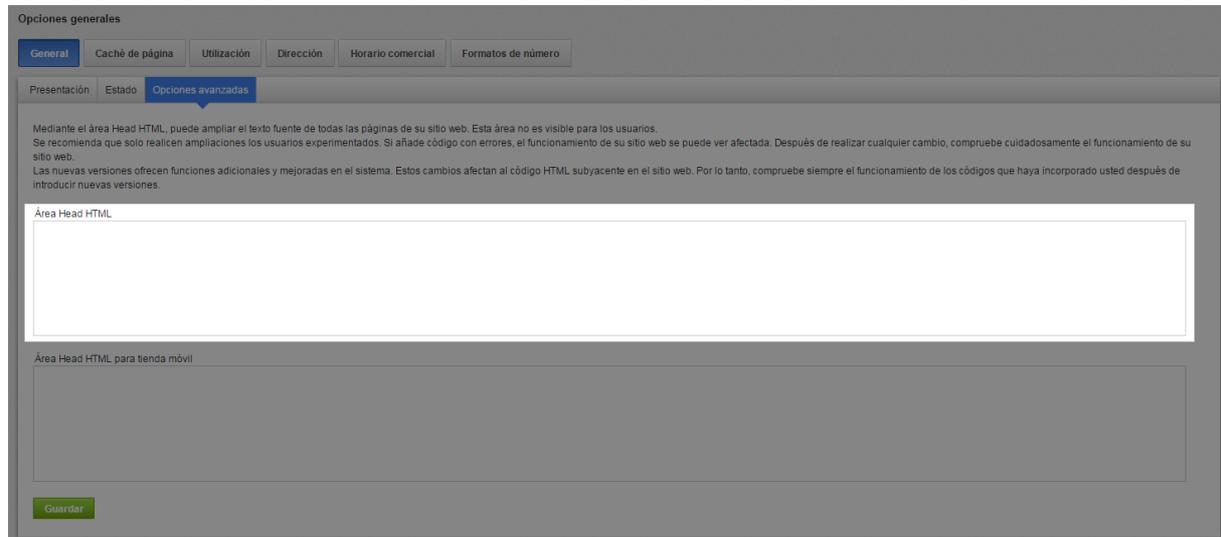
The Google Fonts API will generate the necessary browser-specific CSS to use the fonts. All you need to do is add the font name to your CSS styles. For example:

```
font-family: 'Open Sans', sans-serif;
```

2. Modifica e inserta este código en la zona HTML Head de tu tienda:

Dirígete al área de administración de tu tienda y haz clic en: **Opciones >>**

Opciones generales >> General >> Opciones avanzadas >> Área HTML Head:



Inserta el siguiente código modificando la parte marcada en naranja con el código de la fuente que hayas elegido en **Google Fonts**:

```
<style type="text/css">  
@import url(https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans);  
p, a, h1, h2, h3, input, button, span, div, td, li, em {  
font-family: 'Open Sans', sans-serif !important;  
}  
</style>
```

Debería quedar un código así:

```
<style type="text/css">  
@import url(https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans);  
p, a, h1, h2, h3, input, button, span, div, td, li, em {  
font-family: 'Open Sans', sans-serif !important;  
}  
</style>
```

Nota: Asegúrate de no duplicar ningún punto y coma ";" ya que solo tiene que haber uno al final de "important". Asegúrate también de no borrar ningún código que haya en la zona "HTML Head" si existe ya una hoja de estilos indicados con: <style type="text/css"> </style> En ese caso, inserta solo esta sección antes de la etiqueta </style>

```
@import url(https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans);  
p, a, h1, h2, h3, input, button, span, div, td, li, em {  
font-family: 'Open Sans', sans-serif !important;  
}
```

Haz clic en el botón **Guardar** y actualiza el cache de tu página.

¡Listo!

Todos los textos de tú página se habrán modificado.

Puedes asignar este texto solo a algunas partes seleccionadas, sólo tendrás que eliminar del código el tipo de texto que no quieres que sea afectado por la nueva fuente, por ejemplo:

p, = son textos en general

a, = son los enlaces

h1, h2, h3, = Son los diferentes títulos

button, = Son los botones

Primeros pasos: Añadir productos a tu tienda online

Con tu tienda online la venta de productos en Internet será más fácil que nunca. La clave está en el menú **Productos** del área de administración.

Añadir un nuevo producto

Existen varias maneras de añadir un producto. A continuación, te describimos una de ellas.

En Lista de tareas, haz clic en **Añadir productos** o bien en **Productos** en el menú principal y después selecciona la opción secundaria **Productos**. De este modo, obtendrás una visión general de todos los productos creados en la tienda.

Haz clic en la parte inferior del botón **Añadir** y selecciona el tipo de producto que quieres abrir: por ejemplo un **producto sencillo**, un **producto con variantes** o un **producto descargable**. Una camiseta en varios colores sería un producto con variantes, de la misma manera que un eBook o libro en PDF sería un producto descargable.

Como añadir un producto sencillo:

Haz clic en el botón más (+) y se abrirá un formulario donde podrás rellenar la información más importante del nuevo producto. Primero, introduce el número de producto interno (no visible en la tienda) y el nombre del producto. Puedes fijar el precio y las existencias actuales e incorporar mucha más información como la descripción o el peso de entrega. Después de guardar todos los datos del producto, ve a la pestaña imágenes para cargar las imágenes o fotos del producto.

¿Has registrado ya todos los datos importantes y cargado las imágenes correspondientes?

Entonces, sólo tendrás asignar una categoría al producto. Haz clic en la pestaña **Categorías** y selecciona la categoría deseada. Aquí, también puedes asignar el producto a más de una categoría (por ejemplo si quieres que aparezca en la categoría de productos en promoción o productos de la página de inicio).

¿Tienes un producto con variantes como varias tallas o colores?

De ser así, haz clic en la pestaña **Variantes** e inicia el asistente de variantes de producto, que te permitirá crear las variantes del producto fácil y rápidamente a partir del producto denominado "maestro".

Por último, tendrás que definir el producto como Visible para que tus clientes puedan comprarlo en su tienda.

Cómo añadir un producto nuevo

Puedes ofrecer diversos tipos de producto en tu tienda online. Selecciona el tipo de producto que quieres añadir para leer las instrucciones correspondientes.

- Producto individual: producto simple.
- Producto con variantes: producto disponible en distintas variantes. Por ejemplo, una camiseta disponible en varios colores y tallas.
- Agrupación de productos: lote de productos relacionados que se ofrece a un precio único. Por ejemplo, una pizarra que se vende con un paquete de tizas.
- Producto descargable: productos digitales que los clientes pueden descargar tras su adquisición. Por ejemplo, música en formato de archivo MP3 o un libro electrónico en un archivo PDF.
- Producto personalizable: producto que el cliente puede personalizar con texto o imágenes propias. Por ejemplo, una taza con una foto elegida por el cliente.

Cómo añadir un producto nuevo

Existen tres maneras de añadir un producto desde el área de administración de tu tienda online. Te animamos a probarlas para comprobar cuál prefieres.

Opción 1

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.
2. Haz clic en la parte inferior del botón **Añadir**.
3. Selecciona Producto.
4. Añade detalles adicionales acerca del nuevo producto.

Opción 2

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos**, haz clic en **Nuevo** y, a continuación, indica el tipo del producto nuevo. *Nota: Si tienes activada la vista de una categoría a modo de ficha, el nuevo producto se asignará automáticamente a esa categoría.*
2. Añade detalles adicionales acerca del nuevo producto.

Opción 3 (no disponible para lotes de productos o productos descargables)

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.
2. En la parte inferior de la tabla, introduce el número interno del producto y los detalles principales como el nombre, precio y existencias disponibles.
3. Guarda los cambios.
4. El nuevo producto se mostrará en la tabla. Haz clic en el número de producto para añadir información adicional.

Cómo añadir un producto individual nuevo

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.
 2. La tabla muestra un resumen de todos los productos disponibles en tu tienda online. Para añadir un producto, haz clic en la parte inferior del botón **Añadir**.
 3. Selecciona el tipo de producto nuevo, en este caso, simplemente **Producto**.
 4. Introduce toda la información básica relativa al producto en esta página. No es preciso que rellenes todos los campos, pero te recomendamos que utilices los siguientes:
 - **Número de producto (campo obligatorio):** es el número interno que el producto tendrá en tu tienda.
 - **Producto visible en la tienda:** activa la visibilidad del producto tras configurar todas las opciones y cargar imágenes.
 - **Nombre del producto:** es el nombre con el cual el producto se mostrará en la tienda.
 - **Precio:** es el precio en el que se ofrecerá el producto en tu tienda. Aquí puedes especificar el precio en las monedas que utilices en tu tienda.
 - **Tipo fiscal:** selecciona el tipo de impuesto adecuado para el producto.
 - **Descripción:** esta descripción se muestra en la vista de lista de productos.
 - **Descripción detallada:** esta descripción se muestra en la página de detalles del producto.
 - **Existencias:** indica cuántas unidades del producto tienes en stock.
 5. Guarda los cambios. Ya has proporcionado la información más importante acerca del producto. A continuación puedes configurar otras opciones para este producto en las subpáginas.
 6. Haz clic en **Imágenes**, carga las imágenes del producto y guarda los datos.
 7. Dirígete a **Categorías**, elige la o las categorías a las que corresponda el producto y guarda los cambios.
 8. Si es preciso, configura otras opciones en el resto de subpáginas y guárdalas.
 9. Cuando hayas acabado, dirígete a **General** y, en **Producto visible en la tienda**, marca **Sí** y guarda los cambios.
- El producto estará disponible en la tienda para tus clientes.

Cómo añadir un nuevo producto personalizable

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.

2. La tabla muestra un resumen de todos los productos disponibles en tu tienda online. Para añadir un producto, haz clic en la parte inferior del botón **Añadir** y escoge el tipo de producto nuevo (en este caso, **Producto personalizable**).

3. Introduce toda la información básica relativa al producto en esta página. No es preciso que rellenes todos los campos, pero sí conviene que configures las opciones siguientes:

- **Número de producto (campo obligatorio):** es el número interno que el producto tendrá en tu tienda.
- **Producto visible en la tienda:** activa la visibilidad del producto tras configurar todas las opciones y cargar imágenes.
- **Nombre del producto:** es el nombre con el cual el producto se mostrará en la tienda.
- **Precio:** es el precio en el que se ofrecerá el producto en tu tienda. Aquí puedes especificar el precio en las monedas que utilices en tu tienda.
- **Tipo fiscal:** selecciona el tipo de impuesto adecuado para el producto.
- **Descripción:** esta descripción se muestra en la vista de lista de productos.
- **Descripción detallada:** esta descripción se muestra en la página de detalles del producto.
- **Existencias:** indica cuántas unidades del producto tienes en stock.

4. Guarda los cambios. Ya has proporcionado la información más importante acerca del producto.

5. A continuación pasarás a la subpágina **Personalización**, donde puedes definir las opciones de personalización. En el campo **Instrucciones**, explica a tus clientes cómo personalizar el producto.

6. La opción **Mostrar imagen de vista previa** te permite determinar si los clientes podrán ver una vista previa del producto durante la personalización o no. La vista previa es necesaria para que coloquen el texto y las imágenes en el producto. No mostrar la vista previa únicamente tiene sentido en aquellos productos cuyas zonas personalizables el cliente ya conoce, como los bolígrafos. Si no quieres mostrar una vista previa, salta al paso 10.

7. Haz clic en **Cargar imagen** para añadir una imagen del producto, si es que aún no lo has hecho. De otro modo, la imagen que se mostrará será la que encontrarás en la subpágina *Imágenes*, en *Función de zoom*, *Dos columnas*. Comprueba que la imagen sea adecuada como plantilla personalizable.

8. A continuación, añade las zonas personalizables para que tus clientes puedan colocar texto e imágenes en la imagen de la vista previa. Así es como se definen las zonas personalizables del producto. Para añadir otra zona personalizable, arrastra y suelta uno de los cuadrados grises sobre la imagen de la vista previa. Puedes arrastrar y soltar el cuadrado para reubicarlo y hacer clic en los bordes mientras mantienes pulsado el botón izquierdo del ratón para ampliarlo o reducirlo. Puedes fijar un máximo de cinco zonas personalizables.

9. Dirígete a **Operaciones posibles para campos de texto y selección de imágenes** para determinar si el cliente puede colocar, redimensionar o girar el texto y las imágenes.

10. Para permitir la personalización de un producto, al menos debe haber un cuadro de texto o un campo para seleccionar imágenes. El cliente puede utilizarlos para indicar el mensaje o las imágenes que aparecerán en el producto. Se pueden personalizar un máximo de cinco cuadros de texto e imágenes.

Haz clic en **Añadir campo de texto** o **Añadir selección de imagen**. A continuación, asigna un nombre al campo y define las opciones correspondientes a la derecha.

Opciones para cuadros de texto: Puedes decidir cuántas líneas pueden tener los cuadros de texto. En **Longitud máxima**, define cuántos caracteres puede escribir el cliente en el cuadro de texto. En Determinar tipos de letra podrás modificar la tipografía de todos los productos personalizables de este tipo de producto.

Opciones para selección de imágenes: Puedes determinar el tamaño de imagen mínimo que el cliente puede cargar. Ten en cuenta que las imágenes de poco tamaño no suelen ser óptimas para la impresión. Haz clic en Determinar formatos de archivo para modificar los tipos de archivo permitidos en todos los productos personalizables de este tipo de producto.

11. Guarda los cambios.

12. Dirígete a **Categorías**, elige la o las categorías a las que corresponda el producto y guarda los cambios.

13. Si es preciso, configura otras opciones en el resto de subpáginas y guárdalas.

14. Cuando hayas acabado, dirígete a **General** y, en **Producto visible en la tienda**, marca **Sí** y guarda los cambios.

El producto estará disponible en la tienda para tus clientes.



Establece las opciones básicas de personalización (por ej.: los formatos de archivo compatibles y los tipos de letra) en **Productos > Tipos de producto > [Tipo de producto] > Personalización**. Las opciones que marques se aplicarán a todos los productos personalizables de este tipo de producto determinado.

No es posible personalizar agrupaciones de productos ni productos descargables..

En el caso de los productos con variantes, la personalización solo se aplica al producto principal.

Cómo añadir un nuevo producto descargable

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.

2. La tabla muestra un resumen de todos los productos disponibles en tu tienda online. Para añadir un producto, haz clic en la parte inferior del botón **Añadir** y escoge el tipo de producto nuevo (en este caso, **Producto descargable**).

3. Introduce toda la información básica relativa al producto en esta página. No es preciso que rellenes todos los campos, pero te recomendamos que utilices los siguientes:

- **Número de producto (campo obligatorio):** es el número que el producto tendrá en tu tienda.
- **Producto visible en la tienda:** activa la visibilidad del producto tras configurar todas las opciones y cargar imágenes.
- **Nombre del producto:** es el nombre con el cual el producto aparecerá en la tienda.
- **Precio:** es el precio en el que se ofrecerá el producto en la tienda. Aquí puedes especificar el precio en las monedas que utilices en tu tienda.
- **Tipo fiscal:** selecciona el tipo de impuesto adecuado para el producto.
- **Descripción:** esta descripción se muestra en la vista de lista de productos.
- **Descripción detallada:** esta descripción se muestra en la página del producto.

4. Guarda los cambios. Ya has proporcionado la información más importante acerca del producto.

5. A continuación pasarás a la subpágina **Descargas**, donde puedes determinar qué archivos recibirá el cliente al adquirir el producto. Puedes cargar archivos o bien enlazar un archivo que ya esté online en una URL en concreto.

- Para cargar uno o más archivos, haz clic en **Cargar archivos**. Selecciona el archivo o archivos guardados en el ordenador.
- Para enlazar un archivo que ya se encuentre online, dirígete a **Adjuntar archivo**. Escribe la dirección URL donde está y haz clic en **Aplicar**.

6. Si el archivo debe estar disponible para su descarga durante un tiempo determinado tras la adquisición, dirígete a **Disponibilidad máxima para descarga** y especifica durante cuántos días estará disponible.

7. Si te interesa limitar el número de descargas por compra, dirígete a **Número de descargas posibles** y especifica cuántas descargas pueden realizarse. Por ejemplo, si indicas «5», el comprador solo podrá descargar el archivo cinco veces. Una vez lo haya hecho, el enlace dejará de funcionar.

8. Guarda los cambios.

9. Haz clic en **Imágenes**, carga las imágenes del producto y guarda los datos.
10. Dirígete a **Categorías**, elige la o las categorías a las que corresponda el producto y guarda los cambios.
11. Si es preciso, configura otras opciones en el resto de subpáginas y guárdalas.
12. Cuando hayas acabado, dirígete a **General** y, en **Producto visible en la tienda**, marca **Sí** y guarda los cambios.

El producto estará disponible en la tienda para tus clientes.



Si el archivo en cuestión es un archivo MP3, se creará un fragmento breve a modo de vista previa para que los clientes puedan escuchar una muestra antes de adquirirlo. También puedes crear una vista previa de otros tipos de archivo.

Cómo determinar cuándo puede el cliente descargarse el archivo

Puedes decidir si el cliente recibirá el correo electrónico con el enlace de descarga cuando el estado del pedido sea «pagado» o bien justo después de tramitar el pedido.

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones de producto**.
2. Haz clic en **Productos descargables**.
3. Selecciona cuándo debe recibir el enlace el cliente.
4. Guarda los cambios.

Cómo añadir una vista previa de un producto descargable

Si vendes ciertos tipos de productos descargables en tu tienda (como libros electrónicos o MP3), puedes mostrar a tus clientes una vista previa de dichos productos. De este modo podrán hacerse una idea de la calidad del producto antes de adquirirlo.

En el caso de los MP3, el sistema de la tienda crea automáticamente un fragmento de muestra para que tus clientes puedan escucharlo. Para los demás tipos de archivo deberás crear tú mismo la vista previa. Por ejemplo, si quieres vender un libro electrónico en formato PDF, puedes crear un archivo PDF a modo de vista previa con unas cuantas páginas de muestra del libro.

Configurar una vista previa para el tipo de producto

Para poder cargar archivos de vista previa, primero debes determinar un atributo de producto para el tipo de producto en cuestión.

Por ejemplo: Si vendes libros electrónicos en tu tienda, en la administración de la tienda, los libros se pueden asignar siempre a un tipo de producto que también se llame «libros electrónicos». Para poder cargar archivos de vista previa de estos productos, primero debes crear un atributo para el tipo de producto «libros electrónicos».

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Tipos de producto**.
2. La tabla muestra todos los tipos de producto que tienes configurados en tu tienda online actualmente. Haz clic en el identificador del tipo de producto para el cual quieres activar una vista previa.
3. Haz clic en **Atributos**.
4. La tabla muestra todos los atributos que tienes configurados actualmente para este tipo de producto en tu tienda online. En la última fila de la tabla, introduce como identificador «Vistaprevia» y el nombre «Vista previa».
5. En la columna **Tipo**, selecciona **Archivo**.
6. Guarda los cambios.

Ahora ya puedes cargar los archivos de vista previa correspondientes a los productos de este tipo.

Cómo cargar un archivo de vista previa de un producto descargable

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.
2. La tabla muestra un resumen de todos los productos disponibles en tu tienda online. Haz clic en el número de producto del producto que quieras modificar.
3. En el apartado **Atributos**, comprueba si has determinado el **Tipo de producto** para el producto del cual has creado una vista previa. En caso contrario, escoge el tipo de producto correcto y guarda los cambios.
4. Ahora verás el atributo «Vista previa» que acabas de crear en la sección **Atributos**. Haz clic en **Seleccionar archivo** para cargar el archivo de vista previa correspondiente a este producto.
5. Guarda los cambios.

A partir de ahora tus clientes verán el archivo de vista previa en la página del producto correspondiente.

Cómo hacer visible un producto

Por defecto, los productos recién creados no están visibles en la tienda online. Esto significa que puedes realizar todos los ajustes necesarios antes de que los vean los usuarios.

Cómo hacer visible un producto

1. En el menú principal del área de administración, elige **Productos** y, a continuación, **Productos**.
2. En la tabla aparecen todos los productos de tu tienda online. Selecciona los que desees hacer visibles en la columna de la izquierda.
3. Haz clic en la parte inferior del botón **Visibilidad**, arriba, y después, en **Hacer visible**.

El producto ya está visible.



Si los visitantes de tu tienda online introducen la dirección exacta de un producto invisible o hacen clic en un antiguo enlace a dicho producto, podrán verlo pero no encargarlo.

Cómo duplicar un producto

1. En el menú principal del área de administración, elige **Productos** y, a continuación, **Productos**.
2. En la tabla aparecen todos los productos de tu tienda online. Selecciona los que desees duplicar en la columna de la izquierda de la tabla.
3. Haz clic en el botón **Duplicar** de la parte de arriba.

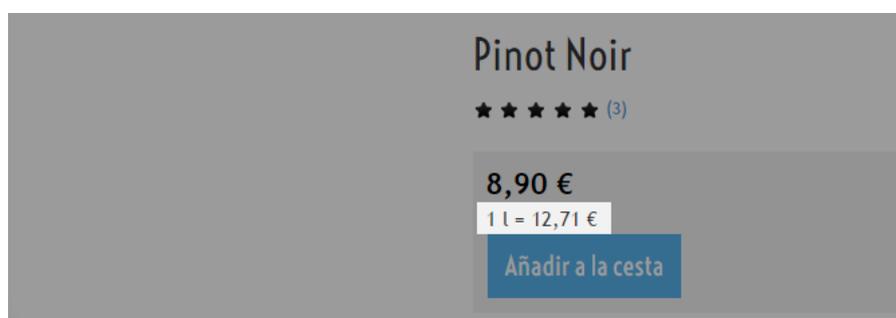
El producto se duplicará. De entrada no podrás visualizar el nuevo producto en tu tienda online.

Qué son las unidades de referencia y cómo se utilizan

Las unidades de referencia permiten a los clientes comparar al instante el precio de varios productos que contienen diferentes cantidades. Puedes especificar una unidad de referencia para cada producto.

En el ejemplo siguiente, estableceremos el precio de referencia de una botella de vino. La botella contiene 700 ml. Para que los clientes puedan comparar precios fácilmente, la conversión del precio correspondiente a un litro de vino se muestra en la página de producto a modo de referencia.

El resultado quedaría de esta forma:



Cómo especificar la unidad de referencia de un producto

1. En el menú principal del área de administración, elige **Productos** y, a continuación, **Productos**
2. La tabla muestra un resumen de todos los productos de tu tienda online. Selecciona el número de producto del artículo que quieras modificar.
3. En el apartado **Información de precio y cantidad detallada**, teclea un número en el campo junto a **Unidad de referencia** (en nuestro ejemplo, «1»).
4. Junto a dicho campo, selecciona la unidad (en nuestro ejemplo, «litro»).
5. En el campo **Cantidad en el producto**, teclea la cantidad que contiene el producto (en nuestro ejemplo, «0,7 litros»).
6. Guarda los cambios.

El precio de referencia ya aparece en la página de producto de tu tienda online.

Qué son las listas de la compra y cómo las utilizan los clientes

Los clientes registrados utilizan las listas de la compra para agregar sus productos favoritos, sus pedidos o el contenido actual de la cesta de la compra y poder usarlos más adelante. Por ejemplo, si un cliente encuentra un producto que le gusta en tu tienda online, puede añadirlo a su lista de la compra a través del enlace **Poner en la lista de la compra** de la página del producto.

Si el cliente vuelve a iniciar sesión en el sitio web, encontrará su lista de la compra en **Mi cuenta**.

Esta opción es especialmente práctica para los clientes que suelen pedir siempre los mismos productos. Al tenerlos guardados en la lista de la compra, les basta con un solo clic para añadirlos todos a la cesta.

Las listas de la compra están activadas de forma predeterminada en tu tienda online.

Cómo definir si los clientes pueden utilizar listas de la compra

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones de producto**.
2. Selecciona **Listas de la compra**.
3. En **Ofrecer la funcionalidad de listas de la compra**, especifica si deseas que los clientes puedan usar listas de la compra.
4. Guarda los cambios.

Cómo añadir imágenes a un producto

Para que una tienda online tenga éxito es importante incorporar buenas imágenes de los productos. Las imágenes de los productos aparecen en distintos apartados de la tienda, como por ejemplo en las páginas o en los listados de productos. Puedes mostrar varias imágenes de distinto tamaño para cada producto.

Por regla general, cuanto mayor es la resolución de las imágenes, mejor se aprecian cuando se amplían o se visualizan en dispositivos de alta definición.

Cómo añadir imágenes a un producto

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.
2. La tabla muestra un resumen de todos los productos de tu tienda online. Selecciona el número de artículo del producto que quieras modificar.
3. A continuación, haz clic en **Imágenes**.

En las subpáginas **Imagen de producto** y **Galería/Presentación** podrás cargar las imágenes.

Encontrarás más detalles sobre los distintos tipos de imágenes que puedes utilizar en estas subpáginas.

La imagen estándar

En la subpágina **Imagen de producto**, haz clic en el botón **Cargar imagen** para subir una imagen estándar para el producto en particular. Dicha imagen se aplica de manera automática a todas las demás vistas (véase el apartado siguiente). Ten en cuenta también que se sustituirán todas las imágenes existentes en las demás vistas.

Imágenes para distintas vistas

En la subpágina **Imagen de producto**, haz clic en el enlace **Opciones avanzadas** para cargar las imágenes para otros tipos de vista. Si has cargado una imagen estándar para este producto, dicha imagen se aplicará de manera automática a las distintas vistas, de manera que normalmente no necesitarás realizar ningún cambio aquí.

La tabla siguiente te permite comprobar en qué apartados de tu tienda se muestra cada imagen.

Imagen	¿Dónde se muestra?	Notas
Una columna, Cuadros pequeños	<ul style="list-style-type: none"> · En los listados de productos, cuando está seleccionada la disposición en Una columna o en Cuadros pequeños. 	
Página de detalles, Vista ampliada, Tres columnas, Cuatro columnas.	<ul style="list-style-type: none"> · En la página de producto a modo de imagen principal. · En los listados de productos, cuando está seleccionada la disposición Tres columnas, Cuatro columnas o Efecto Cover flow. 	<ul style="list-style-type: none"> · A partir de determinado tamaño, esta imagen se muestra a los clientes en un formato más reducido. Por tanto, se optimiza para las pantallas de retina (por ejemplo, la de los Smartphones). · Puedes definir el tamaño máximo de imagen para la vista ampliada en la zona de administración, en Opciones >> Opciones de producto.
Función de zoom, Dos columnas.	<ul style="list-style-type: none"> · En la página del producto, cuando el cliente hace clic en la imagen del producto. · En los listados de productos, cuando se tiene seleccionada la disposición en Dos columnas. · En la página de producto, cuando la función de zoom se activa y el usuario desplaza el cursor por encima de la imagen. 	<ul style="list-style-type: none"> · Puedes activar o desactivar la función de zoom desde el menú Opciones >> Opciones de producto. También puedes determinar el tamaño de la ventana de zoom desde este apartado.
Cuadros grandes, Caja de productos en promoción.	<ul style="list-style-type: none"> · En los listados de productos, cuando se tiene seleccionada la disposición en Cuadros grandes. · En el elemento de página Caja de productos en promoción. 	

Imágenes para la galería/presentación en la página de producto.

Puedes mostrar varias imágenes a modo de galería o presentación en la página de producto.

Puedes cargar las imágenes para esta sección en la subpágina **Galería/Presentación**.

1. Haz clic en **Cargar imagen** para subir una imagen. Repite este paso hasta haber cargado todas las imágenes.
2. En la columna **Visible**, elige qué imágenes quieres que se muestren en la Galería/Presentación y guarda los cambios.
3. En la columna Orden de clasificación, especifica en qué orden deben mostrarse las imágenes.

Ya has configurado la galería/presentación.



La primera imagen de la galería/presentación se muestra en la página de producto a modo de imagen principal, en lugar de la imagen definida en Página de detalles, Vista ampliada, Tres columnas o Cuatro columnas.



Determina la disposición de las imágenes en la página de detalles del producto, utilizando los tipos de producto.

Qué son los productos en promoción y cómo se utilizan

A los clientes les encanta encontrar ofertas especiales en las tiendas online. Aprovecha para ofrecerles descuentos o lanzar campañas de manera regular. Los productos que ofreces como parte de estas promociones se denominan en la administración «productos en promoción». Puedes mostrar los productos en promoción en todas las páginas de tu tienda online o bien en una página dedicada.

Cómo determinar los productos en promoción en mi tienda online

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos en promoción**.
2. La tabla muestra un resumen de todos los productos en promoción que hay en tu tienda. Haz clic en el botón **Asignar productos** para añadir artículos.
3. Se abrirá una ventana de diálogo con los productos de tu tienda. En la tabla, escoge en la primera columna los artículos que desees ofrecer como productos en promoción. Si es necesario, utiliza el buscador de la parte superior derecha para encontrar los que te interesan.
4. Para ver todos los productos seleccionados, haz clic en **Elementos seleccionados**.
5. Haz clic en **Aplicar**.

Los cambios se guardarán automáticamente.

Cómo eliminar productos de la lista de productos en promoción

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos en promoción**.
2. La tabla muestra un resumen de todos los productos en promoción que hay en tu tienda. En la primera columna de la tabla, selecciona los productos que desees borrar del listado de productos en promoción.
3. Haz clic en el botón **Quitar asignación**.

Los artículos seleccionados dejarán de figurar entre tus productos en promoción pero no se borrarán de tu listado general de productos.

Cómo mostrar los productos en promoción en mi tienda online

Puedes definir los productos en promoción que deseas ofrecer en tu tienda online, como, por ejemplo, productos de oferta. Puedes mostrar los productos en promoción en todas las subpáginas de la tienda o bien únicamente en una página.

Cómo mostrar los productos en promoción en todas las páginas

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, haz clic en **Diseño avanzado**.
 2. Sitúate en la zona de la página donde deseas que aparezcan los productos en promoción y haz clic en el símbolo más .
 3. En el apartado **Categorías y productos de la derecha, selecciona una de estas dos opciones:**
 - **Caja de productos en promoción:** se añade una caja en la que se muestran los productos en promoción.
 - **Enlace a los productos en promoción:** se añade un enlace a los productos en promoción.
 5. Haz clic en **Insertar**.
 6. Si has escogido **Caja de productos en promoción**, define las opciones (como el color de fondo y la tipografía) para este elemento de página y haz clic en **Aplicar**.
 7. En la vista previa ya puedes ver el elemento de página que acabas de insertar. Puedes colocarlo con precisión de píxels.
 8. Guarda los cambios.
- A partir de este momento, tus productos en promoción o el enlace correspondiente se mostrarán en el lugar deseado.

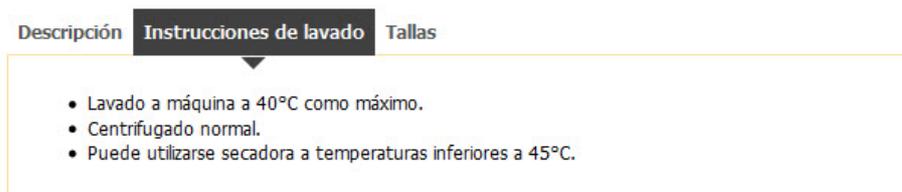
Cómo mostrar los productos en promoción en una página concreta

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Contenido/Categorías** y, a continuación, haz clic en **Nuevo**.
 2. En **Tipo**, selecciona la opción **Productos en promoción**.
 3. Si es necesario, cámbiale el nombre en **Nombre**.
 4. Mantén seleccionada la opción **No** en **Visible**. De este modo podrás editar la página antes de recibir visitas en tu sitio web.
 5. Haz clic en **Insertar**.
 6. Comprueba en el árbol de páginas de la izquierda si la página se ha insertado en la ubicación correcta. En caso contrario, usa los botones **Mover página** de la barra multifunción.
 7. Determina cómo se visualizará la página mediante las opciones **Orden de clasificación, Textos, Subpáginas y Productos**.
 8. Si lo deseas, en la vista previa puedes modificar las zonas enmarcadas de la página para añadir un mensaje propio por ejemplo. Guarda los cambios.
 9. Cuando termines de realizar cambios en la página, dirígete a **Visibilidad** en la barra multifunción.
 10. En la opción **Visible**, marca **Sí**.
 11. En **Visible en el menú**, escoge si la página debe estar visible en el menú.
 12. Aplica los cambios.
 13. Guarda los cambios.
- A partir de este momento, la página con tus productos en promoción aparecerá en tu sitio web.

Cómo mostrar información sobre los productos en pestañas

Uno de los principios básicos del e-commerce es: proporciona a tus clientes toda la información necesaria sobre tus productos. Ahora bien, cuanto más información se incluya, más confusas pueden resultar las páginas de producto. Para ofrecer una presentación más clara, puedes mostrar la información del producto en pestañas.

A continuación puedes ver un ejemplo de una página de producto en la que la información se muestra en pestañas:



Cómo determinar qué información del producto se muestra en pestañas

Para especificar qué información del producto se muestra en pestañas debes usar la función de tipos de producto.

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Tipos de producto**.
2. La tabla muestra un resumen de todos los tipos de producto creados en tu tienda. Escoge el identificador del tipo de producto que quieras modificar.

También puedes crear un tipo de producto nuevo y seleccionarlo.

3. Haz clic en **Atributos**.

4. La tabla muestra todos los atributos relacionados con este tipo de producto. Por ejemplo: para una camiseta, algunos atributos posibles serían «Descripción», «Tallas» e «Instrucciones de cuidado». Ten en cuenta que en las pestañas solo pueden mostrarse atributos del tipo «Texto» o «Texto dependiente del idioma». Escoge el identificador del atributo que te interesa mostrar en una pestaña.

También puedes crear un atributo nuevo y seleccionarlo.

5. En la opción **Mostrar en la ficha propia**, marca **Sí**.
6. ¿Quieres mostrar texto con formato especial o elementos como imágenes o vídeos? Entonces selecciona **Sí** en la opción **Admitir el formato HTML**.
7. Guarda los cambios.

8. Para mostrar otros atributos en pestañas, en la parte superior, en el menú principal, haz clic en el identificador del tipo de producto y repite los pasos del 4 al 7.

9. Si el tipo de producto contiene diversos atributos, puedes escoger el orden en el que se muestran al cliente.

El atributo requerido se mostrará en una pestaña en la página del producto.

Cómo insertar texto relativo a un producto en una pestaña

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.

2. En la tabla aparecen todos los productos de tu tienda online. Haz clic en el número del producto al que deseas añadir texto en una pestaña.

3. ¿El tipo de producto está bien clasificado? En caso contrario, escoge el tipo de producto correcto en **Atributos** y guarda los cambios.

4. Ahora, en **Atributos**, verás un campo para la pestaña. Escribe ahí el texto.

5. Guarda los cambios.

El texto que escribas se mostrará en la pestaña de la página del producto.

Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos.



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos.

Cómo asignar un producto a una categoría

Cómo asignar un producto individual a una categoría

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.
 2. La tabla muestra un resumen de todos los productos disponibles en tu tienda online. Haz clic en el número de producto del producto que quieras modificar.
 3. Haz clic en **Categorías**.
 4. Haz clic en **Asignar categorías**.
 5. En la parte derecha verás todas las categorías y subpáginas de tu tienda online. Marca las categorías/subpáginas a las cuales desees asignar el producto.
 6. Si es preciso, utiliza la opción **Listar primero el producto actual en las categorías seleccionadas**.
 7. Haz clic en **Aplicar**.
 8. Si has asignado el producto a varias categorías, puedes ordenarlas. La ordenación se efectúa por los motivos siguientes:
 - La primera categoría se muestra en el historial de navegación (ruta de navegación) de la página del producto si el producto no se activa a través de una página de categoría.
 - La función «Buscar también en esta categoría:», en la página de producto, sigue el orden que has fijado.
 9. Guarda los cambios.
- El producto se ha añadido a las categorías deseadas.

Cómo asignar varios productos a la misma categoría

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.
2. La tabla muestra un resumen de todos los productos disponibles en tu tienda online. En la columna de la izquierda, selecciona los productos que deseas asignar a la categoría.
3. Haz clic en la parte inferior del botón **Asignar**, y, a continuación, en **Asignar a categoría**.
4. Haz clic en la categoría deseada en la opción **Categoría**.

5. Haz clic en Asignar.

Los productos se han añadido a las categorías deseadas.

Cómo insertar códigos de cupón en una newsletter

Si quieres enviar códigos de cupón individuales a tus clientes mediante una newsletter, puedes hacer que tu tienda genere e inserte automáticamente dichos códigos.

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Marketing** y, a continuación, haz clic en **Newsletters**.
2. En la tabla, haz clic en el nombre de la campaña de newsletters que desees modificar.
3. En la tabla, haz clic en el nombre de la newsletter que desees modificar.
4. Asegúrate de rellenar las opciones básicas más importantes de la newsletter (marcadas con un asterisco [*] rojo).
5. En la parte inferior, en la opción **Campaña de cupones**, selecciona la campaña a la que desees añadir códigos de cupón.
6. Tienes dos opciones para insertar los códigos:
 - Escribe *#CódigoCupón* en el cuadro **Texto** que servirá de marcador de posición del lugar deseado. Más adelante se insertará en este espacio un código de cupón individual para cada destinatario.
 - Desplaza el cursor por el cuadro **Texto** hasta el lugar deseado y haz clic en el botón **Insertar plantilla de cupones**. Se insertarán automáticamente los datos siguientes:
 - El nombre de la campaña de cupones
 - La descripción
 - El descuento ofrecido en el cupón
 - El código de cupón individual
7. Guarda los cambios.

Cuando envíes la newsletter a tus clientes, cada destinatario recibirá su propio código de descuento con un cupón personal.

Qué es el precio original y cómo se modifica

El precio original te permite comparar el precio de venta actual de un producto con el precio anterior. De este modo puedes destacar rebajas u ofertas especiales. A continuación te mostramos un ejemplo del aspecto que podría presentar un precio original en tu tienda online:



Cómo introducir el precio original para un producto

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.
2. La tabla muestra un resumen de todos los productos disponibles en tu tienda online. Haz clic en el número de producto del producto que quieras modificar.
3. En el apartado **Precio, Unidad de pedido, Tipo fiscal**, junto al precio mostrado en lista, introduce los precios originales en la columna **Precio original** correspondientes en cada divisa.
4. Guarda los cambios.

Cómo determinar cómo se muestran los precios originales

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones de producto**.
2. Haz clic en **Textos**.
3. En la parte inferior, en **Texto delante del precio original**, escribe el mensaje que se mostrará delante del precio original.
4. La opción **Tachar el precio original** determina si el precio original debe mostrarse tachado.
5. En **Mostrar ahorro**, indica si el cliente puede ver el ahorro en modo de cantidad, de porcentaje o no verlo.
6. Comprueba la vista previa en la parte inferior.
7. Guarda los cambios.

Cómo indicar el peso de un producto

Esta opción se configura en la subpágina **General** del producto en particular. Para acceder a ella, dirígete a **Productos** en el menú principal del área de administración y, a continuación, haz clic en **Productos. Haz clic en el** número de producto del producto que quieras modificar.

Cómo indicar el peso de un producto

1. En el apartado **Detalles de la entrega**, introduce un número en el campo **Peso de entrega** y especifica una unidad de medida (por ej.: «kilogramo»). Recuerda que el peso de entrega corresponde al peso del producto más el del embalaje.
2. Guarda los cambios.



Puedes decidir si quieres mostrar el peso de la entrega a tus clientes en la página del producto. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones de producto** y activa la opción **Mostrar peso de envío en la tienda**.

Si has configurado una forma de entrega en la que los costes dependen del peso del pedido, el peso de envío que hayas especificado se utilizará como base para calcular los costes de entrega.

Cómo marcar un producto como nuevo

Puedes marcar productos como novedades en tu tienda online. La palabra "Nuevo" aparecerá junto al nombre del producto escogido en todas las páginas de la tienda donde se muestre.

Por ejemplo:



Esta opción se configura en la subpágina **General** del producto en particular. Para acceder a ella, dirígete a **Productos** en el menú principal del área de administración y, a continuación, haz clic en **Productos**. **Haz clic en el** número de producto del producto que quieras modificar.

Cómo indicar que un producto es nuevo

1. En el apartado **Posibilidad de compra** se te presentan las opciones siguientes dentro de la **opción Marcar como "Nuevo"**:

- **Marcar el producto por un tiempo indefinido:** Si te interesa, haz clic en **Sí**.
- **Marcar el producto hasta una fecha concreta:** Escoge hasta y escribe una fecha al lado o bien haz clic en el icono del calendario para especificar una fecha. Cuando pase dicha fecha, el producto dejará de aparecer marcado como "Nuevo".
- **No marcar el producto:** Haz clic en **No**.

2. Guarda los cambios.

Cómo marcar simultáneamente varios productos como nuevos

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.
2. La tabla muestra un resumen de todos los productos de tu tienda online. En la columna de la izquierda, selecciona todos los productos que desees marcar como nuevos.
3. Haz clic en la parte inferior del botón **Marcar como "Nuevo"** a través de la tabla y, a continuación, haz clic en **Establecer marca "Nuevo"**.
4. Para eliminar la marca "Nuevo", selecciona los productos, haz clic en la parte inferior del botón **Marcar como "Nuevo"** a través de la tabla y, a continuación, haz clic en **Eliminar marca "Nuevo"**.

Los productos seleccionados se marcarán como nuevos hasta que elimines la marca.



Si tienes activada la búsqueda con filtros en tu tienda, tus clientes pueden, en caso de interesarles, visualizar únicamente los productos marcados como nuevos en la página de resultados de búsqueda.

Qué es el nivel de existencias/nivel mínimo de existencias y cómo utilizarlo

Qué es el nivel de existencias

El nivel de existencias indica cuántas unidades de un producto tienes en stock. Puedes fijar un nivel de existencias para cada producto en particular de tu tienda (con la excepción de los lotes de productos y los productos descargables).

Cuando recibes pedidos, el sistema de la tienda actualiza automáticamente el nivel de existencias. Veamos un ejemplo: Si has especificado que tienes 15 unidades de un producto en existencia, cuando se hayan hecho tres pedidos de este producto, el nivel de existencias descenderá a 12 unidades.

El nivel de existencias no solo te permite saber cuántos productos te quedan en stock, sino que también se utiliza como indicador de disponibilidad en tu tienda. Si, por ejemplo, el nivel de existencias de un producto es 0, significa que el artículo se ha agotado.

Qué es el nivel mínimo de existencias

También puedes fijar un nivel mínimo de existencias para cada producto (salvo en el caso de los lotes de productos y los productos descargables). Para ti como vendedor, se trata del nivel a partir del cual debes volver a encargar un producto. Ten en cuenta siempre que el nivel mínimo de existencias no debería ser inferior a la cantidad mínima de pedido. Es posible recibir un correo electrónico automático que te notifique que se ha alcanzado ese nivel de existencias mínimo.

Cómo configurar el nivel de existencias/nivel mínimo de existencias de un producto

Esta opción se configura en la subpágina **General** del producto en particular. Para acceder a ella, dirígete a **Productos** en el menú principal del área de administración y, a continuación, haz clic en **Productos. Haz clic en el** número de producto del producto que quieras modificar.

Introduce los valores pertinentes en los campos **Nivel de existencias** y **Nivel mínimo de existencias** de la sección **Existencias y hora de entrega** y guarda los cambios.

Casos especiales

- **Lotes de productos:** No es posible especificar el nivel de existencias ni el nivel mínimo de existencias de los lotes de productos enteros (consulta la nota más abajo sobre como funciona el nivel de los lotes de productos).
- **Productos descargables:** Tampoco es posible especificar el nivel de existencias ni el nivel mínimo de existencias de estos productos.
- **Variantes de producto:** Si fijas un nivel de existencias y un nivel mínimo de existencias para un producto con variantes, se aplicarán a todas las variantes. Sin embargo, debes mantener el nivel de existencias por separado para cada variante del producto. Para hacerlo, se activa el producto principal en el área de administración, luego se selecciona la subpágina Variantes y allí se indica el número de artículo de la variante del producto. A continuación, puedes introducir los valores relevantes en la sección Existencias y tiempo de entrega, en concreto en los campos Nivel de existencias y Nivel mínimo de existencias.

Cómo ajustar la disponibilidad

Puedes realizar diversos ajustes relacionados con la disponibilidad de los productos de tu tienda, por ejemplo, qué mensaje debe mostrarse a los clientes si un artículo se agota o si los clientes pueden o no comprarlo de todos modos.



El nivel de existencias y el nivel mínimo de existencias en el caso de los lotes de productos se determina en función del valor más bajo de cada producto en particular. Por ejemplo, si vendes un lote consistente en un PC (nivel de existencias: 15) y un ratón (nivel de existencias: 9), el nivel de existencias del lote será de 9.

Los conceptos de nivel de existencias o nivel mínimo de existencias no se aplican a los productos descargables. En el caso de los productos con variantes, debes mantener por separado el nivel de existencias de cada variante del producto.

Si marcas un pedido como *Rechazado*, el nivel de existencias de los productos afectados se ajusta automáticamente.

Si cambias la cantidad de los productos encargados en la documentación del pedido, no tendrá repercusión en el nivel de existencias.

En función de cómo esté configurada la caché de páginas de tu tienda, es posible que tus clientes no vean el nivel de existencias actualizado.

Al importar productos, acuérdate de importar también el nivel de existencias y, si es preciso, borra la columna *Nivel de existencias* del archivo de importación.

Cómo introducir la información general de un producto

Los datos generales, como el número, el precio o el nombre de un producto, se establecen en la subpágina **General** de cada producto en particular.

Cómo encontrar la información general de un producto

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.
2. La tabla muestra todos los productos disponibles en tu tienda online. Haz clic en el número de producto del producto que quieras modificar.
3. Ahora que estás en la página de información general del producto en concreto, puedes modificar todos sus detalles. Los campos obligatorios están marcados con un asterisco (*) rojo.

Número y nombre del producto, Visibilidad

Número de producto

Todos los productos de la tienda deben tener un número de producto único. Por tanto, el número de producto es obligatorio. Puede constar de cifras, letras, caracteres especiales y espacios.

En **Opciones > Opciones de producto**, puedes utilizar la opción **Mostrar números de producto en la tienda** para determinar si los clientes pueden ver los números de producto en la tienda.

Producto visible en la tienda

Aquí puedes especificar si el producto se mostrará o no en la tienda. Solo los productos visibles se incluirán en las categorías asignadas y se podrán encontrar mediante la función de búsqueda. También se puede acceder directamente a los productos invisibles mediante su URL, pero no se podrán comprar.

Nombre del producto

En este apartado debes escribir un nombre de producto significativo.

Título de página

El título de página aparece como título de la ventana del navegador. También aparece como enlace de texto en la página de resultados de los buscadores como Google y los sitios web externos suelen usarlo para enlazar páginas. Por eso el título de página debería contener palabras clave relacionadas con el producto en cuestión y con tu tienda virtual. El título de página no puede ser muy largo. Los expertos en optimización de buscadores recomiendan no superar los 55 caracteres.

Para modificar el título de página, haz clic en **Editar**. Al lado verás cuántos caracteres tiene.

Precio, unidad de pedido, tipo fiscal

Precio

El precio hace referencia al precio normal al que vendes el producto en la tienda online.

Puedes decidir si quieres mostrar el precio neto o bruto. Para modificar este punto, dirígete al menú principal, haz clic en **Opciones**, luego en **Cálculo de impuestos** y a continuación en **Modelo fiscal**. Realiza las modificaciones en el apartado **La introducción de precios en la sección de administración se realiza con base a** y guarda los cambios.

Precio original

El precio original te permite mostrar a tus clientes el precio de venta actual de un producto en comparación con el precio anterior.

Tipo fiscal

Elige el tipo de impuesto adecuado para el producto.

Unidad de pedido

Escoge la unidad de pedido para el producto, como por ejemplo: *unidad(es)*, *kilogramo(s)* o *día(s)*.

Información de precio y cantidad detallada

El precio se refiere a

Introduce la cantidad a la que hace referencia el precio marcado.

Cantidad mínima de pedido

Introduce el número mínimo de unidades que se pueden pedir. Esta cantidad aparece automáticamente en la página del producto. Si un cliente intenta pedir menos productos de los marcados, su cesta de la compra se actualiza con la cantidad mínima y se le muestra un mensaje de aviso. Recuerda que la cantidad mínima de pedido no puede superar el nivel mínimo de existencias.

Incremento

Puedes emplear incrementos para establecer intervalos de cantidades de pedido, de acuerdo con la cantidad mínima de pedido. Ejemplo: Si la cantidad mínima de pedido es 10 y el incremento es 5, solo se podrá encargar el producto en lotes de 10, 15,

20, 25, etc.

Unidad de referencia

Las unidades de referencia hacen posible que los clientes comparen fácilmente el precio de varias cantidades de un producto.

Depende del precio diario

Aquí puedes determinar si el producto está sujeto a fluctuaciones de precio frecuentes. De ser así, se mostrará un mensaje de aviso en la tienda.

Definir depósito

Especifica si se cobra una fianza o depósito y, de ser así, de cuánto debería ser.

Ecoparticipación

La «ecoparticipación» es un impuesto sobre los productos eléctricos y electrónicos que solo se aplica en algunos países (como Francia). Dicho impuesto aparece en la página del producto y se añade al importe total de la cesta.

Descripción

Descripción

Esta descripción se muestra en la vista de lista de productos. Tiene que ser breve y significativa.

Descripción detallada

Esta descripción se muestra en la página del producto. Tiene que ofrecer el máximo de información posible. Introduce todos los datos del producto sin olvidarte de emplear las palabras clave más importantes. Recuerda que la información que aparece en la página de producto también puede distribuirse en diversas pestañas.

Palabras clave de búsqueda

Escribe las palabras clave del producto separadas por comas. Cuando un cliente realice una búsqueda en tu tienda con una de estas palabras, se le mostrará este producto.

Funcionalidades esenciales

Esta opción hace posible mencionar las funciones destacadas del producto que tienen que aparecer por motivos legales. En el último paso del proceso de tramitación del pedido, este mensaje aparece junto al nombre del producto y el del fabricante. Para activar esta opción, dirígete a **Mostrar información del producto en el paso Comprobación y tramitación** (que encontrarás en **Opciones > Opciones de la cesta de la compra**) y marca el campo **"Funciones básicas"**.

Posibilidad de compra

Marcar como "Nuevo"

Puedes marcar productos sueltos como novedades en tu tienda online. La palabra "Nuevo" aparecerá en toda la tienda junto al nombre del producto.

En venta

Desde aquí puedes escoger si el producto se puede comprar o no. Solo podrán comprarse los productos que estén a la venta. Los productos que no lo estén se mostrarán pero no se podrán pedir.

Las opciones **desde** y **hasta** sirven para especificar cuándo se podrá comprar el producto. Ejemplo: Quieres vender un CD que no sale hasta el día 1 de agosto. En el campo **desde**, fija como fecha el 1 de agosto. Tus clientes podrán ver la página de producto del CD antes de la fecha en cuestión, pero solo podrán comprarlo a partir del 1 de agosto.

Aviso si no está disponible

Escribe el mensaje que quieres que aparezca en la página de producto si el artículo en cuestión no se puede comprar.

Información del fabricante

Fabricante

Escribe el nombre del fabricante. Cuando un cliente realice una búsqueda en tu tienda con ese nombre, se le mostrará este producto. Si tienes activada la búsqueda con filtros en tu tienda, los clientes podrán ver los resultados ordenados por fabricante. El nombre del fabricante también se muestra en el último paso del proceso de tramitación del pedido.

N.º de producto del fabricante

Escribe el número de producto asignado por el fabricante. No aparecerá en tu tienda. Cuando tengas que volver a encargarlo al proveedor, podrás encontrar el número en este apartado.

Código de producto (p. ej.: EAN)

Los códigos de producto son números de producto estándar como el número EAN o el ISBN. Este código no aparecerá en tu tienda. Sin embargo, si un cliente busca el código, se le mostrará este producto. Otras empresas asociadas, como los portales de compra online, también hacen uso de este código para identificar los productos sin equivocaciones.

Ficha del producto

Desde aquí puedes cargar la ficha técnica del producto en caso de ser obligatoria por ley.

Certificado energético

Desde aquí puedes cargar el certificado energético del producto en caso de ser obligatorio por ley. En el siguiente paso podrás elegir la clase de eficacia energética correspondiente.

Existencias y plazo de entrega

Existencias

El nivel de existencias indica cuántas unidades de un producto tienes en reserva.

Nivel mínimo de existencias

El nivel mínimo de existencias se refiere a la cantidad por debajo de la cual tienes que volver a pedir un producto.

Plazo de entrega

Indica cuántos días tardará el cliente en recibir el producto una vez haya tramitado el pedido. El plazo de entrega se muestra en la tienda junto a la disponibilidad del producto.

Detalles de la entrega

Peso de entrega

Introduce el peso del producto más el embalaje. Si durante el proceso de tramitación del pedido un cliente opta por una forma de entrega que depende del peso, el peso de entrega se utiliza para calcular los gastos de envío.

Puedes decidir si quieres mostrar el peso de entrega en tu tienda. Si te interesa hacerlo, dirígete a **Opciones**, haz clic en **Opciones de producto** y marca la casilla **Mostrar peso de envío en la tienda**.

Dimensiones

Indica las medidas del producto.

Formas de entrega posibles

Desde aquí puedes escoger las formas de entrega disponibles para este producto.

Atributos

Tipo de producto

Desde aquí puedes escoger los tipos de producto.

Atributos de producto

En este apartado se muestran los atributos de producto correspondientes a los diversos tipos de producto. Si acabas de cambiar el tipo, tendrás que guardar los cambios para poder ver los nuevos atributos.

Qué es una agrupación de productos y cómo añadir una nueva

Una agrupación de productos es un conjunto de productos relacionados que se ofrecen a un precio total. Por ejemplo, si vendes ordenadores, puedes vender agrupaciones de productos que incluyan un ordenador, un ratón y un teclado. Piensa qué productos de tu tienda se podrían vender juntos e inclúyelos en una agrupación de productos.

Para crear un incentivo adicional, puedes hacer que la agrupación tenga un precio menor al que le costaría al cliente si comprase los objetos de forma individual. En la página de productos, el cliente ve el precio de los objetos por separado bajo el precio de la agrupación. Por ejemplo:

¿Cómo añadir una nueva agrupación de productos?

1. En el área de administración, selecciona **Productos** y a continuación **Productos**.
2. En la tabla verás el resumen de todos los productos de tu tienda online. Para añadir un nuevo producto, selecciona la parte inferior del botón **Añadir**.
3. Selecciona el tipo de producto nuevo, en este caso, **Agrupación de productos**.
4. En esta página, introduce la información básica de la agrupación de productos. Puedes rellenar las cajas de texto que quieras. Sin embargo, nuestra recomendación es usar las siguientes:
 - **Número de producto (campo obligatorio):** este es un número interno de producto de tu tienda.
 - **Producto visible en la tienda:** haz que tu producto sea visible solo después de completar todos los ajustes y subir las imágenes.
 - **Nombre del producto:** este es el nombre de la agrupación de productos que aparecerá en tu tienda.
 - **Precio:** este es el precio de la agrupación de productos que se ofrecerá en tu tienda. Aquí puedes introducir precios en las divisas admitidas en tu tienda.
 - **Tipo fiscal:** selecciona el tipo de impuesto que se le aplicará a la agrupación de productos.
 - **Descripción:** esta descripción se muestra en la vista de lista.
 - **Descripción detallada:** esta descripción se muestra en la vista detallada de los productos.

Ten en cuenta que los siguientes ajustes no se pueden aplicar a agrupaciones de productos:

- **Existencias y nivel mínimo de existencias:** estos dos ajustes se basan en los valores más pequeños de los productos individuales. Por ejemplo, si vendes una agrupación con ordenador (existencias: 15) y un ratón (existencias: 9), las existencias de esta agrupación son 9.
- **Unidad de referencia y Cantidad en el producto:** no podrás definir estas especificaciones para agrupaciones de productos porque la combinación de objetos individuales hace que sean totalmente diferentes del resto de productos.

5. Guarda los datos. En los pasos anteriores, has introducido la información más importante sobre la agrupación de productos.

6. Ahora puedes acceder a la subpágina de **agrupación de productos**, donde puedes definir los productos que se van a vender conjuntamente. Selecciona **Asignar productos**.

7. En la tabla verás todos los productos de la tienda. En la columna de la izquierda, selecciona los productos que quieras añadir a la agrupación.

8. Selecciona **Aplicar**.

9. Los productos se han añadido a la agrupación. En la columna **Cantidad**, puedes añadir el número que quieras incluir de un mismo producto o de varios productos.

10. Especifica el orden en el que quieres mostrar los productos de una agrupación en la columna **Orden de clasificación**.

11. En la lista de productos, podrás ver el precio de los productos individuales, el precio de la agrupación y la diferencia de precios correspondiente. Verifica esta información. Establece el precio de la agrupación en la subpágina **General** en **Precio**, tal y como se describe anteriormente.

12. Si quieres eliminar un producto de la agrupación, márcalo en la columna de la izquierda y selecciona **Quitar asignación**. De esta manera, el producto en sí no se eliminará.

13. Selecciona **Imágenes**, sube las imágenes para la agrupación y guarda.

14. Selecciona **Categorías**, escoge la categoría o las categorías de la agrupación de productos y guarda.

15. Define otros ajustes de las subpáginas si es necesario y guarda la información.

16. Cuando hayas terminado, selecciona **General** y en **Producto visible en la tienda** selecciona la opción **Sí** y luego guarda.

Tus clientes ya pueden disfrutar de la agrupación de productos.



Solo puedes añadir productos a una agrupación si estos tienen el mismo tipo de impuesto que la agrupación.

Si uno de los productos de la agrupación se clasifica como no disponible, no se podrá comprar toda la agrupación.

Las existencias y el nivel mínimo de existencias de la agrupación se basan en el valor más pequeño de los productos individuales.

Si se compra una agrupación, las existencias individuales de los productos asociados se actualiza.

Los precios correspondientes de los productos individuales se usan para hacer un recuento de los precios. No se tienen en cuenta descuentos en los precios.

Si importas una agrupación de productos al área de administración, no se importará la asignación de los productos que se incluyen en la agrupación.

Cómo añadir un nuevo producto con variantes

¿Qué son los productos con variantes?

Los productos con variantes son productos del mismo tipo que tienen atributos específicos diferentes. Por ejemplo, una camiseta que tiene diferentes colores y tallas.

Para productos con variantes, primero especifica el producto principal a partir del cual derivarán las variantes. Para hacer esto, determina los atributos que diferencian a las variantes, por ejemplo los colores y las tallas.

Cada combinación del producto principal junto con los atributos forma una variante con su propio número de producto que se puede comprar de forma individual.

Ejemplo: crea una camiseta como producto principal. Los atributos relevantes de las variantes son los colores (blanco y negro) y las tallas (S, M, L). De esta manera, puedes vender los siguientes productos:

- Camiseta color blanco, talla S
- Camiseta color blanco, talla M
- Camiseta color blanco, talla L
- Camiseta color negro, talla S
- Camiseta color negro, talla M
- Camiseta color negro, talla L

Puedes familiarizarte tú mismo con el funcionamiento de los tipos de productos y atributos antes de crear un producto con variantes.

¿Cómo creo un nuevo producto con variantes?

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Productos** y a continuación **Productos**.
2. En la tabla verás el resumen de todos los productos de tu tienda online. Para añadir un nuevo producto, selecciona la parte inferior del botón **Añadir** y luego el tipo de producto nuevo, en este caso, **Producto con variantes**.
3. En esta página, introduce la información básica del producto. Toda la información que añadas aquí se aplicará a las variantes individuales. No obstante, puedes cambiar esto más tarde.

Puedes rellenar las cajas de texto que quieras. Sin embargo, nuestra recomendación es usar las siguientes:

- **Número de producto (campo obligatorio):** este es el número interno de producto de tu tienda.
- **Producto visible en la tienda:** haz que tu producto sea visible solo después de completar todos los ajustes y subir las imágenes.
- **Nombre del producto:** este es el nombre del producto que aparecerá en tu tienda.
- **Precio:** este es el precio del producto que se ofrecerá en tu tienda. Aquí puedes introducir precios en las divisas admitidas en tu tienda.
- **Tipo fiscal:** selecciona el tipo de impuesto para este producto.
- **Descripción:** esta descripción se muestra en la vista de lista.
- **Descripción detallada:** esta descripción se muestra en la página de productos.

4. Guarda los cambios.

5. Puedes usar el asistente de variantes de producto para definir las distintas variantes de un producto. Selecciona el tipo de producto en **Tipo de producto**. Para añadir un nuevo **Tipo de producto**, selecciona **Nuevo tipo de producto** e introduce el nombre que le quieres dar. Si has seleccionado un tipo de producto existente, puedes ver los atributos que ya están asignados a ese tipo de producto.

6. Selecciona **Nuevo atributo** para crear un nuevo atributo que se aplicará al tipo de producto. Después, especifica el nombre de este.

7. Puedes añadir nuevos valores de atributo en la tabla que se muestra bajo este. Puedes generar un máximo de diez valores por atributo. Si quieres añadir más valores, lo puedes hacer usando los tipos de producto.

Usa la opción **Crear atributos dependientes del idioma** para determinar si los atributos deben depender de un idioma. Esto solo tendría sentido si tienes una tienda en varios idiomas. Por ejemplo, si has creado un atributo con el nombre «Color», puedes definir la versión inglesa «red» para el valor «rojo» en los ajustes del tipo de producto.

8. Usa la opción **Crear variantes con este atributo** para seleccionar si las variantes se deberían crear usando este atributo.

9. Una vez que hayas definido todos los atributos y los valores asociados, selecciona **Siguiente >>**.

10. La tabla muestra todas las variantes disponibles según los atributos que has especificado. En la columna de la izquierda, selecciona todas las variantes que quieres generar. Los productos sombreados en gris ya se han añadido previamente a la tienda. Esto no se puede desactivar.

11. Puedes cambiar los atributos para cada variante más tarde (por ejemplo el precio, el número de existencias y las imágenes). Selecciona la opción **Defina las variantes de producto generadas como visible** para que pase a estar disponible sin cambios adicionales.

12. Selecciona **Siguiente >>**.

13. En esta página, determina cómo deberían estar colocadas en la tienda las variantes de este tipo de producto. Puedes ver una previsualización en la parte derecha.

14. Selecciona **Terminar**.

15. Las variantes se han añadido y se muestran en la tabla. Especifica el orden en el que quieres mostrar las variantes en la columna **Orden de clasificación**.

16. Selecciona **Cargar imágenes**. Aquí puedes subir una imagen común para todas las variantes que tienen un atributo común (por ejemplo, el mismo color). Primero selecciona un valor en la parte izquierda y sube la imagen correspondiente usando el botón **Cargar imagen**. Si la imagen del producto principal se va a usar para variantes, selecciona **Utilizar imagen**. Selecciona **Cerrar** cuando hayas finalizado.

17. Ahora define otros atributos para las distintas variantes, por ejemplo el precio o el número de existencias. Como las variantes son productos independientes, puedes cambiar los atributos si es necesario. Para hacer esto, selecciona el número de producto de la variante que te gustaría editar.

18. Especifica los ajustes generales para esta variante. Puedes definir por ejemplo si la variante debe tener el mismo precio que el producto principal o su propio precio en **Precio propio**.

19. Si quieres subir imágenes adicionales a la variante, selecciona **Imágenes**, sube las imágenes y guarda.

20. Si quieres que la variante se muestre en otras categorías (además de la categoría del producto principal), selecciona **Categorías**. Aquí puedes especificar categorías adicionales para el producto y guardar los datos.

21. Define otros ajustes de las subpáginas si es necesario y guarda la información.

22. Cuando hayas terminado, selecciona **General** y en **Producto visible en la tienda** selecciona la opción **Sí** y luego guarda.

23. Para aplicar los ajustes a otras variantes de este producto, repite los pasos del 17 al 22.



Si borras el producto principal, las variantes también se borrarán.

A una variante no se le puede asignar su propia variante.

Si borras atributos, todos los datos del producto que hayas definido para esos atributos no se podrán volver a cambiar.

Siempre que existan variantes para un producto, la asignación de un tipo de producto no se podrá volver a

¿Cómo determino la manera en que se muestra el precio de una variante?

Si las distintas variantes de un producto tienen precios diferentes, puedes poner un pequeño texto que preceda al precio como «Desde». De esta forma, «19,95 €» pasa a «Desde 19,95 €».

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Productos** y, a continuación, **Opciones de producto**.
2. En la sección **Variantes con precios distintos**, determina el texto que se tiene que incluir delante de los precios de estas variantes, por ejemplo «Desde».
3. Guarda los datos.

¿Cómo establezco como predeterminada la variante con el menor precio?

Puedes especificar el producto de menor precio como «predeterminado» para que los clientes vean la variante con menor precio de este producto en el resumen de productos.

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Productos** y a continuación **Productos**.
2. En la tabla verás el resumen de todos los productos de tu tienda online. Selecciona el número de producto del producto principal con variantes que quieres editar.
3. Selecciona **Variantes**.

4. Selecciona **Defina la selección predeterminada de una variante.**
5. En la columna **Selección predeterminada** de la tabla, selecciona la variante de menor precio.
6. Guarda los datos.



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, recuerda proporcionar el contenido en cada idioma.

Qué son los tipos de producto y atributos y cómo puedo usarlos

¿Qué son los tipos de productos?

Puedes definir varios tipos de producto en el área de administración de tu tienda, por ejemplo, «Chaqueta», «Pantalones» o «Jersey». Puedes definir atributos para cada tipo de producto. Los posibles atributos para el tipo de producto «Chaqueta» serían «Talla», «Color» y «Material».

Estos atributos a su vez complementan cada atributo predeterminado del producto (por ejemplo, número de producto, nombre y descripción).

Tras asignar un producto al tipo de producto, puedes especificar los atributos correspondientes para este producto.

Los tipos de producto y atributos tienen varias utilidades, como por ejemplo:

- Los atributos se pueden mostrar en tu tienda, en las páginas de producto junto a la descripción. De esta manera, puedes proporcionar a tus clientes información más precisa del producto de forma clara y ordenada.
- Los tipos de producto y atributos son la base para los productos con variantes. Por ejemplo, si vendes una camiseta en varias tallas y colores, define estas variantes mediante el tipo de producto y los atributos.
- Si existe una opción de filtrar búsqueda en tu tienda, también se pueden usar los atributos como filtros de búsqueda. Esto facilita que los clientes puedan ver, por ejemplo, solamente las chaquetas azules de la talla L.

Es importante no confundir estos tipos de productos con las categorías, aunque sean similares. Las categorías están visibles en tu tienda y ayudan a mostrar tus productos de manera estructurada. Por otro lado, los tipos de productos son solamente una ayuda para gestionar los atributos del producto y no aparecen en la tienda.

Una función especial: El tipo de producto «Predeterminado»

El tipo de producto «Predeterminado» tiene un papel especial. En un primer momento, todos los productos están asignados automáticamente a este tipo de producto. Además, es el tipo de producto básico para el resto de tipos de producto. Todos sus atributos se aplican automáticamente a nuevos tipos de producto que se creen. Puedes definir los atributos para el tipo de producto "Predeterminado" que se deberían aplicar para todos los tipos de producto.

¿Cómo creo un nuevo tipo de producto?

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Productos** y, a continuación, **Tipos de producto**.
2. La tabla muestra todos los tipos de producto disponibles. Introduce un identificador interno para el nuevo tipo de producto en el pie de la columna **Identificador** de la tabla y un nombre en la columna **Nombre**.
3. Guarda los datos.

Ya se ha creado el tipo de producto. Ahora puedes configurar las opciones. Para ello, lee la siguiente sección.

¿Cómo edito las opciones para un tipo de producto?

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Productos** y, a continuación, **Tipos de producto**.
2. La tabla muestra todos los tipos de producto disponibles. Selecciona la ID del tipo de producto que quieres editar.
3. En esta página (**General**), puedes introducir y guardar el nombre de los tipos de producto en los distintos idiomas de tu tienda.
4. Selecciona **Distribución**.
5. Puedes especificar cómo quieres que se vean las páginas de productos para este tipo de producto. Pasa el cursor sobre una de las opciones para que aparezca el nombre. Selecciona las opciones de diseño que quieres y guarda los datos.

Puedes encontrar información más precisa en las opciones de la siguiente tabla:

Distribución Descripción

Detalles de producto Aquí puedes especificar cómo se debería mostrar la imagen y la descripción del producto. Las siguientes opciones están disponibles:

- Imagen del producto a la izquierda
- Imagen del producto a la derecha
- Imagen del producto en formato horizontal
- Imagen del producto con efecto «cover flow» (fondo negro / fondo gris)
- Imagen grande del producto a la izquierda
- Imagen grande del producto a la derecha

Las opciones anteriores de distribución también están disponibles. Sin embargo, ya no son compatibles y por lo tanto no deberían usarse.

Variantes Aquí especificas cómo se muestran las variantes para los productos con variantes de este tipo de producto. Las siguientes opciones están disponibles:

- Lista: los productos con variantes se muestran en una tabla. Esta es una distribución idónea si solo hay unas pocas variaciones que deberían aparecer como texto.
- Menú desplegable: las variantes se muestran en un menú desplegable. Esta es una distribución eficaz cuando hay muchas variantes.
- Imágenes: cada producto con variantes se muestra con su propia imagen. Este es un diseño ideal si solo hay unas pocas variantes que deberían mostrarse como imágenes. Ten en cuenta que en este caso tienes que subir una imagen para cada variante (*Una columna, Cajas pequeñas*).
- Efecto cover flow: este es un diseño adecuado si solo hay unas pocas variantes que deberían mostrarse como imágenes. Ten en cuenta que en este caso tienes que subir una imagen para cada variante (*Una columna, Cajas pequeñas*).

Agrupar productos Aquí especificas cómo se muestran los productos individuales de una agrupación para los productos que se venden conjuntamente de este tipo de producto. Las siguientes opciones están disponibles:

- Lista compacta: los productos de la agrupación se muestran de forma compacta.
- Tabla: los productos de la agrupación se muestran en una tabla.

Lista: los productos de la agrupación se muestran en una lista.

7. Guarda los cambios.

8. Si vendes productos personalizables de este tipo de producto, selecciona **Personalización**, aplica los ajustes y guarda los datos.

9. Selecciona **Atributos** y edita los atributos para este tipo de producto. Puedes encontrar más información al respecto en la siguiente sección.

¿Cómo edito los atributos de un tipo de producto?

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Productos** y, a continuación, **Tipos de producto**.

2. La tabla muestra todos los tipos de producto disponibles. Selecciona la ID del tipo de producto del que quieres editar los atributos.

3. Selecciona **Atributos**.

4. La tabla muestra todos los atributos de este tipo de producto. Si quieres añadir un nuevo atributo, vete al final de la tabla, especifica un identificador en la columna Identificador, introduce un nombre, selecciona un tipo y guarda los datos.

Estos son los tipos de atributo disponibles:

Tipo	Aplicación	Ejemplo
Texto	Todos los tipos de texto: nombres, direcciones, descripciones, etc.	Atributo «Nombre de autor» para el tipo de producto «Libro»
Texto dependiente del idioma	Similar al tipo «Texto», pero se pueden introducir diferentes textos en cada idioma de tu tienda.	Atributo «Color» para el tipo de producto «Jersey» («rojo»/«red»)
Texto con selección de valor	Similar al tipo «Texto», pero en este atributo se define una serie de posibles valores. Por ejemplo, si especificas los atributos de un nuevo producto de este tipo de producto, puedes seleccionar uno de estos valores.	Atributo «Nombre de autor» para el tipo de producto «Libro», si solo hay un número limitado de autores
Texto dependiente del idioma con selección de valor	Similar al tipo «Texto con selección de valor», pero se pueden introducir diferentes textos en cada idioma de tu tienda.	Atributo «Color» para el tipo de producto «Jersey», si solo hay un número limitado de colores.
Opciones	Hay una serie de opciones disponibles que puedes definir. Puedes seleccionar	Atributo «Género de música» para el tipo de producto «CD» si se

Tipo	Aplicación	Ejemplo
Opciones dependientes del idioma	varias de estas opciones al mismo tiempo. Similar al tipo «Opción», pero se pueden introducir diferentes opciones en cada idioma de tu tienda.	pueden seleccionar varios géneros de música («Rock» y «Pop») Atributo «Género» para el tipo de producto «Libro» si se pueden seleccionar varios géneros («Crimen» y «Humor»)
Opciones del cliente	Solo es relevante para productos en los que uses el software de reservas de tu tienda. Puedes emplear esto para ofrecer opciones para servicios que el cliente puede seleccionar en su reserva. Puedes introducir opciones personalizables para cada idioma de tu tienda.	Atributo «Decoración de la mesa» para el tipo de producto «Cena de gala» («Arreglo floral», «Decoración navideña»)
Entero	Un número entero sin punto decimal	Atributo «Número de páginas» para el tipo de producto «Libro»
Número decimal	Un número que puede contener un punto decimal.	Atributo «Mostrar tamaño en cm» para el tipo de producto «Smartphone»
Sí/No	Las opciones disponibles son «Sí» y «No».	Atributo «Cargador incluido» para el tipo de producto «Smartphone»
Moneda	Sumas de dinero	Atributo «precio de venta recomendado»
Fecha y hora	Combinación de fecha y hora	Atributo «Fecha y hora de un evento» para el tipo de producto «Entradas de concierto»
Fecha	Fecha	Atributo «Fecha de publicación» para el tipo de producto «Libro»
Hora	Hora	Atributo «Hora de inicio» para el tipo de producto «Entrada para musical»
Archivo	Puedes usar este atributo para subir un archivo para los productos.	Atributo «Muestra MP3» para el tipo de producto «CD de música»
Archivo dependiente del idioma	Similar al tipo «Archivo», pero se puede subir un archivo diferente para cada idioma de tu tienda.	Atributo «Manual de instrucciones en archivo PDF» para el tipo de producto «Máquina de café» si el manual de instrucciones está en diferentes idiomas

5. En la columna Visible, especifica los atributos que quieres que estén visibles en la página de productos. No puedes cambiar la visibilidad de los atributos que hayas cogido del tipo de producto «Predeterminado». Abre el tipo de producto «Predeterminado» y cambia la visibilidad.

6. Si ofreces filtros de búsqueda en tu tienda, especifica los atributos que se utilizarán como filtros de búsqueda en la columna **Filtro de búsqueda**.

Ten en cuenta que solo se pueden utilizar los siguientes tipos de atributo en la búsqueda por filtros:

- Texto con selección de valor
- Texto dependiente del idioma con selección de valor
- Opciones
- Opciones dependientes del idioma
- Número entero
- Número decimal
- Sí/No

7. Especifica el orden en el que quieres mostrar los atributos visibles en la columna **Orden de clasificación**. No puedes cambiar el orden de clasificación de los atributos que hayas cogido del tipo de producto «Predeterminado». Abre el tipo de producto «Predeterminado» y cambia el orden de aparición desde esta sección.

8. Guarda los cambios.

9. Si has creado atributos con selección de valor para el tipo de producto seleccionado, tienes que introducir los posibles valores. De no ser el caso, la configuración del atributo se ha completado.

Por ejemplo, si has añadido el atributo «Color» para el tipo de producto «Jersey», ahora tienes que definir los valores individuales como «rojo», «verde» y «azul». Para hacer esto, selecciona el nombre del atributo que quieres editar.

Esto se aplica a todos los atributos de los siguientes tipos:

- Texto con selección de valor
- Texto dependiente del idioma con selección de valor
- Opciones
- Opciones dependientes del idioma
- Opciones del cliente

10. Selecciona **Selección de valor**.

11. Introduce el identificador interno y un valor, por ejemplo «rojo» y «red». Puedes introducir un valor separado para cada idioma de tu tienda en los atributos dependientes del idioma.

12. Guarda los datos.
13. Repite los pasos 11 y 12 hasta que hayas introducido todos los valores.
14. Especifica el orden en el que quieres mostrar los valores en la columna **Orden de aparición**.
15. Selecciona el nombre del tipo de producto en la parte superior para especificar los valores del resto de atributos.

¿Cómo asigno un tipo de producto y edito los atributos del producto?

1. Puedes realizar estos ajustes para productos relevantes en la subpágina **General**. Para acceder a esta página, selecciona **Productos** en el menú principal del área de administración y, luego, **Productos**. **A continuación, selecciona** el número de producto del producto que quieres editar.
2. En la sección **Atributos**, en la opción **Tipo de producto**, puedes seleccionar el tipo de producto que quieras.
3. Guarda los cambios.
4. Ahora, los atributos del tipo de producto que querías ya están disponibles en la sección **Atributos**. Realiza aquí todas las especificaciones.
5. Guarda los datos.



Para hacer que los atributos que has cogido del tipo de producto «Predeterminado» estén visibles, bórralos, o cambia el orden de aparición. Tienes que abrir el tipo de producto «Predeterminado» y realizar todos los cambios.

Siempre que existan variantes para un producto, el tipo de producto de este producto no se podrá volver a cambiar.

Un tipo de producto solo se puede borrar si no tiene

Qué son las listas de precios y cómo puedo usarlas

¿Qué son las listas de precios?

Puedes usar las listas de precios para aplicar precios especiales a grupos de clientes o clientes particulares. Por ejemplo, existen las siguientes opciones para las listas de precios:

- Ofrecer precios más atractivos a los clientes habituales.
- Premiar con un descuento por volumen o un precio inferior a los clientes que compran un cierto número de productos.
- Lanzar una promoción temporal para todos tus clientes con una selección de productos a precio especial.

¿Cómo puedo crear una nueva lista de precios?

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Productos** y, a continuación, **Listas de precios**.
2. La tabla muestra todas las listas de precios existentes. Introduce un identificador interno para la nueva lista de precios en la columna **Identificador** de la parte inferior de la tabla y un nombre en la columna **Nombre** (por ejemplo, «Descuento cliente habitual»). Especifica una **Moneda** para cada lista de precios y un período de validez en **Válido desde** y **Válido hasta**.
3. Guarda los cambios.
4. Selecciona el identificador de la nueva lista de precios.
5. En esta página (**General**), puedes introducir y guardar el nombre de la lista de precios en varios idiomas para la tienda.
6. Si la lista de precios se debe aplicar a uno o más grupos de clientes, selecciona **Grupos de clientes**. De no ser este el caso, vete directamente al punto 9 de las instrucciones.
7. Selecciona el **Grupo de clientes** al que se le aplicará esta lista de precios y guarda los datos.
8. Si quieres añadir más grupos de cliente, repite el paso 7.

9. Si la lista de precios se va a aplicar a ciertos clientes particulares de la tienda, selecciona **Clientes**. De no ser este el caso, ya habrías terminado de crear la lista de precios.

10. Selecciona **Asignar clientes**.

11. En la columna de la izquierda de la tabla, selecciona los clientes a los que se les debe aplicar la lista de precios.

12. Selecciona **Guardar**.

Ya has terminado de crear la lista de precios y la puedes usar, por ejemplo, para establecer descuentos.



Una lista de precios debe contener por lo menos un grupo de clientes o un cliente.

Solo se puede asignar una lista de precios a los grupos de clientes o a los clientes. No se puede asignar a los mismos grupos de clientes o a los clientes diferentes listas de precios en las que se solapen los periodos de validez.

¿Cómo defino si las listas de precios se tienen en cuenta cuando se muestran los precios en mi tienda?

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Productos** y, a continuación, **Listas de precios**.

2. Selecciona **Opciones avanzadas**.

3. Especifica si el precio de una lista se debe mostrar siempre en tu tienda o si los precios deben tener en cuenta descuentos por cantidad o importe. Ten en cuenta que la última opción puede tener un impacto negativo en la velocidad de carga de tu tienda.

Cómo exportar productos

Cuando importas y exportas productos, los datos asociados a los productos también se transferirán directamente. Los siguientes datos no se incluyen en la transferencia y, si se da el caso, necesitarán ser importados o exportados de forma separada:

- Asignación a una categoría de productos
- Tipos de producto
- Información de venta cruzada
- Listas de precios / descuentos de productos

Puedes exportar todos los productos de tu tienda o solo los productos seleccionados.

Cómo exportar todos los productos de tu tienda

1. En el área de administración, selecciona **Productos** desde el menú principal y luego **Importación y exportación**.
2. En esta página, puedes especificar los distintos ajustes de exportación e iniciar el proceso de exportación. Toma nota de todos los ajustes que seleccionas porque los tendrás que introducir de nuevo cuando edites el archivo o cuando lo importes.
3. Selecciona **Exportar**.
4. Se iniciará el proceso de exportación. En algunos casos, puede tardar un poco. Guarda el archivo de exportación en el ordenador.

Ahora, puedes editar el archivo de exportación guardado.

Cómo exportar solo los productos seleccionados de tu tienda

1. En el área de administración, selecciona **Productos** desde el menú principal y luego **Productos**, otra vez.
2. En la columna de la izquierda, selecciona todos los productos que quieras exportar. Si quieres, puedes utilizar la función de búsqueda para encontrar los productos que necesitas.
3. Selecciona **Exportar** y luego **Exportar productos**
4. En esta página, puedes especificar los distintos ajustes e iniciar el proceso de exportación. Toma nota de todos los ajustes que seleccionas porque los tendrás que introducir de nuevo cuando edites el archivo o cuando lo importes.

5. Selecciona **Exportar**.

6. Se iniciará el proceso de exportación. En algunos casos, puede tardar un poco. Guarda el archivo de exportación en el ordenador.

Ahora, puedes editar el archivo de exportación guardado.



Durante el proceso de exportación, los datos asociados de tu tienda solo se copiarán y no se borrarán. Tu tienda continuará siendo totalmente funcional tras el proceso de exportación.

Cómo eliminar un producto

No recomendamos que elimines productos de tu tienda. Una de las razones es porque los enlaces externos a los productos eliminados quedarán invalidados. En su lugar, puedes marcar estos productos como «no a la venta».

Para marcarlos, vete a **Productos >> Productos >>** selecciona un producto >> **Posibilidad de compra >>** selecciona la opción **No** en **En venta**. A continuación, vete a **Número y nombre del producto, Visibilidad** y, en la opción **Producto visible en la tienda**, selecciona **No**. De esta manera, los clientes que naveguen en tu tienda no verán el producto.

Además, puedes usar la descripción del producto para enlazarlo con productos de tu tienda que puedan ser similares. Puedes mostrar ofertas alternativas mediante la función de venta cruzada de tu tienda.

Cómo elimino un producto

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Productos** y, a continuación, **Productos**.
2. En la tabla se muestran todos los productos de tu tienda online. Selecciona el producto que quieres eliminar en la columna izquierda de la tabla. Puedes seleccionar varios productos a la vez.
3. Selecciona **Eliminar**.
4. Selecciona **Eliminar** para confirmar que quieres eliminar el producto.

El producto se ha eliminado.

Cómo crear contenido en más de un idioma

Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, recuerda proporcionar el contenido en cada idioma como, por ejemplo, para los textos de la página de inicio o los nombres y las descripciones de los productos. Si no lo haces, no aparecerá ningún texto en los lugares correspondientes de esos idiomas.

Cuando sea posible introducir textos en distintos idiomas, se mostrará un campo de selección de idioma **1** y uno o varios campos de traducción **2** :

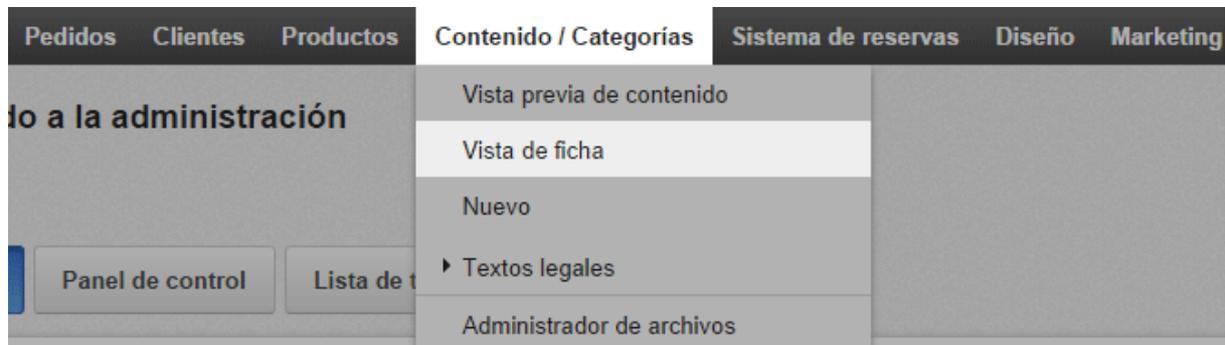
En el campo de selección de idioma, selecciona el idioma en el que quieras editar el texto, introduce el texto en los campos de traducción y luego guarda los datos.



Introduce siempre la información sobre la fecha y la hora, y las monedas en el formato del idioma que está configurado para el área de administración (consulta [Cómo cambiar el idioma en el área de administración](#)). En tu sitio web, esta información aparecerá automáticamente en el formato adecuado para el idioma que el visitante seleccione.

Cómo modificar la información de contacto

1. En el menú principal del área de administración de la página principal, dirígete a **Contenido/Categorías** y, a continuación, **Vista de ficha**.



2. En la tabla, selecciona la página **Información de contacto**.
3. Introduce toda la información en esta página.
4. Guarda los cambios.

Los cambios se aplican al instante.

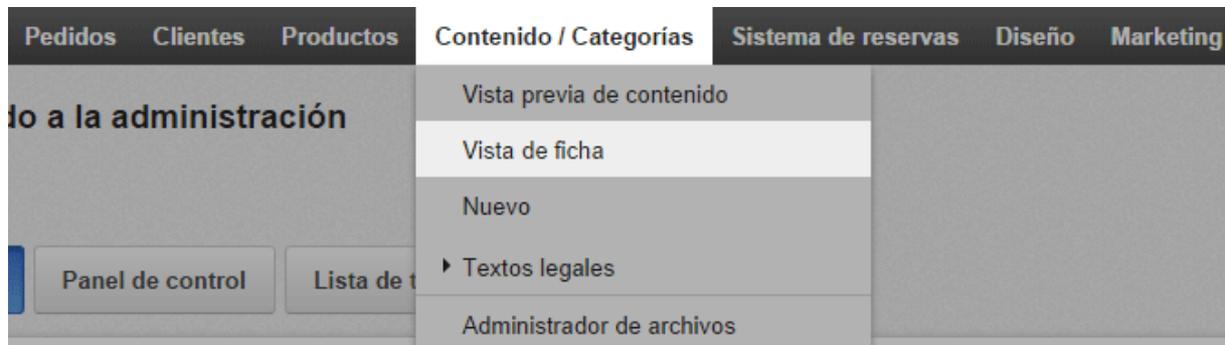


En muchos países, la ley obliga a que los sitios web proporcionen información de contacto. Debes asegurarte de que tus datos de contacto cumplan los requisitos estipulados por ley. Trusted Shops y Confianza online pueden ayudarte.

Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

Cómo modificar las Condiciones generales

1. En el menú principal del área de administración de la página principal, dirígete a **Contenido/Categorías** y, a continuación, **Vista de ficha**.



2. En la tabla, haz clic en **Condiciones generales**.
3. En **Texto**, cambia el contenido de las Condiciones generales.
4. Guarda los cambios.

Los cambios se aplican al instante.

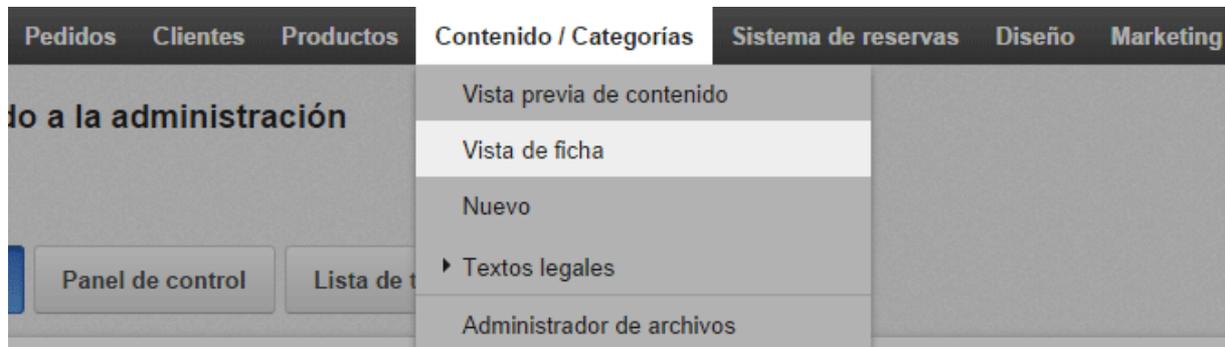


Debes asegurarte de que las Condiciones generales cumplan los requisitos estipulados por ley. Trusted Shops y Confianza online pueden ayudarte.

Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

¿Cómo se edita la información relativa a la política de privacidad?

1. Desde la página de inicio del área de administración, selecciona en el menú principal **Contenido / Categorías** y después **Vista de hoja de datos**.



2. En la tabla, haz clic en **Política de privacidad**.

3. En **Descripción detallada**, modifica el texto de tu política de privacidad.

4. Guarda los cambios.

Los cambios se aplican al instante.



Debes asegurarte de que la política de privacidad se ajuste a la legislación vigente. Puedes obtener ayuda al respecto a través de Trusted Shops.

Si tu sitio web se encuentra accesible en varios idiomas, tendrás que redactar el contenido en todos los idiomas en cuestión. Para más información, véase el artículo [Cómo crear contenido en más de un idioma](#)

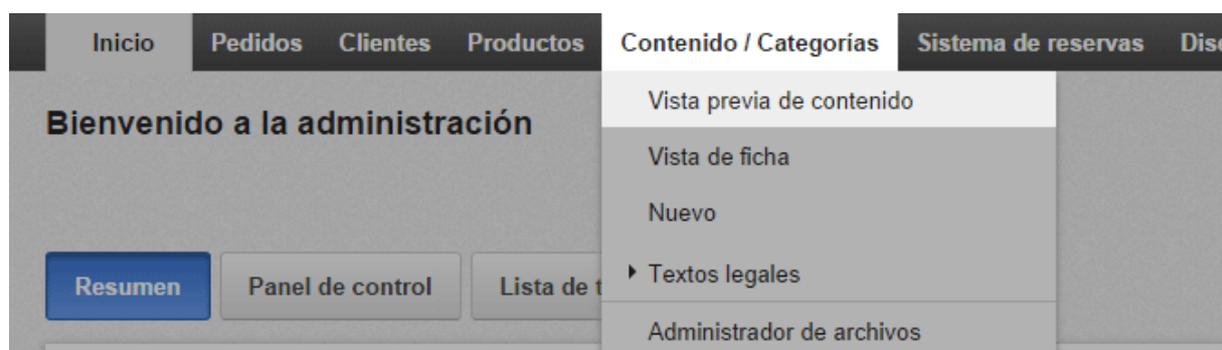
El presente artículo incluye una serie de indicaciones básicas, si bien no efectúa aseveración alguna con respecto a su integridad o exactitud, por lo que no podrá considerarse, en modo alguno, un elemento constitutivo ni sustitutivo del asesoramiento jurídico necesario en cada caso concreto.

Cómo añadir un vídeo a una subpágina de mi sitio web

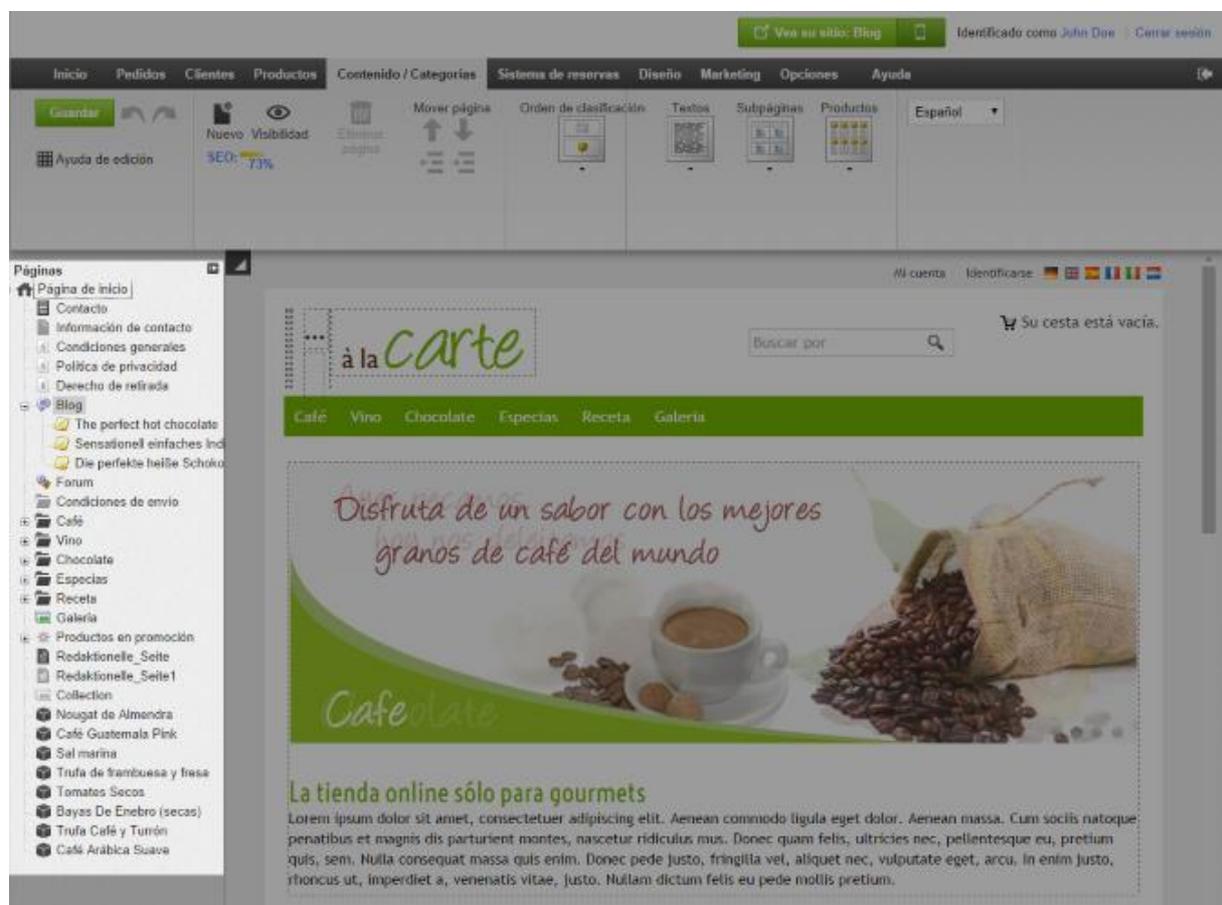
Puedes añadir vídeos de portales como YouTube a las subpáginas de tu sitio web.

Cómo añadir un vídeo

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Contenido / Categorías** y, a continuación, haz clic en **Vista previa de contenido**.

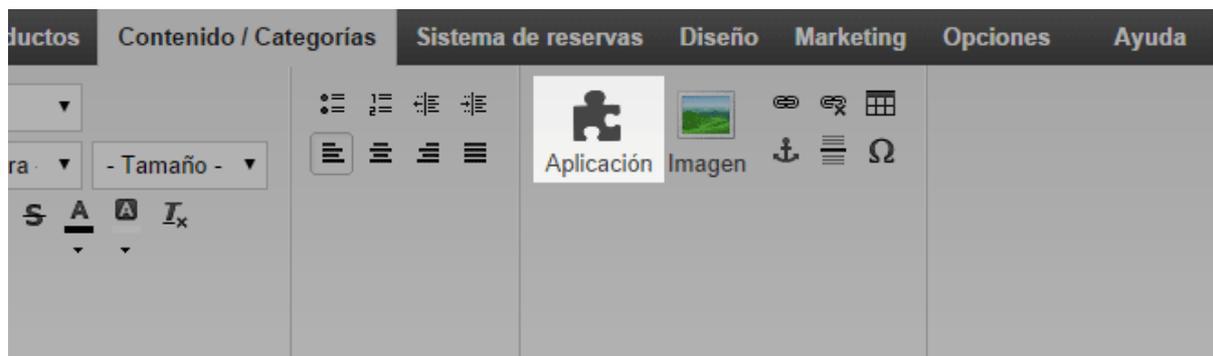


2. Selecciona la subpágina que quieres editar en el árbol de página de la izquierda.



3. Para editar las zonas enmarcadas en la vista previa, haz clic encima.

4. Si es necesario, mueve el cursor hasta el lugar donde quieres añadir el vídeo.
5. En la barra multifunción, haz clic en **Aplicación**.



6. Selecciona **Vídeo - Youtube y otros**.
7. En el campo **Dirección de vídeo**, añade la dirección del vídeo.
8. Usa los campos **Anchura** y **Altura** para definir en qué tamaño se verá el vídeo.
9. Haz clic en **Aplicar**.
10. Guarda los cambios.

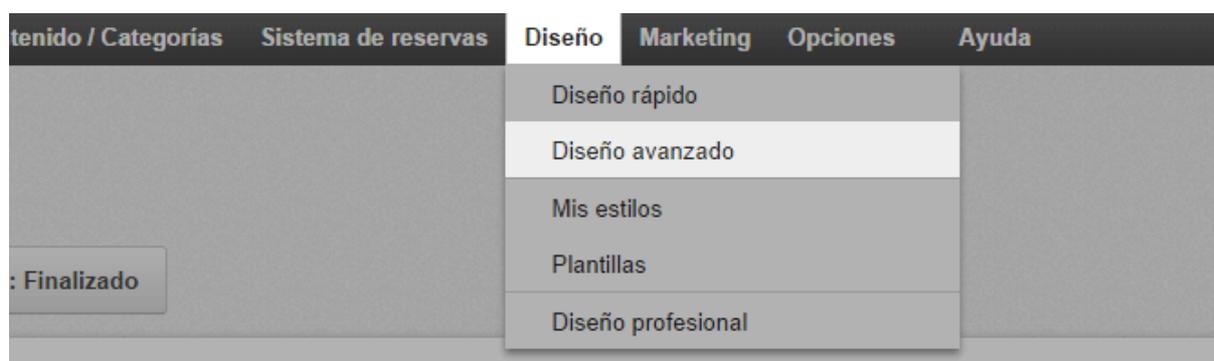
A partir de este momento, el vídeo se mostrará en la página que has escogido de tu sitio web.

Cómo añadir la selección de moneda en mi sitio web

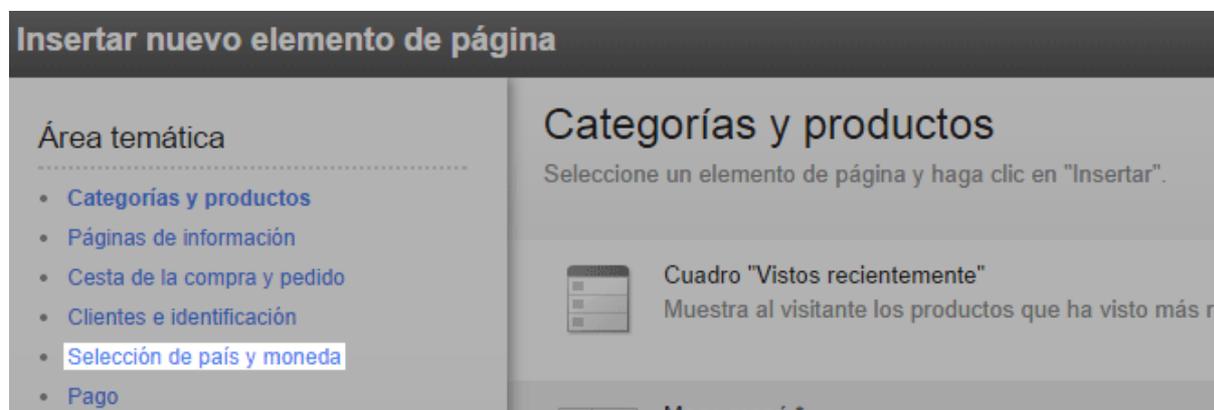
La selección de moneda permite a los usuarios seleccionar su moneda preferida.

Cómo añadir la selección de moneda

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, **Diseño avanzado**.



2. Haz clic en el símbolo más para insertar el elemento de página en la zona que hayas elegido.



3. A la izquierda, debajo de **Área temática**, selecciona el enlace **Selección de país y moneda**.

4. A la derecha, escoge la opción **Seleccionar monedas de la lista** o bien **Seleccionar monedas mediante iconos**.

5. Haz clic en **Insertar**.

6. Si has escogido la opción **Seleccionar monedas de la lista**, define las opciones como los colores de la fuente o el fondo y, a continuación, selecciona **Aplicar**.

7. En la vista previa ya puedes ver el elemento de página que acabas de insertar.

Puedes colocarlo con precisión de pixels con la opción de alineación. Para más información, puedes ver nuestro tutorial sobre este tema.

8. Guarda los cambios.

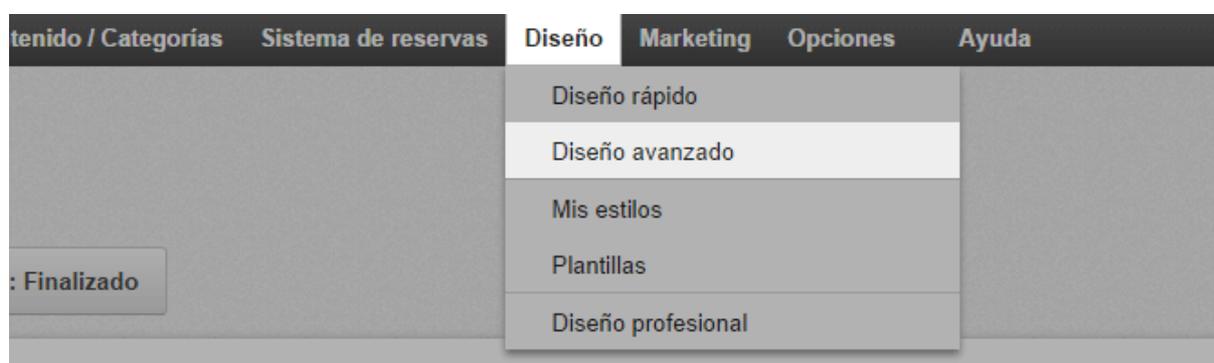
La selección de moneda ya se muestra en todas las páginas de tu sitio web.

Cómo añadir la selección de país en mi sitio web

La selección de país hace posible que los visitantes seleccionen su país y definan el idioma en el que se mostrará tu sitio web. La selección de país se muestra en todas las páginas de tu sitio web.

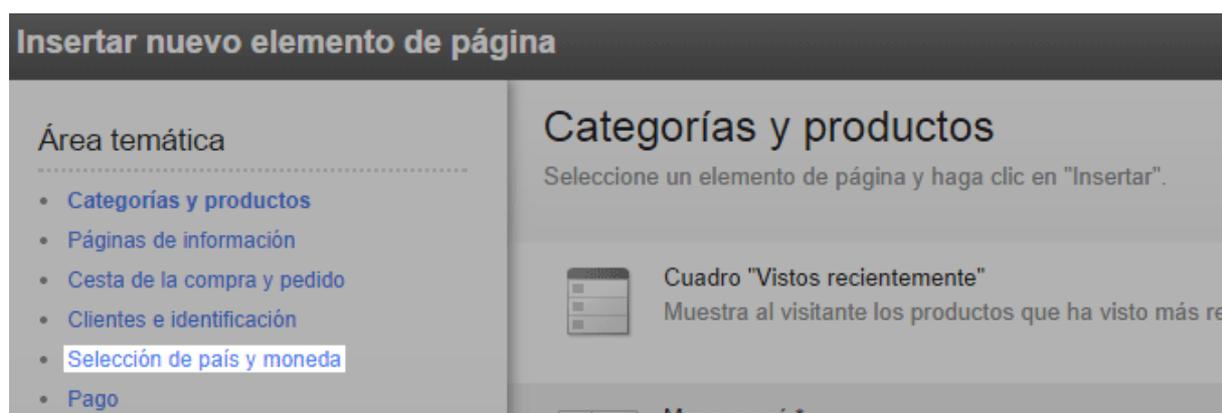
Cómo añadir la selección de país

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, **Diseño avanzado**.



2. Haz clic en el símbolo más para insertar un elemento de página en la zona que hayas elegido.

3. A la izquierda, debajo de **Área temática**, selecciona el enlace **Selección de país y moneda**.



4. A la derecha, selecciona la opción **Seleccionar país de la lista** o bien **Seleccionar país mediante banderas**.

5. Haz clic en **Insertar**.

6. Si has seleccionado la opción **Seleccionar país de la lista**, define las opciones como los colores de la fuente o el fondo y, a continuación, haz clic en **Aplicar**.

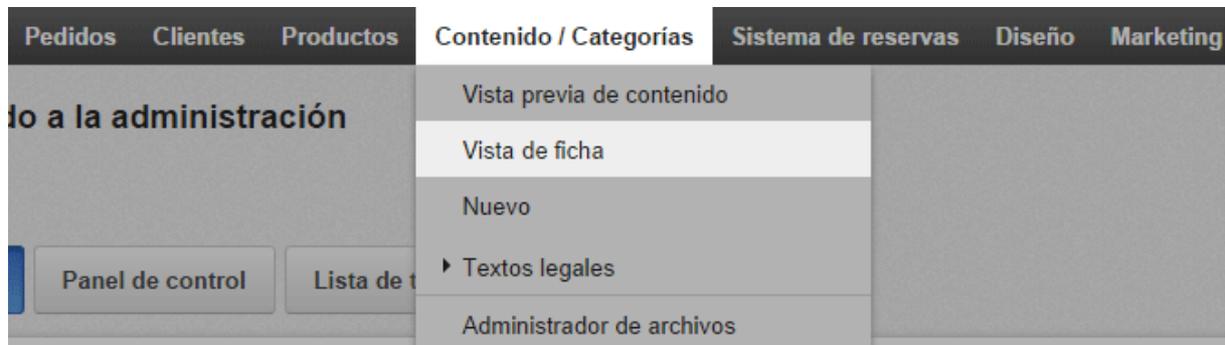
7. En la vista previa ya puedes ver el elemento de página que acabas de insertar. Puedes colocarlo con precisión de pixels con la opción de alineación. Para más información, puedes ver nuestro tutorial sobre este tema.

8. Guarda los cambios.

La selección de país ya está incluida en tu sitio web.

Cómo editar la página del derecho de retirada

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Contenido/Categorías** y, a continuación, haz clic en **Vista de ficha**.



2. En la tabla, haz clic en **Derecho de retirada**.
3. Cambia el texto en **Descripción detallada**.
4. Guarda los cambios.

Los cambios se aplican al instante.



Asegúrate de que la información que ofreces con relación al derecho de cancelación se adecua a la legislación vigente. Para obtener ayuda, visita el sitio web de Trusted Shops.

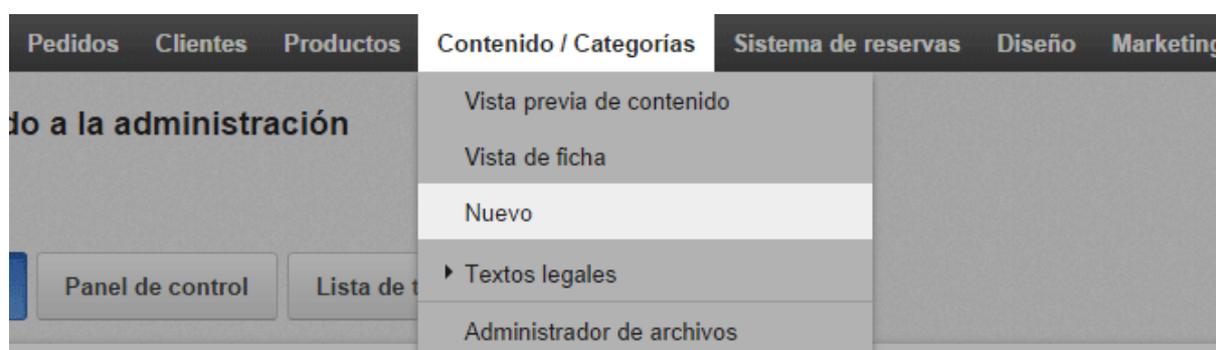
Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

Cómo crear un mapa de sitio para los visitantes de mi sitio web

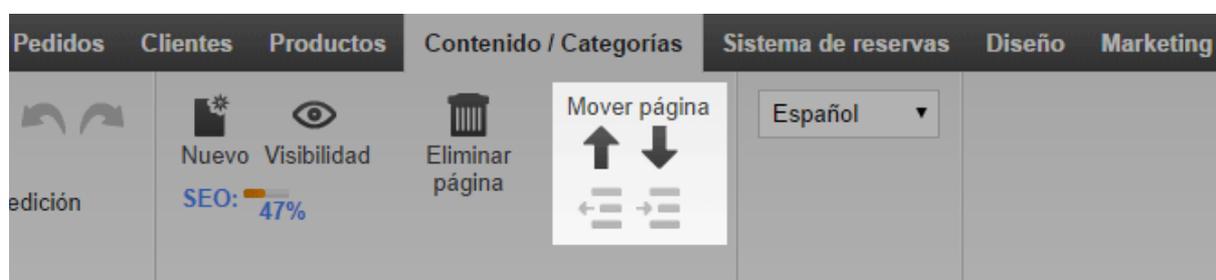
El mapa de sitio (o mapa web) es una subpágina de tu sitio web. Les ofrece a los visitantes una vista general de las diversas páginas y categorías del sitio web.

Cómo crear un mapa de sitio

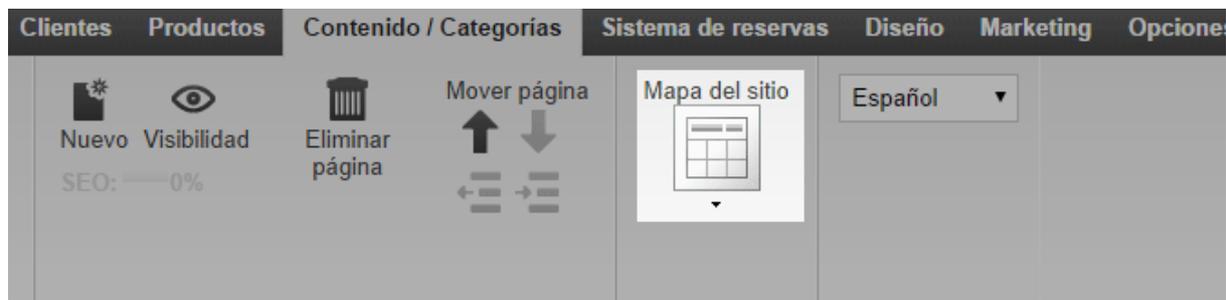
1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Contenido/Categorías** y, a continuación, haz clic en **Nuevo**.



2. En **Tipo**, selecciona la opción **Mapa del sitio**.
3. Si es necesario, cámbiale el nombre en **Nombre**.
4. Mantén seleccionada la opción **No** en **Visible**. De este modo podrás editar la página antes de recibir visitas en tu sitio web.
5. Haz clic en **Insertar**.
6. Comprueba en el árbol de página de la izquierda si la página se ha insertado en la ubicación correcta. En caso contrario, usa los botones **Mover página** de la barra multifunción.



7. En la barra multifunción, selecciona **Mapa del sitio** para elegir si el mapa se visualizará en forma de bloque o en vista de árbol. Los tres primeros niveles de la jerarquía de páginas se muestran en forma de bloque y los cuatro primeros en vista de árbol.



8. Si lo deseas, en la vista previa puedes editar las zonas enmarcadas de la página para, por ejemplo, añadir un mensaje propio. A continuación, guarda los cambios.

9. Cuando termines de editar la página, dirígete a **Visibilidad** en la barra multifunción.

10. En la opción **Visible**, marca **Sí**.



11. En la opción **Visible en el menú**, elige si deseas añadir automáticamente en los elementos de página (como el menú de tu sitio web) un enlace que remita al mapa de sitio.

12. Aplica los cambios.

13. Guarda los cambios.

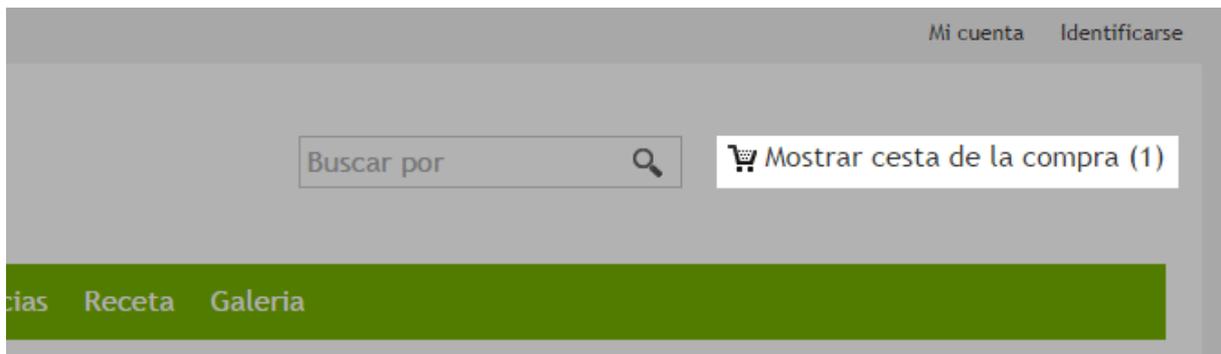
A partir de este momento, el mapa de sitio estará visible en tu sitio web.



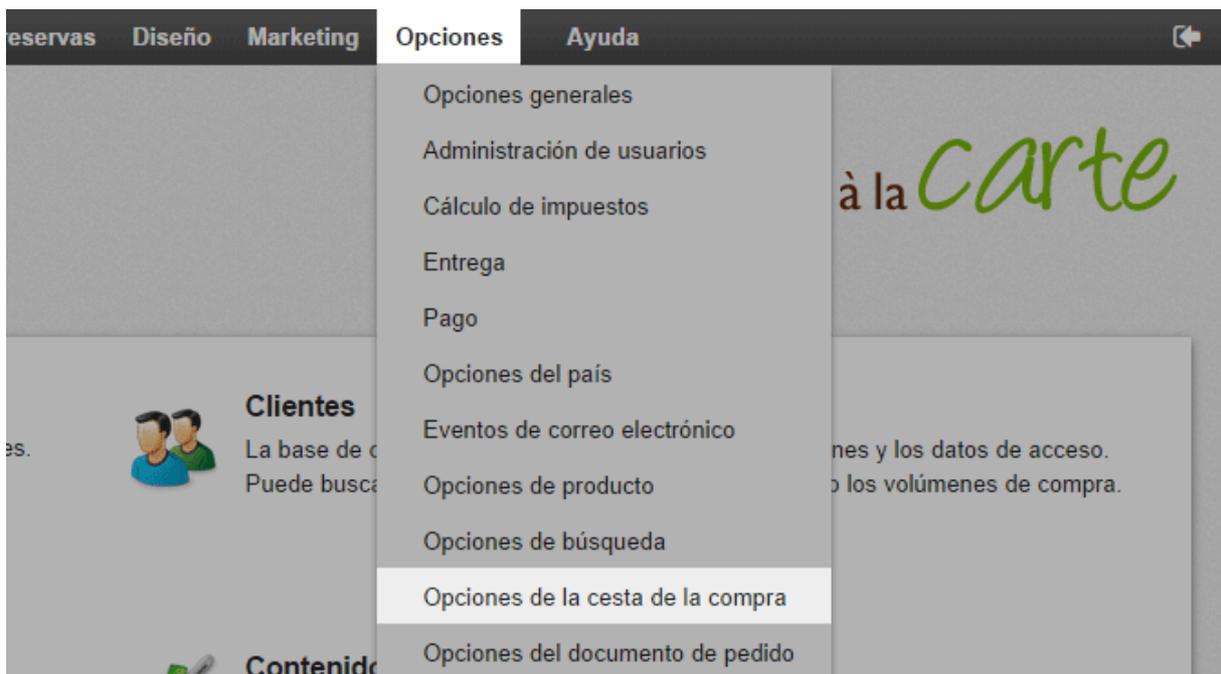
Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

Cómo cambiar el texto situado al lado del icono de la cesta de la compra

Tus clientes acceden a su cesta de la compra, y, por tanto, al proceso de compra mediante el icono o elemento de página en forma de cesta. Este elemento no debe confundirse con el botón "Añadir a la cesta", con el que los clientes añaden productos a la cesta.



1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, **Opciones de la cesta de la compra**.



2. Después, haz clic en **Textos**.



3. En **Texto para acción "Mostrar cesta"**, introduce el texto que debe aparecer al lado del icono de la cesta de la compra cuando un cliente haya añadido como mínimo un producto a la cesta.



4. Guarda los cambios.

El texto situado al lado del icono de la cesta de la compra se cambia al instante. También puedes modificar el diseño del icono. Para obtener más información, consulta [Cómo diseñar el icono de la cesta de la compra](#).



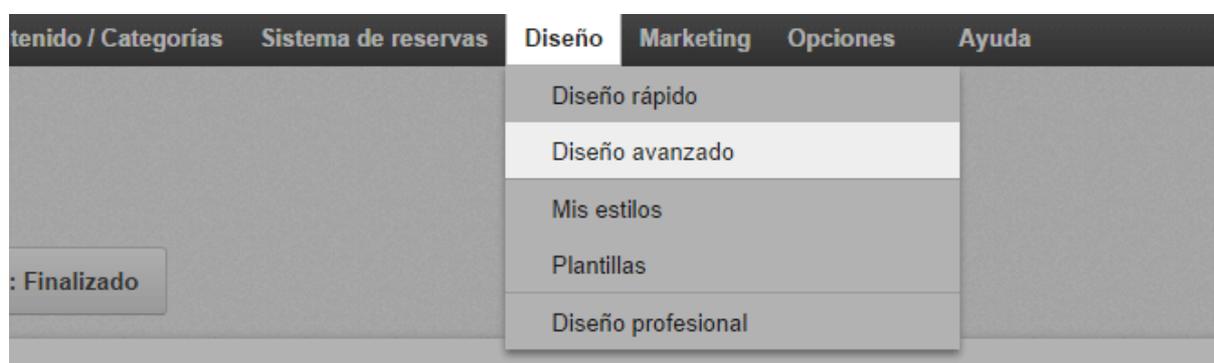
Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

Cómo mostrar mi horario comercial en el sitio web

Puedes publicar el horario de tu negocio en todas las subpáginas de tu sitio web o bien únicamente en una página específica. Para editar tu horario comercial, consulta [Cómo editar mi horario comercial](#).

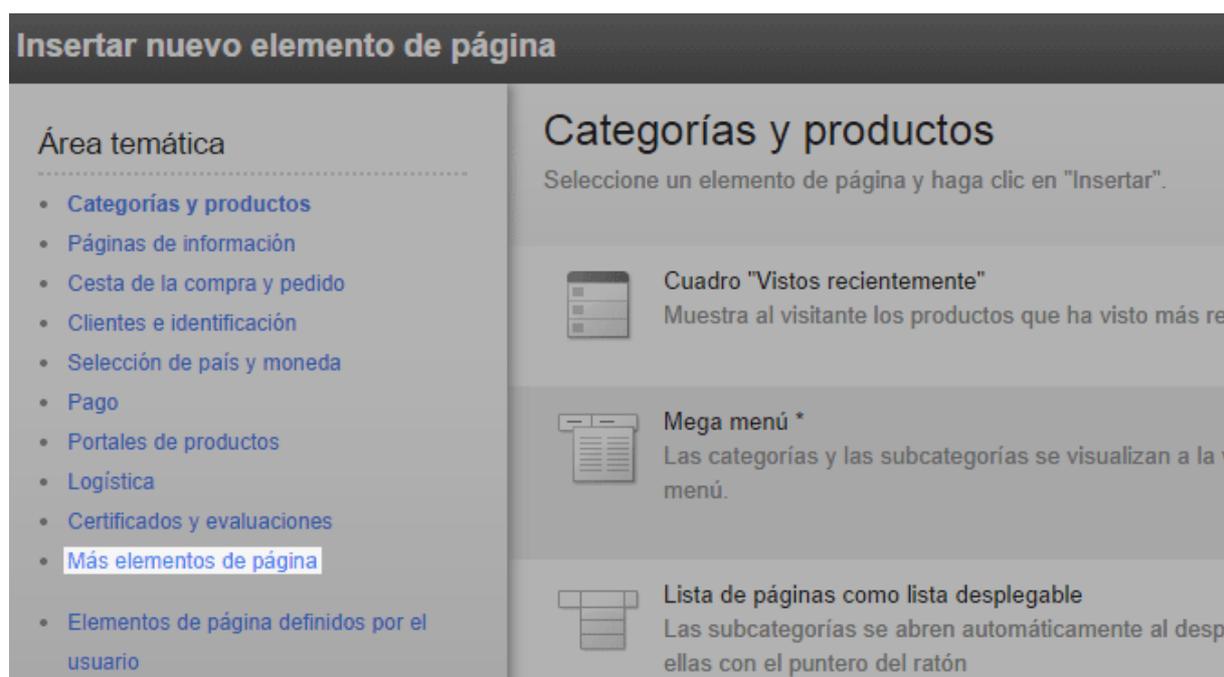
Cómo mostrar el horario comercial en todas las páginas

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Diseño** y, a continuación, haz clic en **Diseño avanzado**.



2. Sitúate en la zona de la página donde deseas que aparezca el horario y haz clic en el símbolo más.

3. A la izquierda, debajo de **Área temática**, haz clic en el enlace **Más elementos de página**.



4. A la derecha, selecciona **Horario comercial**.

5. Haz clic en **Insertar**.

6. Define las opciones como el tipo de letra y los colores de fondo para este elemento de página y haz clic en **Aplicar**.

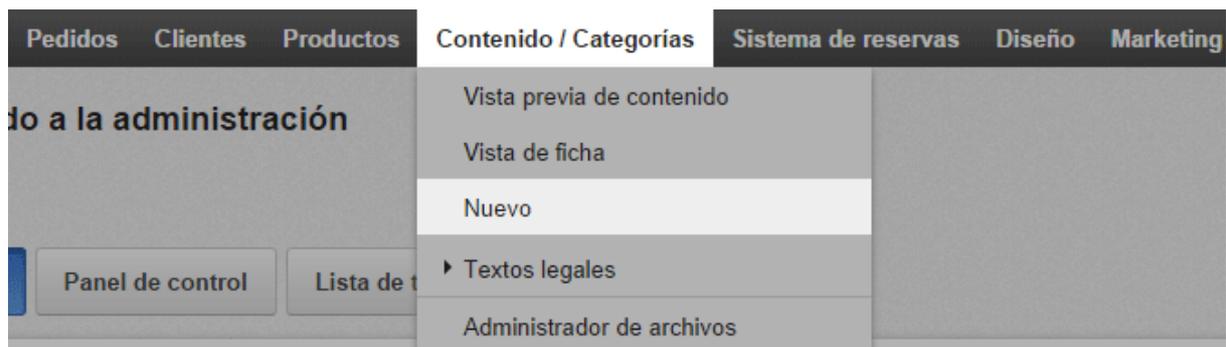
7. En la vista previa ya puedes ver el elemento de página que acabas de insertar. Puedes colocarlo con precisión de pixels con la opción de Alineación. Para obtener más información, puedes ver el videotutorial correspondiente.

8. Guarda los cambios.

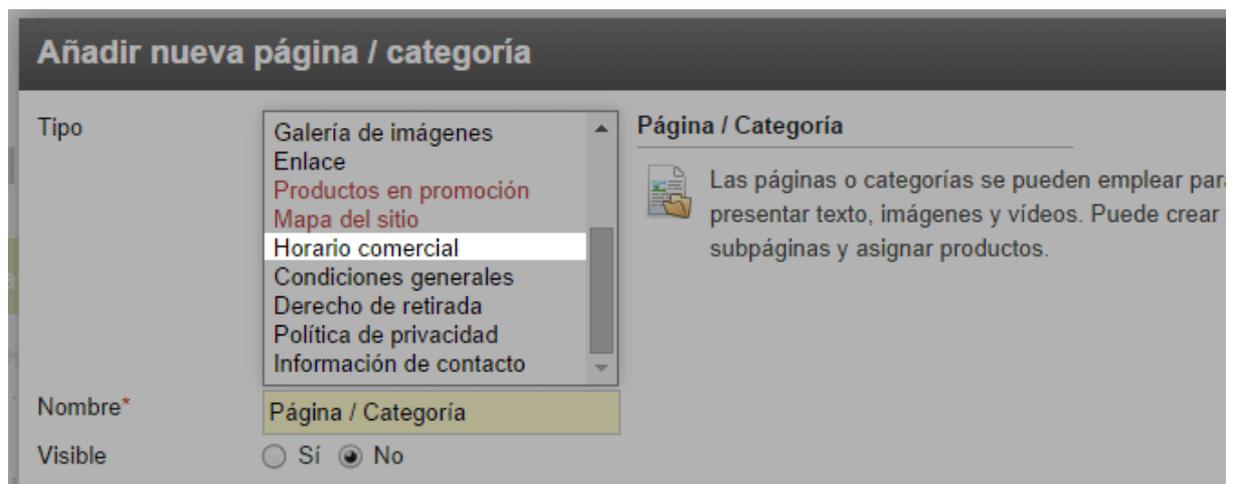
A partir de este momento, tu horario comercial se mostrará en el lugar deseado.

Cómo mostrar el horario en una página específica

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Contenido / Categorías** y, a continuación, haz clic en **Nuevo**.



2. En **Tipo**, selecciona la opción **Horario comercial**.

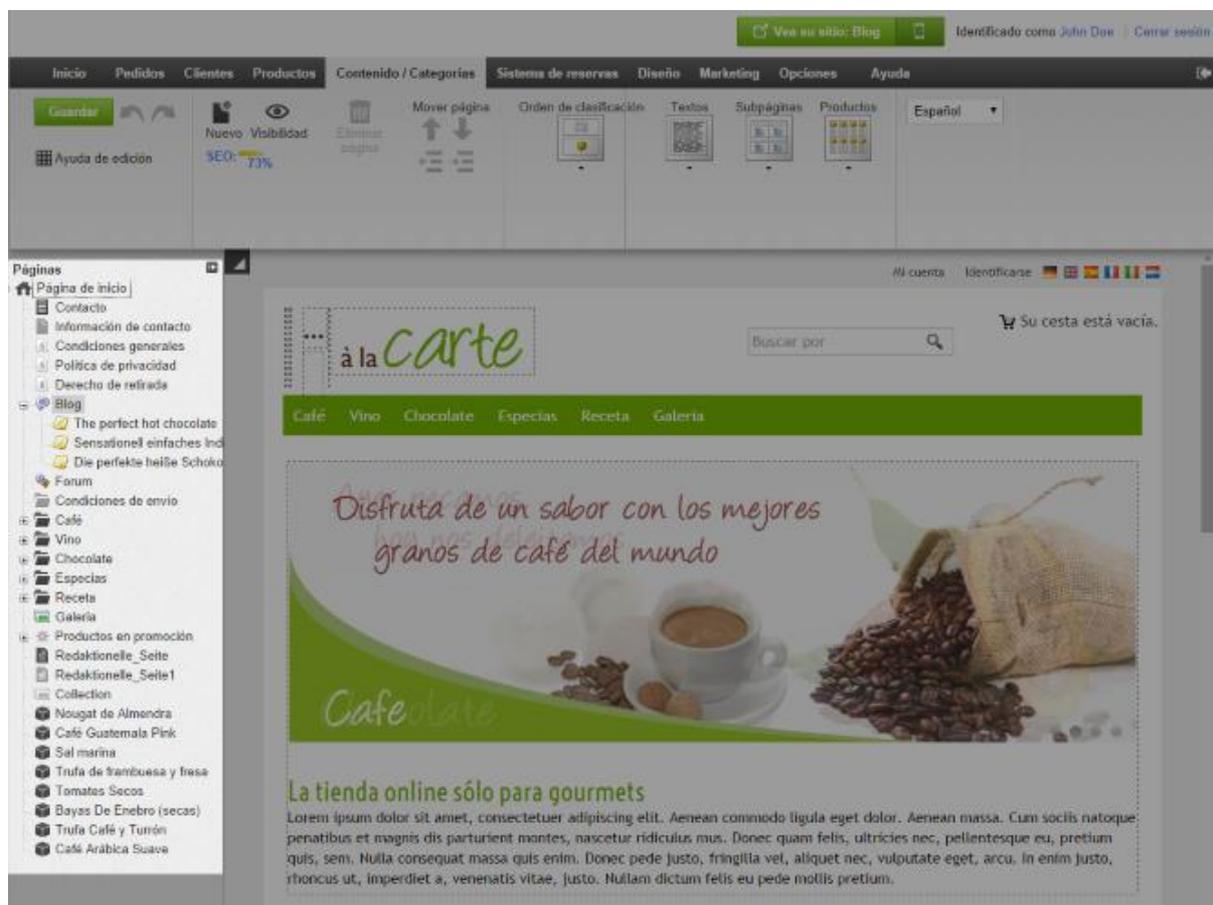


3. Si es necesario, cámbiale el nombre en **Nombre**.

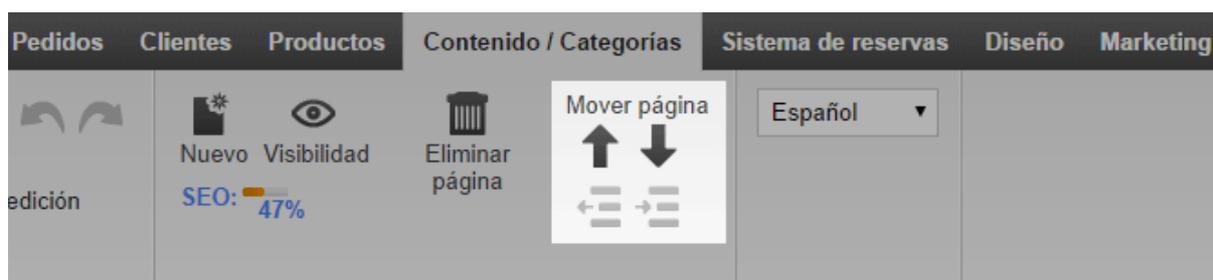
4. Mantén seleccionada la opción **No** en **Visible**. De este modo podrás editar la página antes de recibir visitas en tu sitio web.

5. Haz clic en **Insertar**.

6. Comprueba en el árbol de página de la izquierda si la página se ha insertado en la ubicación correcta.



En caso contrario, usa los botones **Mover página** de la barra multifunción.



7. En la barra multifunción, haz clic en **Horario comercial** para elegir si el horario se muestra en forma de tabla o como imagen.



8. Si lo deseas, en la vista previa puedes editar las zonas enmarcadas de la página para, por ejemplo, añadir un mensaje propio. A continuación, guarda los cambios.

9. Cuando hayas acabado de editar la página, haz clic en **Visibilidad** en la barra multifunción.



10. En la opción **Visible**, selecciona **Sí**.

11. En **Visible en el menú**, escoge si la página debería estar visible en el menú.

12. Aplica los cambios.

13. Guarda los cambios.

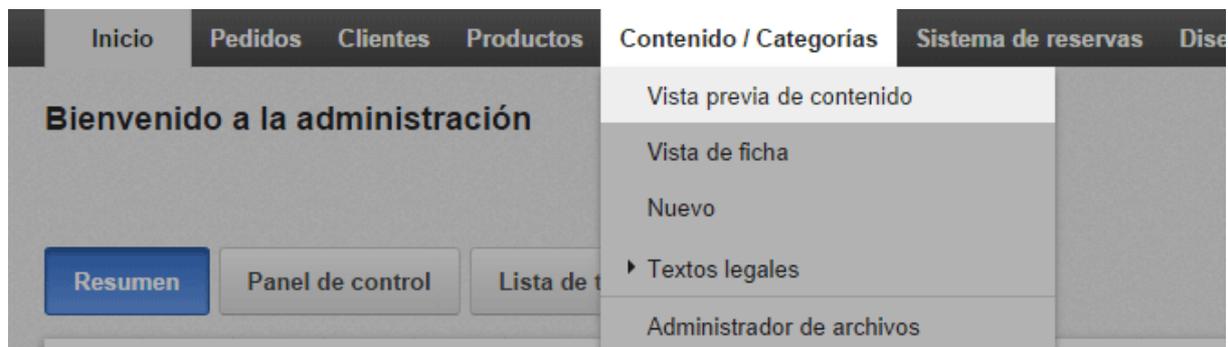
A partir de este momento, la página con tu horario comercial estará visible en tu sitio web.

Cómo añadir un canal RSS a una subpágina de mi sitio web

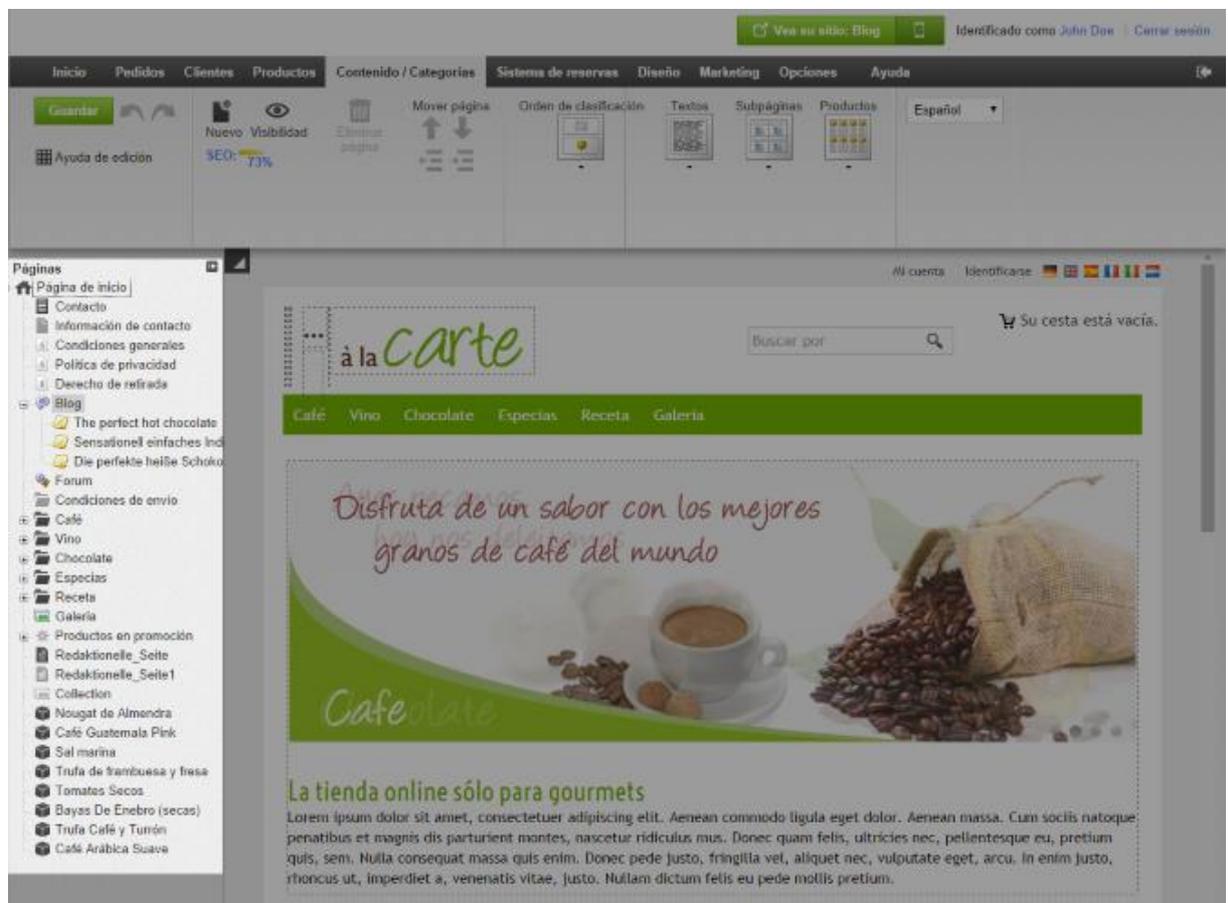
Puedes usar un canal RSS para insertar noticias de otras páginas web en tu sitio web.

Cómo añadir un canal RSS

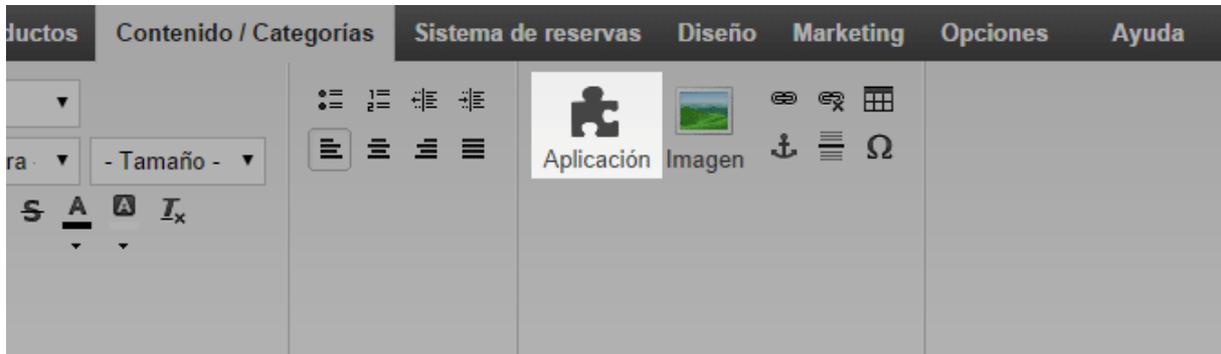
1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Contenido / Categorías** y, a continuación, haz clic en **Vista previa de contenido**.



2. Selecciona la subpágina que quieres editar en el árbol de página de la izquierda.



3. Para editar las zonas enmarcadas en la vista previa, haz clic encima.
4. Si es necesario, mueve el cursor hasta el lugar donde quieres añadir el canal RSS.
5. En la barra multifunción, haz clic en **Aplicación**.



6. Selecciona **Canal RSS**.
7. Introduce la dirección del canal RSS en el campo **URL del canal RSS**.
8. Elige las opciones obligatorias siguientes.
9. Haz clic en **Aplicar**.
10. Guarda los cambios.

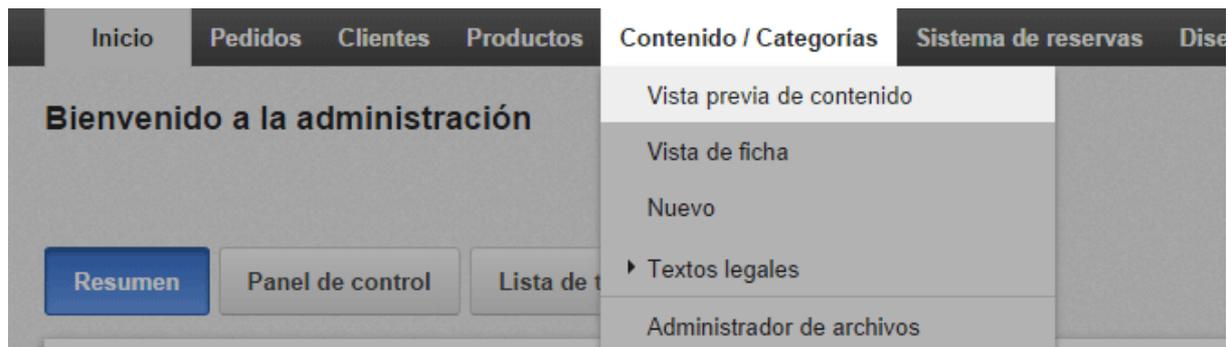
A partir de este momento, las noticias del canal RSS se mostrarán en esta subpágina de tu sitio web.

Cómo incluir un mapa

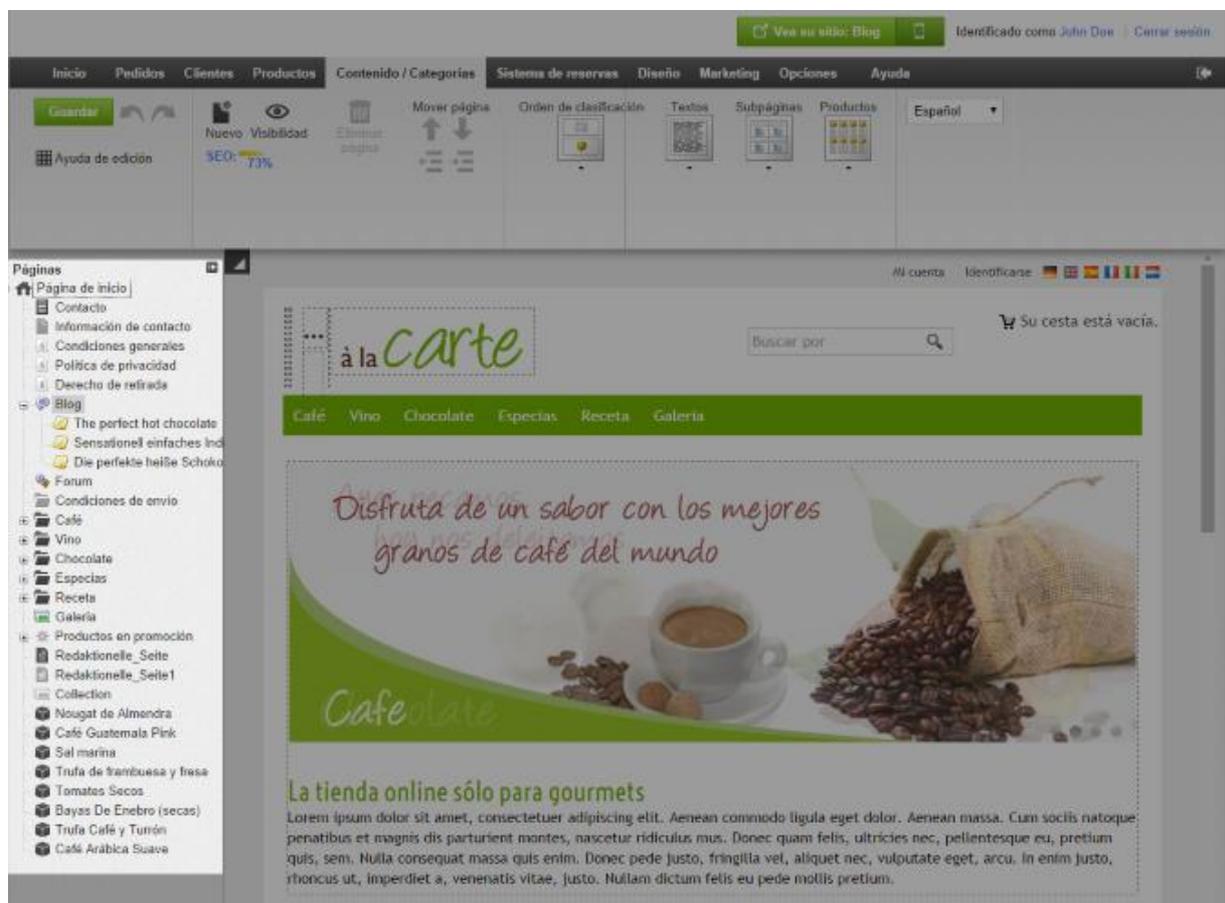
Puedes incluir un mapa en el sitio web para, por ejemplo, indicarles a los clientes dónde encontrar tu tienda.

Cómo incluir un mapa

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Contenido/Categorías** y, a continuación, haz clic en **Vista previa de contenido**.



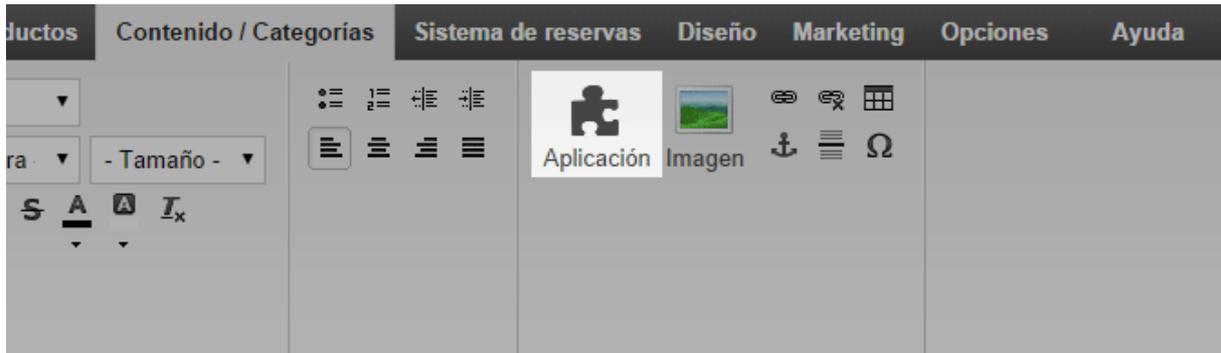
2. Selecciona la subpágina del sitio web que deseas editar en el árbol de página de la izquierda.



3. Para incluir un mapa en una de las zonas enmarcadas en la vista previa, hazle clic

encima.

4. En la barra multifunción, haz clic en **Aplicación**.



5. Selecciona **Mapa**.

6. En la parte superior, elige el proveedor de mapas que deseas usar, como puede ser Google Maps.

7. Rellena los campos obligatorios. Por ejemplo, en este paso puedes cambiar la dirección que mostrará el mapa.

8. Haz clic en **Aplicar**.

9. Guarda los cambios.

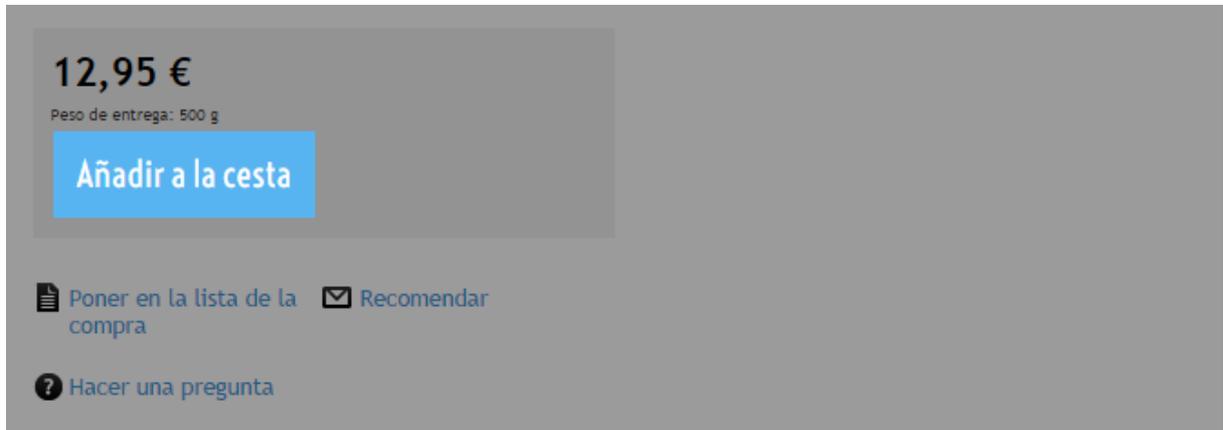
A partir de este momento, el mapa aparecerá en la página que hayas escogido.



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

Cómo editar el texto del botón "Añadir a la cesta"

Los clientes utilizan el botón "Añadir a la cesta" para mandar productos a la cesta de la compra desde, por ejemplo, las páginas de producto:



Puedes cambiar el texto de este botón.

Cómo cambiar el texto

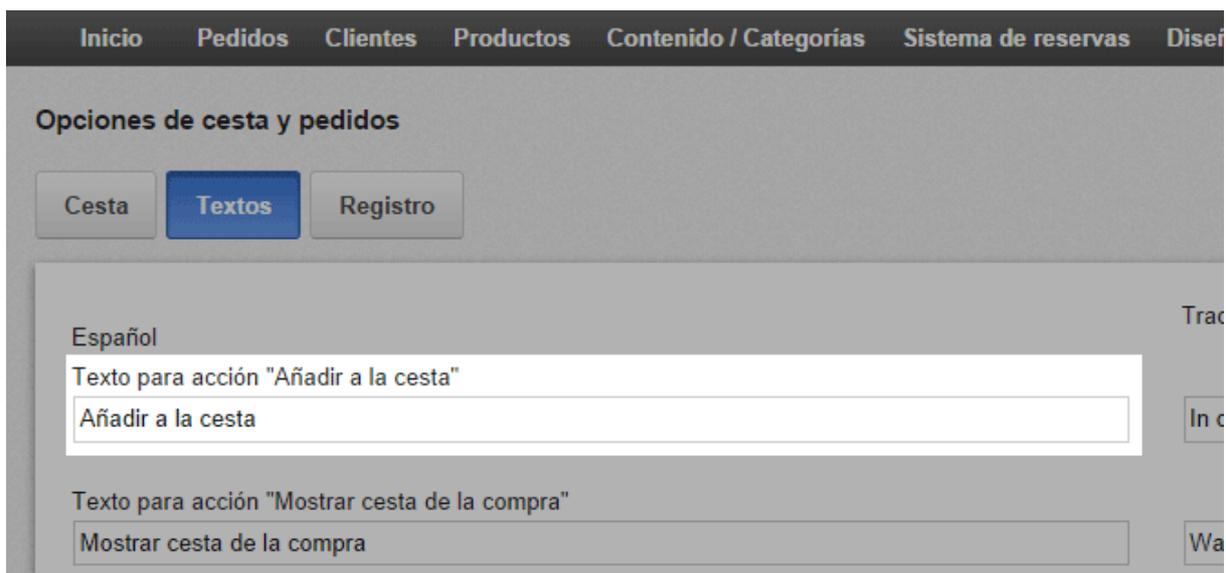
1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones de la cesta de la compra**.



2. Haz clic en **Textos**.



3. En **Texto para acción "Añadir a la cesta"**, escribe el nuevo mensaje.



4. Guarda los cambios.

A partir de este momento, el botón "Añadir a la cesta" mostrará el nuevo mensaje.



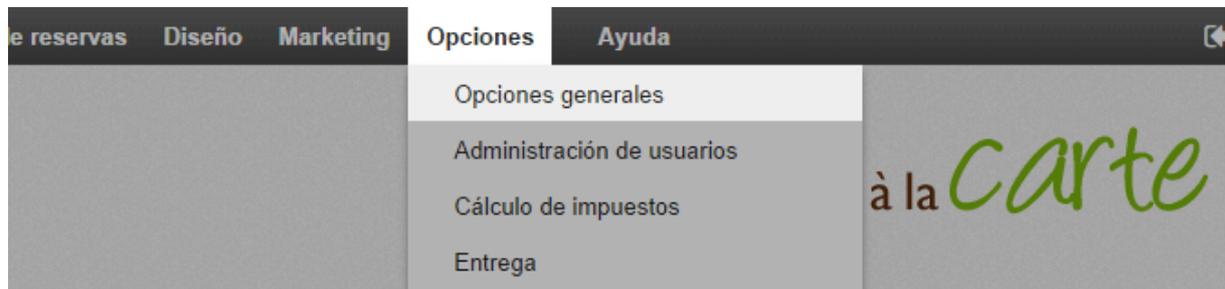
Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

Cómo cambiar el mensaje de cierre de mi sitio web

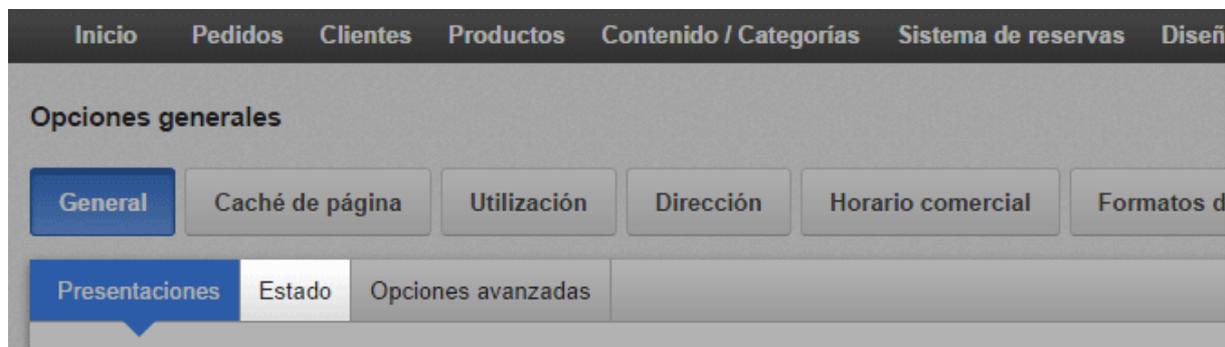
Puedes cerrar tu página web al público (ver [Cómo cerrar mi sitio web al público](#)) e introducir un mensaje especial para que se muestre en su lugar.

Cómo cambiar el mensaje de cierre de un sitio web

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, **Opciones generales**.



2. A continuación, selecciona **Estado**.



3. Escribe el nuevo texto en **Mensaje de sitio web cerrado**.

Creada el lunes 11 de febrero de 2013
El sitio web está Abierto Cerrado

Español Traducción

Mensaje de sitio web cerrado Mensaje

Normal Fuente Tamaño **I_x** **B** **I** **U** **A** |

Breve pausa técnica.
Desafortunadamente nuestro sitio web está actualmente cerrado. Volveremos pronto para usted.

Gracias por su comprensión.

Kurze
Leider
Sie da
Vielen

4. Guarda los cambios.

Si has cerrado tu sitio web, ya podrás ver el nuevo mensaje.



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

Primeros pasos: Crear categorías de productos o páginas

Desde el menú de Contenido/Categoría puedes crear páginas que contengan productos o bien que contengan información (texto, imágenes, etc). Las páginas de productos son llamadas categorías.

En el menú **Contenido/Categorías**, haz clic en **Vista previa**.

Vista previa del Contenido

The screenshot displays a CMS interface for a website. At the top, there is a navigation bar with tabs for 'Inicio', 'Pedidos', 'Clientes', 'Productos', 'Contenido / Categorías', 'Sistema de reservas', 'Diseño', 'Marketing', 'Opciones', and 'Ayuda'. Below this is a multifunction toolbar with various icons for editing, visibility, and page management. A left sidebar shows a tree view of pages, with 'Café' selected and highlighted with a blue circle and the number 3. The main preview area shows a website page for 'à la carte' with a green header, a search bar, and a main content area featuring a coffee cup and beans. The main content area is highlighted with a blue circle and the number 1. The toolbar is highlighted with a blue circle and the number 2.

- 1 En la parte central de la página está la vista previa de nuestro sitio web. Las áreas marcadas con una línea discontinua son campos de texto que se pueden editar o donde se puede insertar una imagen o un gadget (como un rotador de imágenes, mapas, redes sociales, etc).
- 2 La barra multifunción situada arriba te permite elegir entre diversas opciones dependiendo del área que tenga seleccionada (haciendo clic).
- 3 En la columna de la izquierda aparece el navegador de las páginas, que representa la estructura o árbol del sitio web. Desde este navegador se pueden crear, mover o borrar las páginas de tu web.

No olvides guardar todos los cambios efectuados haciendo clic en el botón de

Guardar, situado en la esquina superior izquierda.

Añadir una nueva página o categoría

Para añadir una nueva categoría o página:

1. En **Contenido/Categorías**, selecciona el área donde crear la nueva categoría en el navegador de páginas (por ejemplo en Página de inicio).
2. Haz clic en **Nuevo** en la barra multifunción situada arriba.
3. Selecciona **Página/Categoría** para crear una página de productos y escribe un nombre para la nueva categoría. Deja la opción **Visible** en **No** para poder editar la categoría primero, antes de ponerla visible en su sitio web. Finalmente haga clic en **Insertar**.
4. Comprueba que la categoría ha sido insertada en el lugar del menú que deseas. Si ese no es el correcto, puedes moverla con la función **Mover página** indicada con unas flechas en la barra multifunción.
5. Haz clic en los campos de texto en la vista previa para introducir el texto e imágenes que deseas mostrar en esa página.
6. Selecciona las opciones correctas de **Diseño** para la categoría: puedes escoger entre varias maneras de presentar los textos, productos, etc.
7. Para hacerla visible en su sitio web, haz clic en **Visibilidad** en la barra multifunción, selecciona **Sí** y haz clic en **Aplicar**. Con ello, la nueva categoría estará disponible en tu sitio web.
8. Haz clic en el enlace **Ver su sitio** en el área de administración para ver la categoría publicada en tu sitio web.

Desde la sección de **Contenidos/Categorías** también puedes crear Páginas de contenido que no incluyan productos sino información de tu tienda, como las Condiciones generales, la política de envío y devoluciones o cualquier información adicional que quieras mostrar.

Para añadir una página de contenido desde la sección de Vista previa tan sólo haga clic en Nuevo y seleccione Página de contenido. Los pasos a seguir son los mismos al de las páginas de categoría de productos.

Edición del formulario de contacto

1. Dentro del área de administración de tu tienda, selecciona en el menú principal **Contenido / Categorías** y después **Vista previa del contenido**.
2. Dentro del apartado **Páginas**, en la parte izquierda, selecciona el formulario de contacto que desees editar.
3. El formulario de contacto aparecerá en la vista previa situada a la derecha. Si desees eliminar alguno de los campos del formulario, coloca el cursor del ratón sobre el campo correspondiente y selecciona el icono de la papelera. Confirma que desees eliminar el campo en cuestión.
4. Los campos que debe rellenar el usuario están marcados con un *. En caso de que la cumplimentación de alguno de dichos campos ya no sea obligatoria, sitúa el cursor del ratón sobre ese campo y selecciona el icono del lápiz. En **Especificación obligatoria por parte del usuario**, selecciona **No**. A continuación, selecciona **Aplicar**.
5. Si utilizas el formulario con otros fines aparte del de recibir mensajes de tus clientes, tendrás que incluir una casilla de verificación que permita a los clientes marcarla y otorgar con ello su consentimiento para el procesamiento de los datos. En caso de que el cliente no seleccione esta casilla, el formulario no podrá enviarse. Para incluir dicha casilla, selecciona **+ Añadir campo de formulario**. En **Tipo**, selecciona *Casilla de verificación*. Escribe un encabezado como **Nombre de campo** (p. ej. «Consentimiento para el procesamiento de datos») y, dentro del apartado **Texto de la nota adicional debajo del campo del formulario**, el texto que deba mostrarse en ese lugar. En **Especificación obligatoria por parte del usuario**, selecciona **Sí**. Luego selecciona **Aplicar**.
6. Para incluir un texto de referencia encima del formulario de contacto con un enlace a la política de privacidad, selecciona en el menú principal **Contenido / Categorías** y después **Vista de hoja de datos**. A continuación, selecciona **Textos**. Escribe el texto en el campo **Descripción detallada**.

Para incluir un enlace a la política de privacidad, marca la palabra a la que desees vincularlo y selecciona el icono de enlace en la barra multifunción situada encima. A continuación, selecciona la página de la política de privacidad en la parte derecha y haz clic en **Aplicar**. Guarda los cambios.



El presente artículo incluye una serie de indicaciones básicas, si bien no efectúa aseveración alguna con respecto a su integridad o exactitud, por lo que no podrá considerarse, en modo alguno, un elemento constitutivo ni sustitutivo del asesoramiento jurídico necesario en cada caso concreto.

Primeros pasos: Añadir formas de pago

Ofrece en tu tienda los métodos de pago preferidos por tus clientes, como el pago por transferencia bancaria, el pago contra reembolso o con proveedores como Servired o PayPal.

Para gestionar las formas de pago disponibles en su tienda, haz clic en "Lista de tareas" en la página de inicio, en **Añadir formas de pago**, o en la barra de menús superior en **Opciones** y luego en **Pago**.

Formas de pago internas

Las formas de pago internas como el pago por adelantado o contra reembolso ya están predeterminadas en tu tienda. Para editar una de estas formas, haz clic en tu nombre: aquí puedes activarla o desactivarla con la opción Visible, permitir el pago diferido e indicar también un valor máximo y mínimo del pedido. De este modo, puedes establecer, por ejemplo, que solo tus clientes escojan pagar contra reembolso pedidos de hasta un determinado valor.

En la pestaña **Grupos de clientes**, puedes determinar que esta forma de pago solo esté disponible para clientes habituales.

Formas de pago externas

Con las formas de pago externas, puedes utilizar los servicios de un proveedor externo como PayPal o Servired que procese el pago completo de tus pedidos. En el desplegable de la parte inferior selecciona el proveedor que desees y haz clic en **Guardar**. Junto al nombre del proveedor, haz clic en **Completarlo**. Sigue los pasos que te aparecerán a continuación para conectar el proveedor de pago con tu tienda y define esta forma de pago como Visible desde la página **General**. Así ya estará activada para tus compradores.

Cómo funcionan las formas de pago y cómo modificarlos

Puedes ofrecer diversos medios de pago a tus clientes. Principalmente, se dividen en dos tipos:

- Formas de pago habituales, como el pago por anticipado, con factura o por transferencia bancaria, en los que tú gestionas la facturación.
- Pagos realizados a través de terceros, como PayPal o Redsys (4B/Servired), que se encargan de todo el proceso de pago en tu nombre y posteriormente te transfieren el dinero. Nota: Debes darte de alta con el proveedor de pagos antes de poder configurar este medio de pago en tu tienda.

Lo ideal sería que ofrecieras a tus clientes diversas formas de pago. De esta manera hay menos probabilidades de que cancelen el pedido porque no ofreces su modalidad preferida.

Cómo crear una forma de pago

1. En el menú principal del área de administración, haz clic en **Opciones** y, a continuación, en **Pago**.

2. En la tabla verás todos los medios de pago que ya tienes en tu tienda. Como puedes ver, algunos ya están predefinidos y lo único que debes hacer es ajustarlos y activarlos. Si la forma de pago que precisas ya figura en la tabla, lee el apartado *Cómo modificar una forma de pago*.

Si la forma de pago que precisas no aparece en la tabla, escoge la que desees añadir en la columna **Forma de pago** en la parte inferior de la tabla. Si el medio de pago es a través de terceros, como PayPal, haz clic en el nombre del proveedor. En caso contrario, encontrarás los siguientes tipos:

Forma de pago	Descripción
Gratis	El cliente no tiene comisiones adicionales si utiliza este medio.
Precio fijo	El cliente debe pagar una cantidad fija por elegir este medio de pago.
Límite de exención	El cliente debe pagar una cantidad fija en pedidos inferiores a un importe determinado. Sin embargo, no tiene comisiones adicionales en pedidos superiores al importe marcado.

Transferencia bancaria

El cliente debe aportar sus datos bancarios al efectuar el pedido. El sistema de la tienda verifica la información para asegurarse de que sea completa, pero no comprueba si es correcta. No se contrasta la veracidad de los datos bancarios ni si hay fondos disponibles en la cuenta.

El cliente no tiene comisiones adicionales si utiliza este medio.

Transferencia bancaria por fax

Al efectuar el pedido, el cliente ve un formulario que puede rellenar con sus datos bancarios y enviarte por fax.

El cliente no tiene comisiones adicionales si utiliza este medio.

3. En **Nombre en la tienda**, asigna un nombre a la forma de pago, que será el que se mostrará posteriormente en la tienda. No puedes asignar el mismo nombre a dos formas de pago.

4. Guarda los cambios. El medio de pago ya está creado, pero aún no está disponible para tus clientes. Ahora debes modificarlo. Para más información sobre cómo hacerlo, consulta el apartado siguiente.

Cómo modificar una forma de pago

1. En el menú principal del área de administración, haz clic en **Opciones** y, a continuación, en **Pago**.

2. En la tabla verás todos los medios de pago que ya tienes en tu tienda. Haz clic en el nombre del que quieras modificar.

3. En esta página puedes escoger las opciones generales del pago en cuestión. Ten en cuenta que hay varias opciones disponibles en función de la forma de pago.

Opción	Descripción
Identificador interno	Tus clientes no ven este nombre interno en ninguna parte.
Tipo	El tipo indica la clase de forma de pago. No puede modificarse una vez se ha creado la forma de pago.
Visible	Aquí es donde debes determinar si la forma de pago estará o no disponible en la tienda para tus clientes. Deja esta opción marcada como No hasta haberla configurado por completo.
Predeterminado	Especifica si quieres que este sea el medio de pago estándar utilizado en tu tienda.
Pago a plazos disponible	Decide si te interesa habilitar como forma de pago el pago a plazos. Para ello deberás realizar los ajustes pertinentes en Opciones >> Pago >> Pago diferido . Aquí puedes establecer si se tiene que alcanzar un importe mínimo o máximo para utilizar esta forma de pago. Si el pedido de un cliente no llega al importe mínimo o sobrepasa el importe máximo, el cliente no verá esta forma de pago.
Restricción de disponibilidad	También puedes fijar un importe mínimo general. Para obtener más información, consulta Cómo definir un valor mínimo del pedido general .
Descuento o cuota	Determina si los clientes que utilicen esta forma de pago obtendrán un descuento o deberán pagar una cuota. Selecciona el tipo de descuento/cuota (por ejemplo: <i>Descuento porcentual</i>) e introduce el valor requerido.
Creación del pedido	En este apartado debes establecer si el pedido se crea antes de recibir el pago (recomendado) o después. La ventaja de la primera opción es que puedes acceder a los datos del pedido aunque el pago no se lleve a término. De esta manera puedes aclarar el problema con el cliente.
Permitir el uso para las siguientes direcciones de facturación	Determina si la forma de pago debe ofrecerse a todos los clientes o solo a regiones concretas.
Nombre en la tienda	Nombre con el que se muestra el medio de pago en la tienda.
Comentario	En este apartado puedes proporcionar información adicional sobre esta forma de pago a tus clientes. Los clientes verán esta información cuando escojan las formas de pago durante el proceso de tramitación del pedido. También aparecerá en la documentación del pedido.
Logotipo	En este apartado puedes cargar un logotipo para el medio de pago. El logotipo se mostrará durante la tramitación del pedido si utilizas el proceso de pedido por pasos. Puedes escoger si quieres que el logotipo se muestre o no.

4. Guarda los cambios.
5. Haz clic en **Opciones**. **Nota:** Las formas de pago del tipo *Gratis* constituyen una excepción. Si ofreces esta forma de pago, avanza al paso 7.
6. En esta página se realizan ajustes adicionales para este medio de pago. Si se trata de una forma de pago mediante proveedor externo (como, por ejemplo, PayPal o Redsys), encontrarás instrucciones en la parte superior de la página con los pasos adicionales que debes seguir para configurar esta forma de pago. Sigue las instrucciones, realiza los ajustes adicionales en esta página y guarda los cambios.
7. Si el medio de pago solo va destinado a grupos de clientes concretos, como, por ejemplo los clientes habituales, haz clic en **Grupos de clientes**, elige el grupo que te interese y guarda los cambios. Si quieres añadir más grupos de clientes, selecciónalos y guarda los cambios.
8. Si has acabado de configurar la forma de pago, haz clic en **General**.
9. En la opción **Visible**, marca **Sí**.
10. Guarda los cambios.

El medio de pago ya estará disponible en la tienda para tus clientes. Se recomienda probar siempre las formas de pago a través de proveedores externos antes de implantarlas. Consulta el apartado siguiente.

Cómo probar una forma de pago

La mayoría de proveedores de pago disponen de modo de prueba. Incluso en el caso de que no exista, conviene probar el medio de pago al poner la tienda en funcionamiento. Ten en cuenta que la tienda debe estar operativa en Internet para realizar la prueba.

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Pago**.
2. En la tabla verás todos los medios de pago que ya tienes en tu tienda. Haz clic en el nombre de la forma de pago que quieras probar.
3. Haz clic en **Opciones**.
4. Si la opción **Modo operativo** aparece disponible, haz clic en **Prueba** y guarda los cambios. En caso contrario, realiza el pedido de prueba en modo real.
5. Ve a la tienda online y realiza un pedido de prueba pagando con el nuevo medio.
6. Si todo funciona correctamente, cambia el modo operativo a **Real** (si es preciso).
7. Guarda los cambios.



Los proveedores de pagos externos te ofrecen las ventajas siguientes:

- Muchos de tus clientes ya disponen de una cuenta con PayPal o un proveedor similar.
- Los principales proveedores de pagos cuentan con la confianza de los consumidores.
- No tendrás que preocuparte de procesar los pagos.
- Los pedidos pagados se señalan automáticamente y lo único que debes hacer es enviarlos.

En el caso de las formas de pago externas, las transacciones se procesan en las plataformas de los proveedores. Por lo tanto, se envía al cliente al sistema del proveedor para efectuar el pago y es allí donde se recopila, comprueba y procesa toda la información necesaria. Después se devuelve al cliente a tu tienda. Los pedidos correspondientes pueden asignarse mediante números de transacción. Hay una lista de transacciones para cada proveedor, que encontrarás en el área de administración, en **Pedidos > Transacciones**.

En el área de administración, en **Opciones > Pago**, puedes especificar el orden en el que se muestran las formas de pago a tus clientes.

Cómo definir una cuota para un medio de pago

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Pago**.
2. En la tabla, selecciona el medio de pago que desees editar.
3. En **Descuento o cuota** selecciona **Porcentaje de cuota** o bien **Cuota fija**.
4. Introduce al lado la cuota deseada.
5. Guarda los cambios.

A partir de ahora, esta cuota o importe extra se aplicará a todos los pedidos que se realicen con este medio de pago.



Durante el proceso del pedido, puedes indicar a tus clientes la cuota o importe añadido que tiene el medio de pago.

Cómo definir un descuento para un medio de pago

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Pago**.
2. En la tabla, selecciona el medio de pago que desees editar.
3. En **Descuento o cuota** selecciona **Porcentaje de descuento** o bien **Descuento fijo**.
4. A continuación, introduce el descuento deseado.
5. Guarda los cambios.

A partir de ahora, el descuento se aplicará a todos los pagos que se realicen con este medio de pago.



Durante el proceso del pedido, puedes indicar a tus clientes el descuento que tiene este medio de pago.

Cómo definir el valor mínimo o máximo del pedido para un medio de pago

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Pago**.
2. En la tabla, selecciona el medio de pago que desees editar.
3. En **Restricción de disponibilidad** introduce el valor mínimo del pedido y/o el valor máximo del pedido deseado.
4. Guarda los cambios.

Si un pedido no llega al valor mínimo del pedido o sobrepasa el valor máximo del pedido, el cliente no verá este medio de pago.



También puedes especificar un valor mínimo del pedido general.

Cómo limitar un medio de pago a países o regiones específicos

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Pago**.
2. En la tabla, selecciona el medio de pago que desees editar.
3. En **Permitir el uso para las siguientes direcciones de facturación** selecciona la región en la que debe estar disponible este medio de pago.
4. Guarda los cambios.

Ahora, el medio de pago solo se mostrará a tus clientes si la dirección de facturación se encuentra dentro de la región que has seleccionado.

Cómo incluir un comentario o información adicional en un medio de pago

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Pago**.
2. En la tabla, selecciona el medio de pago que desees editar.
3. Introduce tu comentario o información adicional en el campo **Comentario**.
4. Guarda los cambios.

Ahora, tus clientes verán el comentario aquí:

- Durante el proceso de pedido, debajo del medio de pago.
- En la factura, siempre y cuando no esté configurado el estado de pedido **Pagado**.



Si el sitio web está disponible en varios idiomas, recuerda proporcionar el contenido en cada uno de ellos.

Cómo configurar Redsys (4B/ServiRed) en tu tienda online

Servired y 4B son dos de los métodos de pagos preferidos por los españoles a la hora de hacer compras online. Junto con PayPal, la posibilidad de hacer pagos con tarjeta de crédito o débito a través de PTV, resulta una opción de pago casi imprescindible para una tienda online hoy en día. En este artículo te detallaremos cómo configurar Redsys (4B/ServiRed) en tu tienda.

Solicita el servicio en tu entidad bancaria

Antes de configurar el pago deberás contactar con tu entidad bancaria para solicitar que quieras utilizar el servicio Redsys con ellos. El banco tiene que facilitarte unos datos (ID de comerciante, terminal, clave, etc) que son necesarios para configurar la cuenta en tu tienda.

Configura el pago en la administración de la tienda

Sigue estos pasos para configurar Redsys (4B/ServiRed):

En el área de administración de tu tienda, dirígete al menú **Opciones >> Pago**. En **Formas de Pago**, selecciona **Redsys (4B/ServiRed)** del menú desplegable y haz clic en **Guardar**. Junto al nombre de **Redsys (4B/ServiRed)**, haz clic en **Completarlo**.

A continuación deberás introducir los datos de tu cuenta Redsys. En el apartado **Comercio** introduce el identificador que te ha facilitado tu banco, al igual que en los campos **Terminal** y **Clave secreta**. Escoge si quieres trabajar o no en un entorno de prueba y haz clic en **Guardar** (Acuérdate de activar el modo operativo a Real cuando quieras activarlo para tus clientes).

Finalmente, en el apartado **General**, deberás establecer la forma de pago como Visible, y haz clic en **Guardar**. Aquí también puedes escoger si es la forma predeterminada de pago.

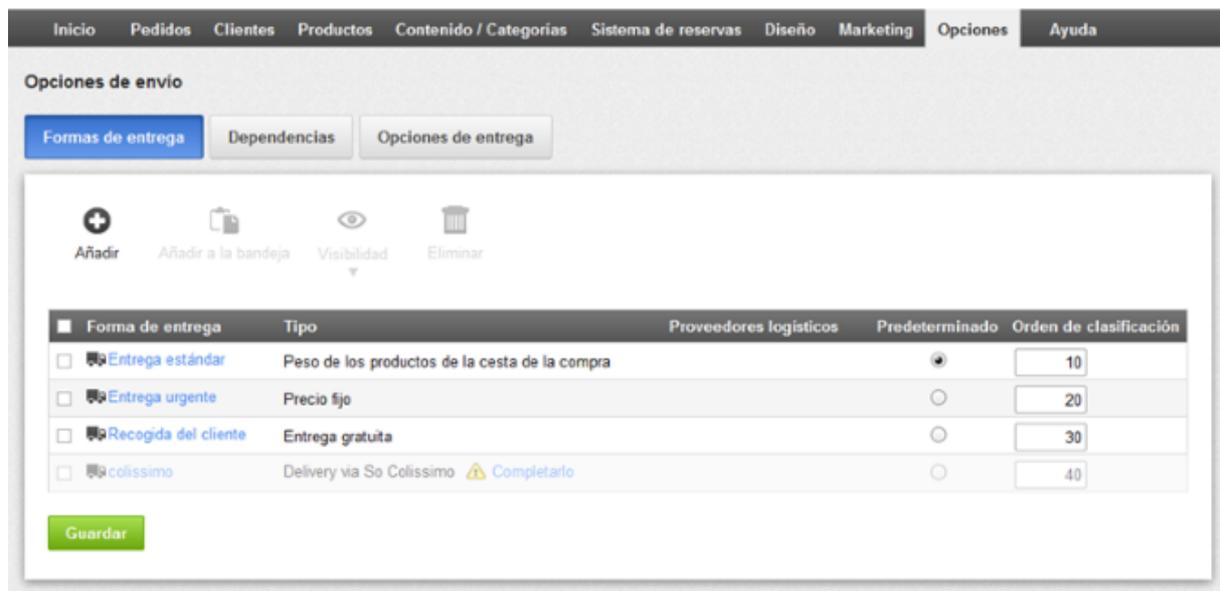
Si configuraste el modo operativo como pruebas te recomendamos realizar un pedido de prueba en tu tienda, y si funciona bien, cambiar el modo a Real.

Ten en cuenta que una vez el pago esté configurado en tu tienda deberás configurarlo también en el TPV que te haya facilitado tu banco. Para más información contacta con la entidad bancaria.

Primeros pasos: Añadir nuevas formas de entrega

Puedes crear varias formas de entrega con diferentes opciones para tus clientes.

Para crear una nueva forma de entrega, haga clic en "Lista de tareas", en **Añadir formas de entrega** o bien en **Opciones** en la barra de menú superior y luego en **Entrega**.



En esta página encontrarás un resumen sobre las formas de entrega que ya están activadas en su tienda.

Para crear una nueva forma de entrega:

1. Haz clic en el botón **Añadir**.
2. A continuación te aparecerá una ventana para configurar las opciones básicas del método de entrega. Puedes vincular la nueva forma de entrega a un proveedor logístico (selecciona el que desees) o bien puedes escoger la opción "Métodos de entrega definidos por el usuario" para utilizar tu propio método de envío. Recuerda que utilizando un proveedor logístico podrás crear etiquetas de envío.
3. A continuación, especifica el tipo de forma de entrega y asigna un nombre a esa forma de entrega.

X
Añadir forma de entrega

Proveedores logísticos

Métodos de entrega definidos por el usuario

- So Colissimo
- E-Logistics
- FedEx
- MRW
- SDA



Se puede utilizar siempre que no se enlace ningún proveedor logístico a este método de entrega.

Tipo *

Precio fijo

- Límite para gastos de envío gratis
- Total de la cesta de la compra

Nombre en la tienda *

Añadir
Cancelar

4. Si has escogido una forma de entrega propia:

Una vez introducido los datos accederás a la página General para acabar de configurar las opciones de entrega. Aquí puedes incluir la descripción de la entrega y condiciones o limitar el uso según países, entre otros. Cuando acabes de definir las opciones, no olvides marcar como visible la entrega y hacer clic en Guardar.

5. Si has escogido una entrega con operador logístico:

Una vez hayas introducido los datos básicos accederás a la página de Opciones de conexión logística. Haz clic en el botón **Completarlo** y sigue las instrucciones para configurar los servicios del proveedor logístico (posiblemente necesitarás tener una cuenta con dicho proveedor).

Una vez hayas conectado los servicios con el proveedor, en las páginas de **General** y **Opciones** puedes configurar más características para esta forma de entrega: definir esta forma de entrega como predeterminada en tu tienda o seleccionar en qué países puede ofrecerse.

Recuerda que una vez hayas configurado todas las opciones, tendrás que cambiar la forma de entrega como **Visible** y guardar los cambios para esté disponible para tus clientes.

Cómo crear una nueva forma de entrega

Puedes crear distintas formas de entrega para tu tienda y vincular cada una de ellas a una empresa de logística o mensajería. También puedes escoger que ciertas formas de entrega solo estén disponibles para determinados productos o para clientes de países concretos. Por ejemplo, podría darse el caso de crear dos formas de entrega distintas con la misma empresa de mensajería: una para envíos nacionales y otra para internacionales.

Cómo crear una nueva forma de entrega

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Entrega**.
2. En la tabla verás todas las formas de entrega que ya hay en tu tienda. Haz clic en el botón **Añadir**.
3. Si *no* te interesa vincular la nueva forma de entrega a una empresa de mensajería, marca la opción **Forma de entrega establecida por el usuario** en **Proveedores logísticos**. En caso contrario, escoge la empresa de mensajería que te interese de la lista. Vincular una forma de entrega a una empresa de mensajería tiene la ventaja de permitirte crear automáticamente etiquetas de envío franqueadas.
4. En **Tipo**, determina cómo se calcularán los costes de entrega para esta forma de entrega. Para obtener más información, consulta [Cómo determinar los costes de entrega](#).
5. En **Nombre en la tienda**, asigna un nombre a la forma de entrega, que será el que se mostrará posteriormente en la tienda. No puedes asignar el mismo nombre a dos formas de entrega.
6. Haz clic en **Añadir**.
7. Si has vinculado la forma de entrega en el paso 3 a una empresa de mensajería, haz clic en el botón **Completarlo**, sigue los pasos especificados y guarda los cambios.
8. En esta página (**Opciones**), puedes escoger las opciones de los costes de entrega y guardar los cambios. Para obtener más información, consulta [Cómo determinar los costes de entrega](#). La excepción son las formas de entrega del tipo *Entrega gratuita*: no es necesario realizar este paso en el caso de las entregas gratuitas, ya que no tienen costes de entrega.
9. Haz clic en **General**.
10. Determina la configuración general de esta forma de entrega aquí.

Opción	Descripción
Identificador interno	Tus clientes no ven este nombre interno de la forma de entrega en ninguna parte.
Tipo	El tipo determina cómo se calcularán los costes de envío para esta forma de entrega. No puede modificarse una vez se ha creado la forma de entrega.
Visible	Aquí es donde debes decidir si la forma de entrega estará o no disponible en la tienda para tus clientes. Deja esta opción marcada como No hasta haber configurado por completo la forma de entrega.
Predeterminado	Especifica si quieres que esta sea la forma de entrega estándar utilizada en tu tienda.
Permitir para todos los productos	Determina si la forma de entrega puede utilizarse con todos los productos o solo con algunos. Para obtener más información, consulta Cómo habilitar un método de entrega solo para determinados productos .
Permitir el uso para las siguientes direcciones de entrega	Establece si la forma de entrega puede utilizarse en todos los países donde está operativa tu tienda o solo en algunos. Para obtener más información, consulta Cómo limitar una forma de entrega a países o regiones específicos .
Nombre en la tienda	Este es el nombre que tendrá la forma de entrega en tu tienda.
Comentario	En este apartado puedes proporcionar información adicional sobre esta forma de entrega a tus clientes. Los clientes verán esta información cuando escojan las formas de entrega durante el proceso de tramitación del pedido. También aparecerá en la nota de entrega.
Logotipo	En este apartado puedes cargar un logotipo para la forma de entrega. El logotipo se mostrará durante la tramitación del pedido si utilizas el proceso de pedido por pasos. Puedes escoger si quieres que el logotipo se muestre o no.

11. Guarda los cambios.



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).



*En el área de administración, en **Opciones > Entrega**, puedes especificar el orden en el que se muestran las formas de entrega a tus clientes. Para obtener más información, consulta [Cómo clasificar las entradas de una lista y cambiarlas de orden](#).*

Cómo determinar los costes de entrega

Eres tú quien determina los costes de entrega que tus clientes deben abonar por cada forma de entrega.

Puedes decidir cuánto deben pagar para cada una de las formas disponibles. No es preciso que reflejes los costes de entrega que te facturan a ti las empresas de mensajería. Piensa si te interesa más que los costes reales se reflejen exactamente en los costes de entrega o si prefieres aplicar un coste promedio. La última opción suele ser más popular y resulta más cómoda para los clientes.

Debes tener en cuenta otros factores que afectan a los costes de entrega, como el material de embalaje.

Por regla general, conviene que los costes de entrega que apliques en tu tienda sean tan claros y fáciles de entender como sea posible. También conviene plantearse ofrecer envíos gratuitos, al menos para pedidos que superen un determinado importe.

Cómo determinar los costes de entrega para una forma de entrega

La decisión más importante a la hora de establecer los costes de entrega se realiza cuando se crea una forma de entrega y se selecciona su tipo. El tipo determina cómo se calcularán los costes de entrega posteriormente. Para más información sobre cómo crear una forma de entrega, consulta [Cómo crear una nueva forma de entrega](#).

Por tanto, es importante seleccionar el tipo correcto cuando se crea la forma de entrega.

Tipo	Descripción
Entrega gratuita	La entrega se realiza sin coste alguno para el cliente.
Precio fijo	Los costes de entrega son siempre los mismos.
Límite de exención	La entrega se efectúa de manera gratuita para pedidos que superen un importe determinado. Los costes de entrega son siempre los mismos para todos los pedidos que no alcancen dicha cantidad.
Total de la cesta de la compra	Los costes de entrega dependen del importe del pedido.
Peso de los productos de la cesta de la compra	Los costes de entrega dependen del peso de los productos del pedido.
Cantidad de productos de la cesta de la compra	Los costes de entrega dependen del número de productos del pedido.

Si la forma de entrega está vinculada a una empresa de mensajería, es posible que haya otros tipos disponibles.

Definición de los costes de entrega

Una vez se ha creado una forma de entrega, pueden determinarse los costes de entrega que se le aplicarán. Ten en cuenta que los pasos que se especifican a continuación pueden variar según la empresa de mensajería.

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Entrega**.
2. En la tabla, selecciona la forma de entrega que desees modificar.
3. Haz clic en **Opciones** y, en función del tipo de forma de entrega, sigue el resto de pasos indicados en la siguiente tabla.

Type	Steps
Entrega gratuita	<p>Dado que los costes de entrega de este tipo siempre son gratuitos, no es posible realizar ninguna modificación adicional en estas opciones.</p> <p>4. Elige el Tipo fiscal correspondiente a esta forma de entrega.</p>
Precio fijo	<p>5. Introduce el Precio de entrega.</p> <p>6. Guarda los cambios.</p> <p>4. Elige el Tipo fiscal correspondiente a esta forma de entrega.</p>
Límite de exención	<p>5. En la columna Precio base, indica el Precio de entrega para los pedidos que no alcanzan el importe para obtener el envío gratis.</p> <p>6. En la columna Gratis si se supera un valor de pedido de, especifica el importe por encima del cual el envío será gratuito.</p> <p>7. En El precio «Gratis si se supera un valor de pedido de» se refiere a un total de, determina si el importe del pedido sujeto a envío gratis solo puede incluir productos o si también puede incluir cupones y posibles descuentos en la cesta de la compra.</p> <p>8. Guarda los cambios.</p> <p>4. Elige el Tipo fiscal correspondiente a esta forma de entrega.</p>
Total de la cesta de la compra	<p>5. Determina en El precio de la cesta de la compra se refiere a un total de, si el importe del pedido solo puede incluir productos o también puede incluir cupones y posibles descuentos en la cesta de la compra.</p> <p>6. Encontrarás una tabla con los costes de entrega para cada una</p>

Type

Steps

de las monedas utilizadas en tu tienda, por ejemplo: **Costes de entrega de pedidos en €**. Especifica en estas tablas los costes de entrega para los diversos importes.

Para el intervalo de *0 a ilimitado*, introduce el **Multiplicador** y el **Precio base** del primer límite (por ej. 50 €). El multiplicador determina la cantidad variable del precio de entrega y el precio básico establece la cantidad constante.

Los costes de entrega se calculan aplicando la fórmula siguiente:

Costes de entrega = precio de la cesta de la compra x multiplicador + precio base

Veamos un ejemplo: Indicas un multiplicador de 0,5 y un precio base de 3 € para el intervalo de pedidos de entre 0 y 20 €. Si un cliente hace un pedido por un valor de 5 €, pagará 5,50 € de costes de entrega.

Costes de entrega = 5 € x 0,5 € + 3 € = 5,50 €

7. Guarda los cambios.

8. Se ha añadido una nueva fila en la parte inferior de la tabla. En la columna **Precio de la cesta de la compra desde**, puedes especificar límite mínimo (por ej.: 20 €).

9. En la misma línea, introduce un **Multiplicador** y un **Precio base**. Estos valores se aplicarán a partir del límite especificado en adelante.

10. Guarda los cambios.

11. Si quieres especificar otros valores de pedido y costes de entrega asociados, repite los pasos del 8 al 10.

4. Elige el **Tipo fiscal** correspondiente a esta forma de entrega.

5. Escoge la unidad de peso en **El cálculo del peso de los productos se realiza en Unidad de peso**.

Peso de los productos de la cesta de la compra

6. Si el pedido se entregará de manera gratuita en caso de superar un determinado importe, especifica dicho importe en **Entrega gratuita a partir del valor de pedido siguiente**.

7. Abajo encontrarás una tabla con los costes de entrega para cada una de las monedas utilizadas en tu tienda, por ejemplo: **Costes de entrega de pedidos en €**. Especifica en estas tablas los costes de entrega para las diversas categorías de peso.

Type

Steps

Para el intervalo de *0* a *ilimitado*, introduce el **Multiplicador** y el **Precio base** del primer límite (por ej. 5 kg). El multiplicador determina la cantidad variable del precio de entrega y el precio básico establece la cantidad constante. Los costes de entrega se calculan aplicando la fórmula siguiente:

Costes de entrega = peso x multiplicador + precio base

Veamos un ejemplo: Indicas un multiplicador de 2 € por kilo y un precio base de 5 € para el intervalo de peso de 0 a 5 kg. Si un cliente hace un pedido con un peso de 3 kg, deberá pagar 11 € de costes de entrega.

Costes de entrega = 3 Kg x 2 € + 5 € = 11 €

8. Guarda los cambios.

9. Se ha añadido una nueva fila en la parte inferior de la tabla. En la columna **Peso desde**, indica el límite (por ej.: 5 kg).

10. En la misma línea, introduce un **Multiplicador** y un **Precio base**. Estos valores se aplicarán a partir del límite especificado en adelante.

11. Guarda los cambios.

12. Si quieres especificar otros valores de pedido y costes de entrega asociados, repite los pasos del 9 al 11.

13. Si quieres fijar el peso máximo permitido para esta forma de entrega, indícalo en **Peso máximo permitido para esta forma de entrega** y guarda los cambios. Si el pedido de un cliente excede el peso máximo permitido, no verá esta forma de entrega durante el proceso de tramitación del pedido.

¡Atención!

- Si ofreces una forma de entrega de este tipo, deberías indicar el peso de cada producto. Para obtener más información, consulta [Cómo indicar el peso de un producto](#).
- Si un cliente coloca un producto en la cesta de la compra y no has indicado cuánto pesa, el precio de los costes de entrega no aumentará. Si el cliente solo escoge productos cuyo peso no ha sido indicado, los costes de entrega aplicados serán el precio base de la unidad de peso mínima, sin ningún recargo.

Cantidad de productos de la

4. Elige el **Tipo fiscal** correspondiente a esta forma de entrega.

Type
cesta de la compra

Steps

5. Si el pedido se entregará de manera gratuita en caso de superar un determinado importe, especifica dicho importe en **Entrega gratuita a partir del valor de pedido siguiente**.

6. Abajo encontrarás una tabla con los costes de entrega para cada una de las monedas utilizadas en tu tienda, por ejemplo: **Costes de entrega de pedidos en €**. Indica los costes de entrega en estas tablas.

Introduce el **Multiplicador** y el **Precio base** para cada moneda. El multiplicador determina la cantidad variable del precio de entrega y el precio base establece la cantidad constante. Los costes de entrega se calculan aplicando la fórmula siguiente:

Costes de entrega = cantidad de productos x multiplicador + precio base

Veamos un ejemplo: Indicas un multiplicador de 2 € por producto y un precio base de 5 €. Si un cliente pide 3 productos, deberá pagar 11 € de costes de entrega.

Costes de entrega = 3 x 2 € + 5 € = 11 €

7. Guarda los cambios.



Puedes limitar una forma de entrega a ciertos países o regiones. Para obtener más información, consulta [Cómo limitar una forma de entrega a países o regiones específicos](#).

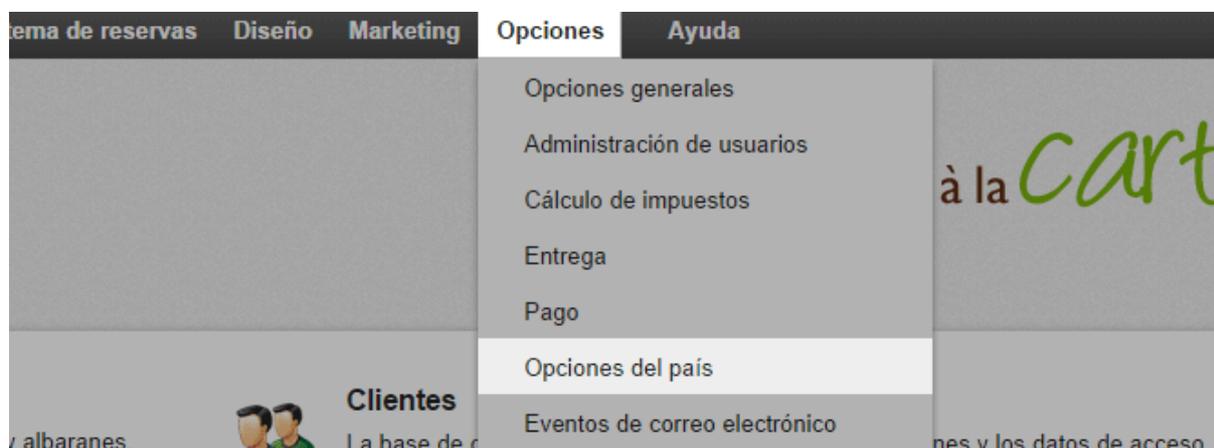
Puedes establecer que una forma de entrega concreta solo pueda utilizarse con determinados productos. Para obtener más información, consulta [Cómo habilitar un método de entrega solo para determinados productos](#).



Asegúrate de que tu tienda online ofrezca el idioma y la moneda correctos para el nuevo país. Para obtener más información, consulta [Cómo añadir un nuevo idioma a mi sitio web](#). También tienes que ofrecer medios de pago y formas de entrega adecuados para este país en particular.

Cómo añadir un país a la lista de países donde realizo entregas

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, después, **Opciones del país**.



2. A continuación, dirígete a **Países**.



3. Selecciona el nuevo país en el menú desplegable situado al final de la tabla.



4. Guarda los cambios.

Tus clientes ahora podrán seleccionar este país cuando se registren o introduzcan su dirección de entrega. Recuerda que solo podrán realizar pedidos desde los países incluidos en la tabla.



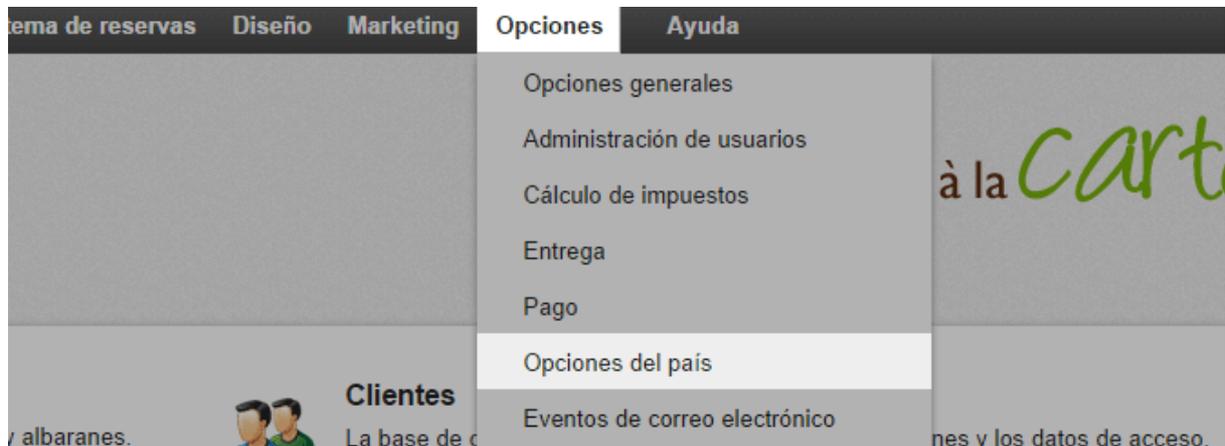
Asegúrate de que tu tienda online ofrezca el idioma y la moneda correctos para el nuevo país. Para obtener más información, consulta [Cómo añadir un nuevo idioma a mi sitio web](#). También tienes que ofrecer medios de pago y formas de entrega adecuados para este país en particular.



Puedes restringir el uso de ciertos medios de pago y formas de entrega en regiones o países concretos. Para obtener más información, consulta [Cómo limitar un medio de pago a países o regiones específicos](#) y [Cómo limitar una forma de entrega a países o regiones específicos](#).

Cómo eliminar un país de la lista de países donde se realizan entregas

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, después, **Opciones del país**.



2. A continuación, selecciona **Países**.



3. Selecciona el país que desees eliminar en la columna de la izquierda de la tabla.

[Vea su sitio: Sitio web](#) | Identificado como **alacarte** | [Cerrar sesión](#)

[Inicio](#) [Pedidos](#) [Clientes](#) [Productos](#) [Contenido / Categorías](#) [Sistema de reservas](#) [Diseño](#) [Marketing](#) **Opciones** [Ayuda](#)

Opciones del país

[Idiomas](#) [Monedas](#) **[Países](#)** [Regiones](#)

Esta opción le permite establecer qué países pueden seleccionar sus clientes en el formulario de dirección (registro y pedidos). Tenga en cuenta que debe poder hacerse cargo de los pedidos (entrega y pago) a esos países. Utilice las regiones si desea limitar el uso de formas de entrega y de pago para países concretos.

<input type="checkbox"/>	Pais	Zona fiscal	Predeterminado	Orden de clasificación
<input type="checkbox"/>	Argentina	non EU	<input type="radio"/>	10
<input type="checkbox"/>	Australia	non EU	<input type="radio"/>	20
<input type="checkbox"/>	Belgique / België (Belgium)	EU	<input type="radio"/>	30
<input type="checkbox"/>	Brasil (Brazil)	non EU	<input type="radio"/>	40
<input type="checkbox"/>	Canada	non EU	<input type="radio"/>	50
<input type="checkbox"/>	Česká republika (Czech Republic)	EU	<input type="radio"/>	60
<input type="checkbox"/>	Chile	non EU	<input type="radio"/>	70
<input type="checkbox"/>	Cyprus	EU	<input type="radio"/>	80
<input type="checkbox"/>	Danmark (Denmark)	EU	<input type="radio"/>	90
<input type="checkbox"/>	Deutschland (Germany)	EU	<input type="radio"/>	100
<input type="checkbox"/>	Eesti (Estonia)	EU	<input type="radio"/>	110
<input type="checkbox"/>	España (Spain)	EU	<input type="radio"/>	120
<input type="checkbox"/>	France	EU	<input type="radio"/>	130
<input type="checkbox"/>	India	non EU	<input type="radio"/>	140
<input type="checkbox"/>	Ireland	EU	<input type="radio"/>	150
<input type="checkbox"/>	Italia (Italy)	EU	<input type="radio"/>	160
<input type="checkbox"/>	Latvija (Latvia)	EU	<input type="radio"/>	170
<input type="checkbox"/>	Lietuva (Lithuania)	EU	<input type="radio"/>	180

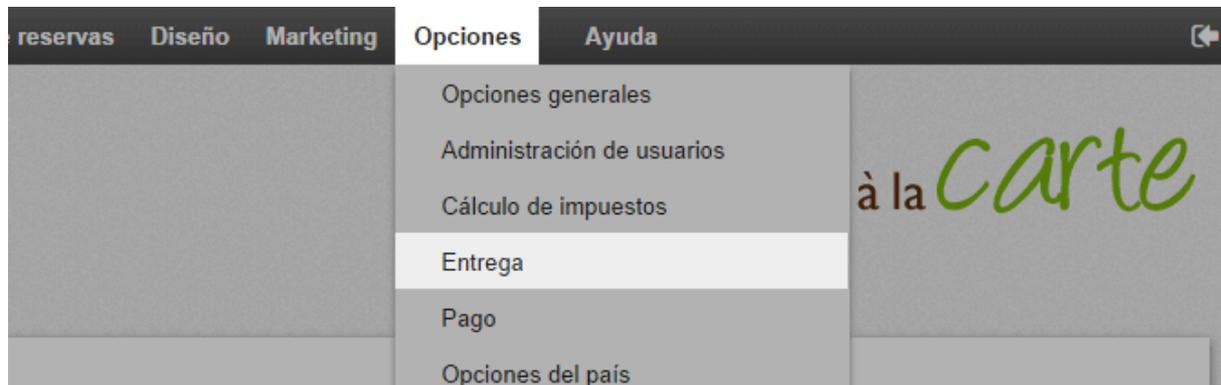
[Guardar](#) [Eliminar](#)

4. Selecciona **Eliminar** al final de la tabla.

Tus clientes ya no podrán seleccionar este país cuando se registren o introduzcan los datos de su dirección.

Cómo limitar una forma de entrega a países o regiones específicos

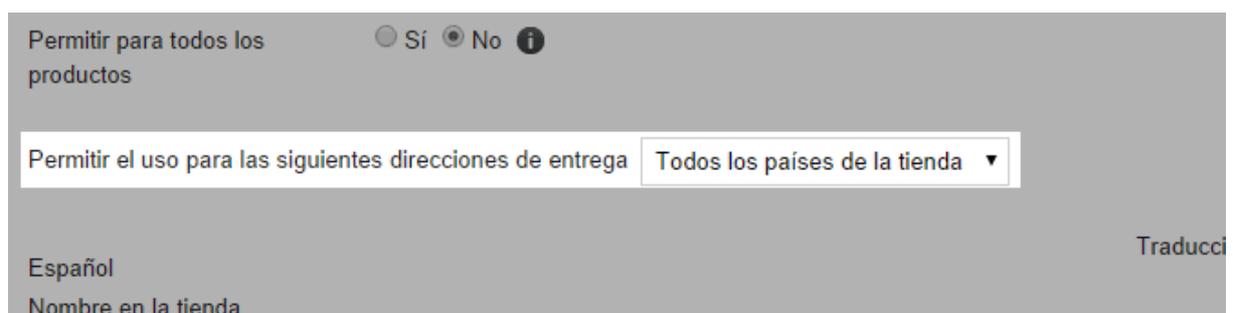
1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Entrega**.



2. En la tabla, selecciona la forma de entrega que desees editar.



3. En **Permitir el uso para las siguientes direcciones de entrega**, debes seleccionar la región en la que debe estar disponible esta forma de entrega.



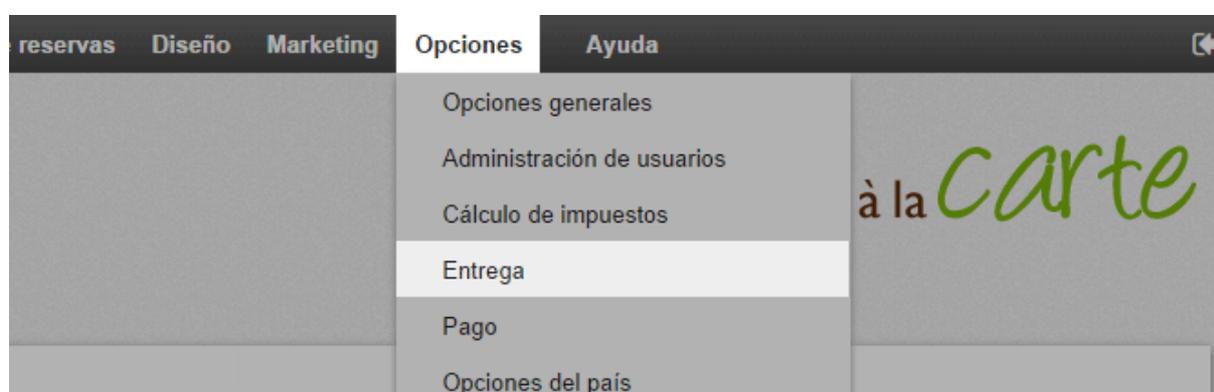
4. Guarda los cambios. Ahora, la forma de entrega solo se mostrará a tus clientes si la dirección de entrega se encuentra dentro de la región que has seleccionado.

Cómo habilitar un método de entrega solo para determinados productos

Por defecto, los clientes pueden elegir cualquier método de entrega en sus pedidos. Sin embargo, puedes configurar dichos métodos de entrega para que estén o no disponibles en cada uno de los productos.

Cómo habilitar un método de entrega solo para determinados productos

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Entrega**.



2. En la tabla, haz clic en el nombre del método de entrega que deseas modificar.



3. En **Permitir para todos los productos**, selecciona **No**.

Visible	<input checked="" type="radio"/> Sí	<input type="radio"/> No
Predeterminado	<input type="radio"/> Sí	<input checked="" type="radio"/> No
Permitir para todos los productos	<input type="radio"/> Sí	<input checked="" type="radio"/> No 

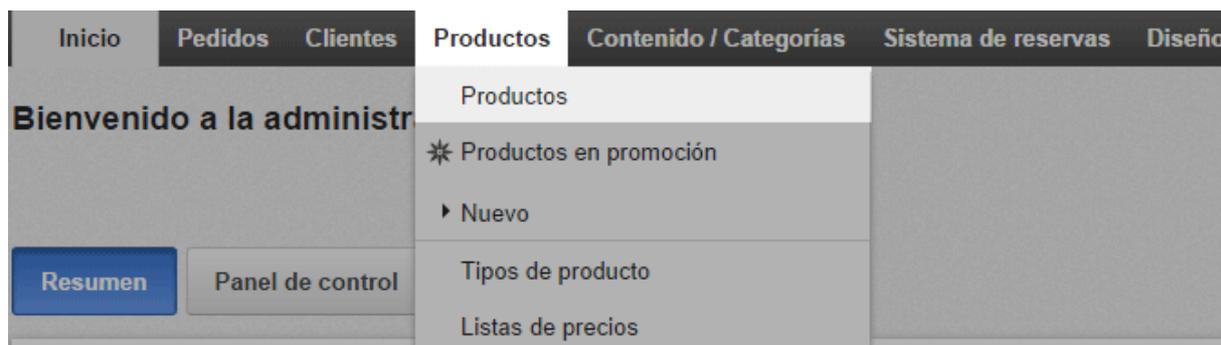
4. Se abrirá entonces un cuadro de diálogo donde deberás especificar si dicho cambio es aplicable a todos los productos o únicamente a los productos nuevos.

5. Guarda los cambios.

A continuación debes activar el método de entrega de manera específica en aquellos productos para los cuales sí estará disponible (véase el apartado siguiente).

Cómo definir para qué productos está disponible un método de entrega

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Productos** y, a continuación, haz clic en **Productos**.



2. La tabla muestra un resumen de todos los productos de tu tienda online. Haz clic en el número de artículo del producto que quieras modificar.

Inicio Pedidos Clientes **Productos** Contenido / Categorías Sistema de reservas Diseño Marketing Opciones Ayuda

Identificado como **alacarte** | Cerrar sesión

Productos

Añadir Asignar Visibilidad Duplicar Exportar Marcar como Nuevo Eliminar

Líneas 50

Número de producto	Nombre	Precio	Existencias
BuCho001		3,99 €	447
ca001		12,95 €	57
ca002		12,95 €	230
ca003		11,95 €	245
ca004		12,95 €	245
ca005		16,95 €	242
cho001		7,90 €	0
cho002		7,95 €	225
cho003		5,95 €	248
choc001		1,00 €	500
choc002		1,00 €	497
choc003		1,00 €	498
choc004		1,00 €	500

Guardar

3. En el apartado **Detalles de la entrega**, en **Formas de entrega posibles**, escoge los métodos de entrega que quieras habilitar para el producto en concreto.

Formas de entrega posibles [→ Editar formas de entrega](#)

- Post
- DHL
- chronopost
- Gratuito

4. Guarda los cambios.

5. Repite los pasos para todos aquellos productos a los que quieras asignar métodos de entrega concretos.

Qué son las opciones de entrega y cómo se utilizan

Cómo modificar las opciones de entrega

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Entrega**.
2. Selecciona **Opciones de entrega**.
3. En **Mostrar nombre en la cesta de la compra** puedes escribir el texto del enlace que aparece en la cesta de la compra y que dirige a las opciones de entrega.
4. La tabla siguiente muestra las opciones de entrega actualmente activadas. Para crear una nueva opción de entrega, introduce un identificador en el campo situado al final de la tabla y guárdalo.
5. En la tabla, haz clic en el identificador de la opción de entrega que desees modificar.
6. En esta página, especifica todos los detalles correspondientes a la opción de entrega. En el **identificador**, escribe un nombre interno para la opción de entrega. El identificador es solo una referencia interna: tus clientes no lo verán.
7. Utiliza la opción **Visible** para especificar si la opción de entrega debe o no estar disponible para tus clientes en la tienda.
8. Asigna un **nombre** a la opción de entrega. Será el nombre que verán tus clientes.
9. Escribe la **descripción** que verán los clientes cuando escojan las opciones de entrega.
10. Indica el **precio** correspondiente, si es que esta opción de entrega conlleva un recargo adicional.
11. Especifica los **impuestos** que se aplicarán a esta opción de entrega.
12. En **Mostrar campo de entrada**, indica si los clientes pueden escribir un mensaje en el pedido, como en el caso de las tarjetas de felicitación.
13. Guarda los cambios.

Cómo ofrecer distintas variantes para una opción de entrega

Puedes ofrecer a tus clientes diversas variantes de una misma opción de entrega, como envolver el pedido en papel de varios colores.

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Entrega**.
2. Ahora selecciona **Opciones de entrega**.
3. En la tabla, elige el identificador del método de entrega que desees modificar.
4. Haz clic en **Seleccionar**.
5. Asigna un nombre a la variante, por ejemplo «papel de regalo verde».
6. Si desees cargar una imagen para esta variante, haz clic en **Cargar imágenes** y elige una imagen en tu ordenador.
7. Guarda los cambios.
8. Para crear variantes adicionales, repite los pasos del 5 al 7.



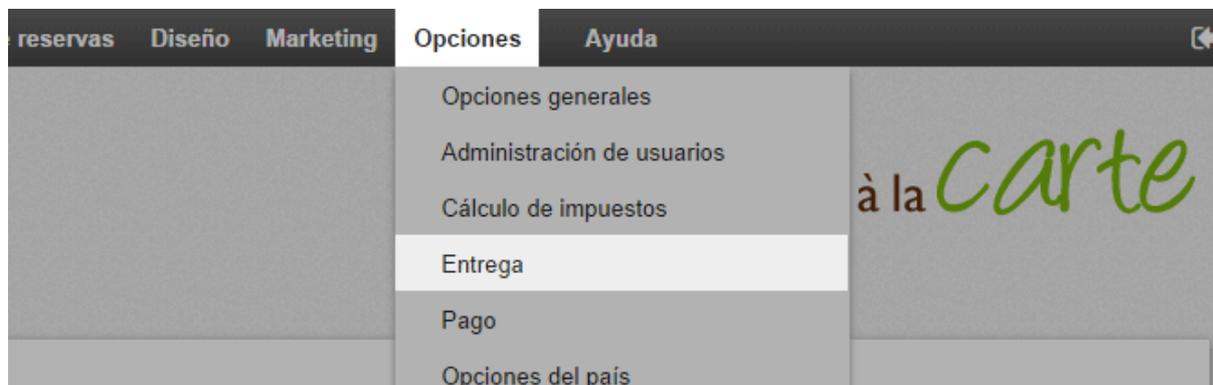
Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).



Puedes especificar el orden en el que tus clientes visualizarán las opciones de entrega y sus variantes. Para obtener más información, consulta [Cómo clasificar las entradas de una lista y cambiarlas de orden](#).

Cómo definir un comentario para una forma de entrega

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Entrega**.



2. En la tabla, selecciona el medio de pago que desees modificar.



3. Escribe el comentario en el campo **Comentario**.

4. Guarda los cambios.

Tus clientes podrán ver el comentario debajo de la forma de entrega mientras efectúan un pedido.



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

Configura SEUR como forma de entrega en tu tienda online

SEUR es uno de los servicios de entrega urgente más usados en España y que muchos e-Commerce utilizan hoy en día. Con tu tienda puedes configurar la conexión logística con SEUR para tener un mayor control de tus envíos además de comodidad y opciones de envío para tus clientes. En este artículo te explicamos paso a paso cómo configurar la entrega y gestionar tus pedidos con SEUR.

Nota: Ten en cuenta que la entrega con SEUR no está disponible en todos los packs de tienda online, consulta con tu proveedor para más información si no está disponible en tu tienda.

Para configurar SEUR en tu tienda deberás contactar primero con SEUR para crearte una cuenta y determinar el tipo de envío y las tarifas que deseas ofrecer a tus clientes. Una vez tengas la cuenta, SEUR debe proporcionarte unas claves de acceso que necesitarás para configurar la conexión logística en tu tienda online en unos sencillos pasos:

Añade SEUR como forma de entrega

En la sección de **Entrega** de tu tienda online (**Opciones >> Entrega**) encontrarás las opciones de envío que ya tienes activadas en tu tienda y disponibles para tus clientes. Para añadir la conexión de SEUR tan sólo haz clic en el botón **Añadir**. A continuación escoge como **Proveedor logístico** SEUR, el tipo de envío que deseas ofrecer y el nombre que quieras que aparezca en la tienda. Para el tipo de envío recomendamos utilizar **Peso de los productos de la cesta de la compra** ya que te permitirá introducir fácilmente las tarifas por peso que te facilite SEUR, aunque también podrías escoger una forma con **importe fijo** si deseas que todos los envíos con una determinada forma tengan el mismo precio.

Añadir forma de entrega

Proveedores logísticos

- DHL
- DHL Versenden / Intraship
- FedEx
- MRW
- SDA
- SEUR

Tipo *

- Límite para gastos de envío gratis
- Total de la cesta de la compra
- Peso de los productos de la cesta de la compra

Nombre en la tienda *

Entrega con SEUR

La entrega se puede efectuar mediante SEUR, que permite realizar el franqueo en línea y el seguimiento del paquete

Los costes de entrega dependen del peso de los productos del pedido

Añadir Cancelar

Selecciona **Añadir**. En la siguiente pantalla deberás hacer clic en el botón **Completarlo** para introducir las claves de configuración de la conexión.

Formas de entrega · Entrega con SEUR

General Opciones Grupos de clientes

Opciones para el procesamiento de la expedición

SEUR: ⚠ Completarlo

Tipo fiscal normal (19 %)

El cálculo del peso de los productos se realiza en

Unidad de peso gramo(s)

Entrega gratuita a partir del valor de pedido siguiente

€

Nota: Sus clientes reciben una alerta de la posibilidad de la entrega gratuita de la cesta de la compra si el valor definido aún no se ha alcanzado.

Costes de entrega de pedidos en € Cálculo: $\text{costes de entrega} = \text{peso} * \text{multiplicador} + \text{precio base}$

Peso desde	Peso hasta	Multiplicador	Precio base (Total)
0 g	sin límite	0 € / g	€

Peso máximo permitido para esta forma de entrega g

Guardar Eliminar

Es posible que en la siguiente pantalla encuentres varios mensajes de otras acciones que debes realizar para completar la configuración. En nuestro caso debemos cumplimentar algunos datos requeridos por SEUR como introducir el NIF de la empresa y dirección completa, y también determinar en las opciones de la cesta de la compra que el número de teléfono y correo electrónico sean obligatorios para nuestros compradores. Tan sólo haz clic en los mensajes para completar estos pasos.

Opciones para el procesamiento de la expedición

Para integrar las entregas con SEUR en su tienda, siga este procedimiento:

1. Cree una cuenta de SEUR. [Regístrate ahora en SEUR.](#)
2. Agregue el elemento de página "Logotipo de SEUR" al diseño de su tienda. [Insertar ahora elemento de página](#)

[A la administración de SEUR](#)

Datos de acceso

Cuenta de libro mayor general *

Código de franquicia *

Código de integración *

Nombre de usuario *

Contraseña *

Opciones para el procesamiento de la expedición

Crear etiquetas de envío automáticamente Sí No ⓘ

Horario de recogida por la mañana * desde hasta ⓘ

Horario de recogida por la tarde * desde hasta

⚠ Para los envíos con este proveedor logístico, los clientes deben rellenar los siguientes campos en la dirección de entrega: **Nombre, Apellido, Calle / n.º, Ciudad, Código postal, Correo electrónico, Teléfono**. Por tanto, marque esos campos del formulario como campos obligatorios.
[▶ Editar campos del formulario en la dirección de entrega](#)

⚠ Para los envíos con este proveedor logístico, debe rellenar los siguientes campos en su dirección: **Empresa, Identificador fiscal**
[▶ Rellenar ahora la dirección de la tienda](#)

Una vez hayas completado estas acciones previas, tan sólo introduces los datos de tu cuenta SEUR: número de cuenta principal, código de franquicia y código de integración. A continuación entra tu nombre de usuario de SEUR y contraseña. Por último, elige la opción **Crear etiquetas de envío automáticamente** y el horario de recogida y guarda.

Configura las tarifas y opciones de envío

Una vez hayas configurado SEUR con las claves, deberás definir las opciones que debe tener este tipo de envío. En la pestaña **Opciones**, podrás por ejemplo incluir las tarifas por peso que te haya dado SEUR añadiendo el precio base o multiplicador por kg (asegúrate de seleccionar kilogramos como unidad de peso). En esta pantalla también puedes decidir qué IVA quieres que se aplique en este envío y también si quieres ofrecer envío gratuito a partir de un determinado importe de la cesta.

Formas de entrega - Entrega con SEUR

General **Opciones** Grupos de clientes

Opciones para el procesamiento de la expedición

MRW: Actualizar

Tipo fiscal: normal (19%)

El cálculo del peso de los productos se realiza en: kilogramo(s)

Entrega gratuita a partir del valor de pedido siguiente: 100,00 €

Nota: Sus clientes reciben una alerta de la posibilidad de la entrega gratuita de la cesta de la compra si el valor definido aún no se ha alcanzado.

Costes de entrega de pedidos en € Cálculo: $\text{costes de entrega} = \text{peso} * \text{multiplicador} + \text{precio base}$

Peso desde	Peso hasta	Multiplicador	Precio base (Total)
<input type="checkbox"/> 0 kg	< 2 kg	0 € / kg	6,84 €
<input type="checkbox"/> 2 kg	< 3 kg	0 € / kg	7,19 €
<input type="checkbox"/> 3 kg	< 5 kg Peso máximo	0 € / kg	7,68 €
<input type="text"/> kg		0 € / kg	

Peso máximo permitido para esta forma de entrega: 5 kg ⓘ

Para acabar, en la pestaña **General** puedes definir el nombre que quieres que se muestre en la tienda, si quieres añadir un texto de explicación y añadir una imagen (aunque por defecto te aparecerá el logo de SEUR). Por último no olvides de ponerlo como visible y si quieres que sea el envío predeterminado para tus clientes. ¡Una vez hayas guardado el envío con SEUR ya está disponible para tus clientes!

Formas de entrega • Entrega con SEUR

General Opciones Grupos de clientes

Identificador interno * Entrega estándar SEUR

Tipo Peso de los productos de la cesta de la compra

Visible SI No

Selección predeterminada SI No

Permitir para todos los productos SI No

Permitir el uso para las siguientes direcciones de entrega Todos los países de la tienda

Español Traducción Deutsch

Nombre en la tienda Entrega estándar SEUR

Comentario

Entrega estándar con SEUR

Logotipo (Visualización únicamente para procesos de pedidos con la opción "En pasos individuales")

Cargar imagen

Mostrar logotipo SI No

Guardar Eliminar

Recuerda que una vez has configurado SEUR como proveedor logístico, puedes añadir varias formas de entrega asociadas al mismo proveedor, pero con distintas tarifas, opciones o tipos de envío. En nuestro ejemplo hemos creado dos tipos de entrega con SEUR, una con opción de entrega en 2 o 3 días y otra con entrega Urgente antes de las 10 de la mañana (SEUR 10).

Gestiona tus envíos con SEUR

Cuando recibas un pedido podrás gestionarlo fácilmente con SEUR en un par de clics de manera que el repartidor venga a recoger el paquete cuando generes la orden de envío. Selecciona **Pedidos** >> **Bandeja de entrada** y haz clic en el pedido que quieres enviar con SEUR y elige en el desplegable entrega mediante SEUR, si no está seleccionado. A continuación debes generar documentos para crear la orden de envío: puedes hacerlo desde la opción **Generar e imprimir documentos** o bien desde la pestaña **Documentos** >> **Añadir** >> **SEUR Etiqueta de envío**.

Estado

<input checked="" type="checkbox"/> Visto	08/03/2016 13:14	<input type="checkbox"/> Parcialmente enviado		<input type="checkbox"/> Parcialmente pagado
<input type="checkbox"/> Rechazado		<input checked="" type="checkbox"/> Enviado	08/03/2016 13:14	<input type="checkbox"/> Pagado
<input type="checkbox"/> En proceso		<input type="checkbox"/> Entregado		<input type="checkbox"/> Devuelto
<input type="checkbox"/> Pendiente		<input type="checkbox"/> Parcialmente facturado		<input type="checkbox"/> Cerrado
<input checked="" type="checkbox"/> Listo para expedición	08/03/2016 13:14	<input type="checkbox"/> Facturado		<input type="checkbox"/> Archivado

Cliente: Noemi Test Webinar (1003)
 Número de pedido: 1004

[Enviar correo de confirmación de pedido](#)
[Imprimir pedido](#)
[Generar e imprimir documentos](#)
[Enviar factura como archivo PDF](#)
[Exportar pedido](#)
 Entrega mediante: SEUR (Estándar)

Dirección de facturación
 Noemi Test Webinar
 Diagonal, 435 5-1
 08036 Barcelona
[Mostrar en el mapa](#)

Información adicional

N.º	Cantidad	N.º de producto	Nombre	PU	IVA	PT
1	1 unidad	Cupcake01	12 Cupcakes de oreo	15,00 €	21%	15,00 €
2	1 unidad	CupcakesChocolat	12 Cupcakes Chocolate	12,00 €	21%	12,00 €

Selecciona el título de la etiqueta para configurar las opciones de envío, como por ejemplo, las medidas del paquete y el peso.

Una vez guardado los datos debes hacer clic en **Orden de envío** >> selecciona el envío >> **Activar orden de envío** para que esta se procese y SEUR reciba la orden de recogida del paquete.

Pedidos - 1004 - 10/03/2016 - Documentos - Etiqueta de envío

Etiqueta de envío

N.º de etiqueta de envío: 1004-1 [Orden de envío](#)

Número de envío:

N.º de cliente: 1003

Tipo de expedición: Económico

Peso total: 2 kg

Longitud: 20 cm

Anchura: 20 cm

Altura: 35 cm

Dirección de entrega

Noemi Test Webinar
 Diagonal, 435 5-1
 08036 Barcelona

N.º	Cantidad	N.º de producto	Nombre	Peso de la unidad
1	1 unidad	Cupcake01	12 Cupcakes de oreo	
2	1 unidad	CupcakesChocolat	12 Cupcakes Chocolate	

Se ha generado la orden de envío.

Cómo descargar la etiqueta de envío

Una vez generada la orden, en la misma pantalla, puedes volver a los detalles de la orden de pedido clicando en su nombre para generar la etiqueta de envío.

En los detalles de la orden de pedido haz clic en el vínculo **Descargar etiqueta de envío**. De esta manera se abrirá una ventana o pestaña nueva en tu navegador con la etiqueta de envío en pdf.

Para volver a imprimir la etiqueta de envío

Puedes acceder de nuevo a la etiqueta de envío desde el menú: **Pedidos >> Pedidos >> clic en pedido >> Documentos >> Etiqueta de envío de SEUR >> Descargar etiqueta de envío**. Así, se generará el PDF y la podrás imprimirla.

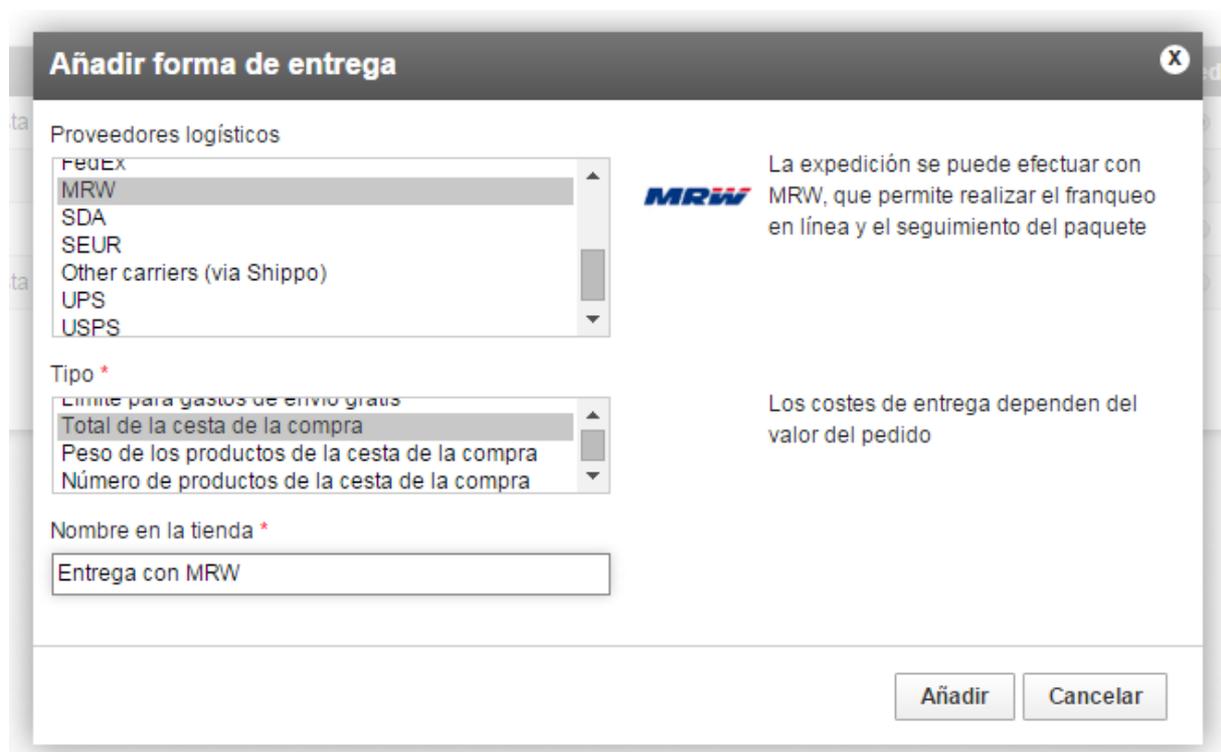
En la sección **Pedidos >> Entregas >> SEUR** también podrás ver los detalles de la orden de envío y acceder a ella para reimprimir la etiqueta o ver el seguimiento del paquete.

Configura MRW como forma de entrega en tu tienda online

Puedes ofrecer el servicio de entrega de MRW totalmente conectado con tu tienda y con la gestión de tus pedidos. En este artículo te detallamos cómo configurar los servicios logísticos de MRW.

Añadir MRW como forma de entrega

Dirígete a **Opciones >> Entrega >> Formas de entrega >> Añadir** y selecciona **MRW**, el tipo de envío que quieres, por ejemplo **Total de la cesta de la compra**, e indica un nombre para la forma de pago, por ejemplo, "Entrega con MRW". Haz clic en **Añadir**.



En la siguiente pantalla deberás hacer clic primero en **Completarlo**, para configurar MRW con las credenciales de tu cuenta. Deberás crearte una cuenta en MRW si no la tienes y esperar los códigos de tu cuenta para rellenar estos campos.

Cuando rellenes los códigos de tu cuenta, no te olvides de seleccionar Crear etiquetas de envío automáticamente. En cuanto lo tengas, selecciona **Guardar**.

Opciones para el procesamiento de la expedición

Para integrar las entregas con MRW en su tienda, siga este procedimiento:

1. Cree una cuenta de MRW. [Regístrese ahora en MRW.](#)
2. MRW le enviará sus datos de acceso, que debe introducir en los campos de entrada siguientes. Haga clic en "Guardar".
3. Agregue el elemento de página "MRW - Logotipo" al diseño de su tienda. [Insertar ahora elemento de página](#)

[A la administración de MRW](#)

Datos de acceso

Código de franquicia *

Número de suscriptor *

Código de departamento

Nombre de usuario *

Contraseña *

Tipo de expedición (Seleccionar entrada) ▼

Crear etiquetas de envío automáticamente Sí No ⓘ

En la siguiente pantalla volverás a las opciones de entrega de MRW donde podrás acabar de configurar como quieres que se realice el envío.

En la pestaña General podrás ver otras opciones para la entrega MRW. Ya verás que te aparecerá precargado el logo de MRW. Pon la forma de entrega como **Visible** y ¡ya tienes listo MRW para tus compradores!

Cómo gestionar tus envíos con MRW

Desde la **Bandeja de entrada de Pedidos**, haz clic en el pedido que vas a enviar con MRW. En la descripción del pedido, elige en el desplegable **Entrega mediante MRW** y guarda.

Pedidos - 1004 (10/03/2016 08:45) Buscar pedidos 🔍

General Documentos (0)

Estado

Visto 10/03/2016 08:46

Rechazado

En proceso

Pendiente

Listo para expedición

Parcialmente enviado

Enviado

Entregado

Parcialmente facturado

Facturado

Parcialmente pagado

Pagado

Devuelto

Cerrado

Archivado

Ciente [Laura Hurtado \(1003\)](#)

Número de pedido ⓘ

Dirección de facturación

Laura Hurtado
Diagonal
08030 Barcelona

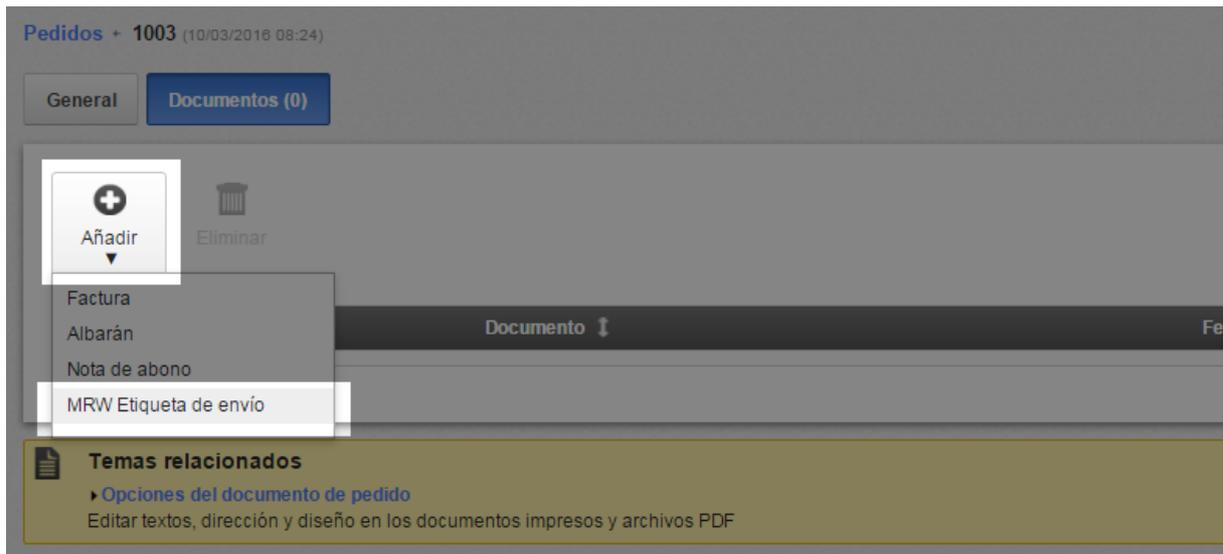
[Mostrar en el mapa](#)

Información adicional

N.º	Cantidad	N.º de producto	Nombre	PU	IVA	PT
1	1 unidad	Vino blanco	Vino blanco	72,95 €	19%	72,95 €

Para generar documentos de envío (albarán, etiqueta de envío etc), haz clic en la

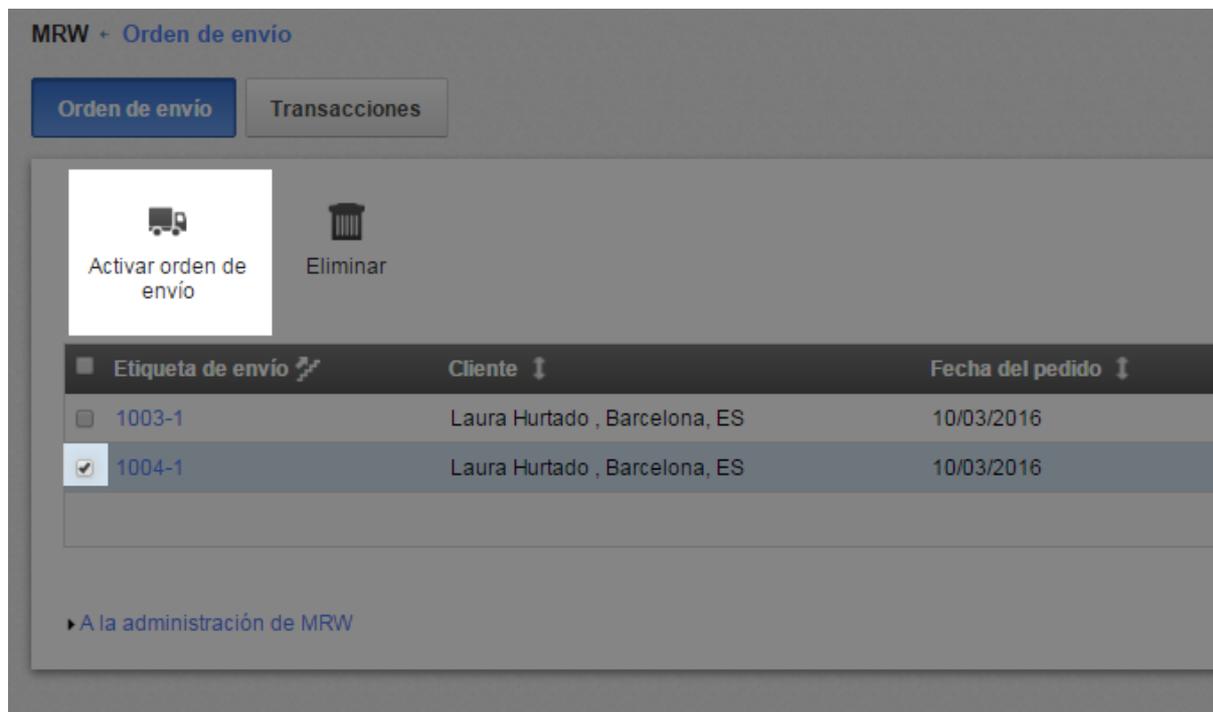
pestaña **Documentos**. Primero de todo, añade la etiqueta de envío de MRW clicando en **Añadir >> MRW Etiqueta de envío**.



Selecciona el título de la etiqueta para configurar las opciones de envío, como por ejemplo, las medidas del paquete y el peso.



Haz clic en **Guardar**. En la pantalla siguiente generaremos la orden de envío con MRW. Selecciona **Orden de envío >> selecciona el envío >> Activar orden de envío**.



Se ha generado la orden de envío.

Cómo descargar la etiqueta de envío

Una vez generada la orden, en la misma pantalla, puedes volver a los detalles de la orden de pedido clicando en su nombre para generar la etiqueta de envío.

En los detalles de la orden de pedido haz clic en el vínculo **Descargar etiqueta de envío**. De esta manera se abrirá una ventana o pestaña nueva en tu navegador con la etiqueta de envío en pdf.

Para volver a imprimir la etiqueta de envío

Puedes acceder de nuevo a la etiqueta de envío desde el menú: **Pedidos >> Pedidos >>** haciendo clic en nombre del pedido >> **Documentos >> Etiqueta de envío de MRW >> Descargar etiqueta de envío**.

En la sección **Pedidos >> Entregas >> MRW** también podrás ver los detalles de la orden de envío y acceder a ella para reimprimir la etiqueta o ver el seguimiento del paquete.

Cómo cambiar mi dirección de correo electrónico

1. En el área de administración de tu sitio web, haz clic en tu nombre en el extremo superior derecho.
2. Introduce la nueva dirección de correo electrónico en el campo **Dirección de correo electrónico**.
3. Guarda los cambios.

Ya has cambiado la dirección de correo electrónico.



A partir de ahora, todas las notificaciones de tu sitio web, como los pedidos recibidos, se enviarán a la nueva dirección de correo electrónico. Cuando el sistema envía correos electrónicos (confirmaciones de pedido, por ejemplo) a los clientes, esta dirección aparece como remitente.

Cómo cambiar mi dirección postal

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Opciones generales**.
2. Ahora escoge **Dirección**.
3. Introduce la dirección rellenando todos los campos indicados con un asterisco.
4. Guarda los cambios.

Ya has cambiado la dirección postal.



Recuerda también cambiar la dirección que aparece en el apartado Información de contacto si es necesario.



La dirección postal también figurará como dirección del remitente en las facturas y se utilizará para registrarse en empresas externas (como eBay o Amazon, por ejemplo).

Cómo cambiar la moneda predeterminada de mi tienda online

1. En el área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Opciones del país**.
2. Ahora elige **Monedas**.
3. Comprueba que la moneda que quieres configurar como opción predeterminada está marcada como **Visible** en la tabla. Si no fuera así, marca la casilla en la columna **Visible** y guarda los cambios.
4. En la columna **Selección predeterminada**, selecciona la nueva moneda predeterminada de tu sitio web.
5. Guarda los cambios.

La moneda seleccionada es ahora la moneda predeterminada de tu tienda online.



Recuerda que si no has especificado el precio para un producto en una determinada moneda, los clientes que paguen con esa moneda no podrán añadirlo a la cesta de la compra.

Cómo cambiar el título de mi sitio web

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Opciones generales**.
2. En **Nombre del sitio web**, introduce el nuevo título.
3. Guarda los cambios.

Ya has cambiado el título del sitio web.



Si el sitio web está disponible en varios idiomas, recuerda proporcionar el contenido en cada uno de ellos.



El título es el nombre de tu sitio web. Se muestra por defecto en el área de página **Encabezado 2**. Además, también aparece en la página de título del navegador.

Cómo añadir un nuevo idioma a mi sitio web

1. En el menú principal del área de administración, seleccione **Opciones** y, después, **Opciones del país**.
2. Elige el nuevo idioma en el campo de selección situado al final de la tabla.
3. Guarda los cambios.
4. Comprueba que todo el contenido se visualiza en el idioma en cuestión.
5. A continuación, en la columna **Visible** de la tabla, selecciona los países en los que desea usar el nuevo idioma.
6. Guarda los cambios.

A partir de ahora, los visitantes también visualizarán tu sitio web en el idioma seleccionado.



Si ofreces la posibilidad de visualizar tu sitio web en varios idiomas, configura una selección de idioma para los visitantes.

Comprueba que en tu tienda online están disponibles las monedas oficiales correspondientes a los idiomas seleccionados. Por ejemplo, si has añadido el alemán de Suiza, debes ofrecer el franco suizo.



El idioma añadido también puede seleccionarse para el área de administración.

Cómo cambiar el idioma predeterminado de mi sitio web

1. En el área de administración del menú principal, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Opciones del país**.
2. Comprueba que el idioma que deseas configurar como opción predeterminada está marcado como **Visible** en la tabla. Si no fuera así, marca la casilla en la columna **Visible** y guarda los cambios.
3. En la columna **Selección predeterminada**, elige el nuevo idioma predeterminado del sitio web.
4. Guarda los cambios.

El idioma seleccionado será ahora el nuevo idioma predeterminado de tu sitio web.

Cómo eliminar un idioma

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Opciones del país**.
2. Comprueba que el idioma que deseas eliminar no esté marcado como **Visible** en la tabla. Si es visible, desmarca la casilla en la columna **Visible** y guarda los cambios.
3. Comprueba también que el idioma que deseas eliminar no esté marcado como **Selección predeterminada** en la tabla. Si lo está, selecciona un idioma distinto en la columna **Selección predeterminada** y guarda los cambios.
4. Selecciona el idioma en la columna de la izquierda de la tabla.
5. Selecciona **Eliminar** al final de la tabla.
6. Confirma nuevamente que el idioma debe eliminarse.

Ya has eliminado el idioma.

Cómo cambiar el idioma en el área de administración

1. En el área de administración de tu sitio web, haz clic en tu nombre en el extremo superior derecho.
2. En **Idioma**, selecciona el idioma deseado.
3. Guarda los cambios.

Cómo cambiar el eslogan o descripción de mi sitio web

1. En el área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Opciones generales**.
2. En **Eslogan**, introduce el nuevo eslogan.
3. Guarda los cambios.

Ya has cambiado el eslogan o descripción de tu sitio web.



Si el sitio web está disponible en varios idiomas, recuerda proporcionar el contenido en cada uno de ellos.



El eslogan se muestra por defecto debajo del título del sitio web.

Cómo definir un valor mínimo del pedido general

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Opciones de la cesta de la compra**.
2. En **Valor mínimo del pedido** introduce el valor mínimo del pedido deseado.
3. En **Valor mínimo de pedido referente a un total de**, debes seleccionar a que se refiere el valor mínimo (productos, cupones, costes de entrega, etc.).
4. Guarda los cambios.

Si un cliente no llega al valor mínimo del pedido, esto se mencionará en la página de la cesta de la compra.



También puedes definir un valor mínimo del pedido para determinados medios de pago.

No puedes configurar distintos valores mínimos del pedido para distintos modelos fiscales.

Cómo eliminar una moneda de mi tienda online

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Opciones del país**.
2. Ahora selecciona **Monedas**.
3. Comprueba que la moneda que deseas eliminar no esté marcada como **Selección predeterminada**. Si está configurada como predeterminada, selecciona una moneda distinta en la columna **Selección predeterminada** y guarda los cambios.
4. Marca la moneda en la columna de la izquierda de la tabla.
5. Selecciona **Eliminar** al final de la tabla.
6. Confirma nuevamente que la moneda debe eliminarse.

Ahora, los visitantes de la página ya no verán esta moneda.



Si no has especificado el precio para un producto en una determinada moneda, los clientes que paguen con esa moneda verán el producto pero no podrán añadirlo a su cesta de la compra.

Cómo cerrar mi sitio web al público

1. En el menú principal del área de administración, diríjete a **Opciones** y, a continuación, **Opciones generales**.
2. Después, selecciona **Estado**.
3. Al lado de **El sitio web está**, selecciona la opción **Cerrado**.
4. Guarda los cambios.

A partir de ahora, cuando un visitante intente acceder a tu sitio web, aparecerá un mensaje comunicando que está cerrado. Como administrador, podrás continuar viendo el sitio web a través de **Mostrar sitio web**.

Cómo permitir que solo los usuarios registrados puedan acceder a mi sitio web

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, **Administración de usuarios**.
2. Después, haz clic en **Identificarse**.
3. En **Identificación obligatoria**, selecciona **Sí**.
4. Guarda los cambios.

A partir de ahora, si un usuario que no se ha registrado o no ha iniciado sesión intenta acceder a tu sitio web, verá un mensaje en lugar del contenido de tu web. Si lo deseas, puedes modificar el mensaje.



Si has seleccionado esta opción, los usuarios ya no pueden registrarse directamente. Sin embargo, pueden usar el formulario de contacto para solicitar el acceso a tu sitio web. En ese caso, tú tendrás que registrarlos.

Cómo añadir información del derecho de desistimiento en los correos a tus clientes

Actualmente en el proceso de compra, puedes configurar y activar el envío automático de correos de confirmación a tus clientes. Es decir, cada vez que un cliente realice un pedido, recibirá los datos de compra mediante una confirmación por e-mail. Ahora, con la nueva función podrás asegurarte de que cumples con uno de los requisitos de la nueva normativa incluyendo la información sobre el derecho de desistimiento como PDF adjunto.

Cómo adjuntar la información en los correos automáticos

1. En la administración de la tienda, dirígete a **Opciones > Opciones del documento de pedido**
2. Haz clic en **Derecho de desistimiento en correos electrónicos**. Aquí puedes ver una lista de los eventos de correo electrónico a los que puedes adjuntar la información sobre el desistimiento.
3. Selecciona los casos en los que quieres adjuntar la información activando la casilla **Adjuntar el derecho de desistimiento como archivo PDF**. Ten en cuenta que para marcar la casilla el evento de correo debe de estar activo. Puedes hacerlo desde el menú **Opciones > Eventos de correo electrónico**.
4. Guarda los cambios.

Con estos cambios la información sobre el desistimiento aparecerá totalmente actualizada en los correos electrónicos de confirmación que recibirán tus clientes. Para modificar el texto sobre la información de desistimiento, lo puedes hacer en **Contenido/Categorías > Vista de ficha > Derecho de desistimiento** en el campo **Descripción larga**.

Cómo editar el texto que aparece durante el proceso de pedido

En cada paso del proceso de compra, puedes mostrar diferentes mensajes (como, por ejemplo, "Gracias por su pedido", en la página de confirmación).

Recuerda que puedes elegir entre dos procesos distintos de pedido ("En pasos individuales" y "Clásico") y que puedes cambiar los textos en ambos.

Cómo editar los textos

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones de la cesta de la compra**.
2. Haz clic en **Textos**.
3. Aquí puedes escribir el texto nuevo.
4. Guarda los cambios.



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos.

Cómo añadir una nueva moneda a mi tienda online

1. En el menú principal del área de administración, elige **Opciones** y, a continuación, **Opciones del país**.
2. Haz clic en **Monedas**.
3. Elige la nueva moneda en el campo de selección de la parte inferior de la tabla.
4. Guarda los cambios.
5. Comprueba que todos los productos y formas de entrega de tu tienda online tengan el precio en la nueva moneda; de lo contrario no estarán disponibles para los clientes.
6. A continuación, en la columna **Visible** de la tabla, selecciona la nueva moneda.
7. Guarda los cambios.

La nueva moneda ya está disponible para los visitantes.



Francos suizos: un caso especial

En Suiza, la moneda de 5 céntimos es la moneda fraccionaria más pequeña. Por tanto, todos los precios se redondean a 5 céntimos. Si tus precios son distintos, se redondearán automáticamente hacia arriba o hacia abajo.

Cómo cambiar el país predeterminado para los visitantes de mi sitio web

Cuando los clientes introduzcan su dirección postal en el sitio web, aparecerá preseleccionado el país predeterminado que hayas elegido. También puedes modificar el idioma predeterminado de tu sitio web.

Cómo cambiar el país predeterminado

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, a continuación, **Opciones del país**.
2. Ahora escoge **Países**.
3. En la columna **Selección predeterminada** de la tabla, selecciona el nuevo país predeterminado.
4. Guarda los cambios.

Cómo editar mi horario comercial

Puedes editar tu horario comercial y publicarlo en tu sitio web.

Cómo editar el horario comercial

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones generales**.
2. Haz clic en **Horario comercial**.
3. A la derecha, define si deseas establecer horas de descanso y si deseas especificar horarios distintos para las semanas pares e impares.
4. Introduce tu horario comercial en la tabla de la izquierda.
5. Guarda los cambios.



Si utilizas el sistema de reservas de tu sitio web, el horario se usará como plantilla para el sistema.

Cómo determinar qué ocurre cuando un cliente añade un producto a la cesta

Tú decides lo que pasa cuando un cliente añade un producto a su cesta de la compra: o bien la pantalla permanece igual, o bien se envía al cliente a la página de la cesta de la compra, desde donde puede empezar el proceso de pago.

Cómo añadir estas opciones

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones de la cesta de la compra**.
2. En **Añadir a la cesta**, selecciona la opción correspondiente.
3. Guarda los cambios.

Cómo activar la casilla de confirmación al derecho de desistimiento

1. En área de administración, dirígete a **Opciones > Opciones de la cesta de la compra**.
2. Activa la opción **Aceptación del derecho de desistimiento antes de realizar el pedido**.
3. Guarda los cambios.

En el último paso del proceso de pedido aparecerá a partir de ahora una casilla de confirmación con la que tus clientes tienen que confirmar que han aceptado la información sobre el desistimiento para finalizar el pedido.

Cómo modificar el texto de la casilla de confirmación

1. En área de administración, dirígete a **Opciones > Opciones de la cesta de la compra**.
2. Haz clic sobre el botón **Textos**.
3. Dentro del campo **Texto para aceptar el derecho de desistimiento** introduce tu texto.
4. Guarda los cambios.

Cómo añadir y modificar las regiones de las formas de entrega y de pago

Para ofrecer formas de entrega y de pago exclusivamente en determinados países es imprescindible definir las regiones primero.

Cómo crear una región nueva

1. En el menú principal del área de administración, elige **Opciones** y, a continuación, **Opciones del país**.
2. A continuación, haz clic en **Regiones**.
3. La tabla contiene un resumen de todas las regiones disponibles en este momento en tu tienda online. Introduce un nombre para la nueva región en el campo situado en la parte inferior de la tabla.
5. Guarda los cambios.

Ahora deberás asignar países a esta región. Para obtener más información, lee el apartado siguiente.

Cómo asignar países a una región

1. En el menú principal del área de administración, elige **Opciones** y, a continuación, **Opciones del país**.
2. A continuación, haz clic en **Regiones**.
3. En la tabla, selecciona el nombre de la región que deseas modificar.
4. La tabla muestra todos los países que tienes configurados en tu tienda online actualmente. En la columna **Asignado**, elige los países que contendrá esta región.
5. Guarda los cambios.



Ten en cuenta que si se borran todos los países de una región, las formas de entrega y pago asociadas volverán a estar disponibles para todos los países donde funcione la tienda.

Cómo modificar la nota de abono que reciben mis clientes

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones del documento de pedido**.
2. Selecciona **Nota de abono**.
3. En **Idioma**, haz clic en el idioma en el que deseas modificar el documento.
4. Verás una vista previa del documento compuesta por distintos elementos que puedes cambiar. En concreto, se trata de la cabecera, el pie de página y dos elementos, uno situado antes del resumen del pedido y el otro detrás:

Encabezado
(Texto para todos los tipos de documento)

Mrs. Musterfrau
Bismarck 123
41124 Frankfurt
Deutschland (Germany)

Información adicional: Nota de abono
N.º de la nota de abono: 1234-1 N.º de cliente: 1234

Texto

N.º	Cantidad	N.º de producto	Nombre	PU	IVA	PT
1	1	123	Producto ABC	€ xx,xx	xx%	€ xx,xx
...						
Importe total						€ xx,xx

A la carte
Pilatuspool 2
20355 Hamburg
Telefon: +49403501880
alacarte.shop@gmail.com

Texto

Pie
(Texto para todos los tipos de documento)

Vista previa en vista de impresión
Vista previa de archivo PDF

Otras opciones

Mostrar encabezado y pie

- En todos los documentos
- Sólo en documentos PDF

En todas las páginas del documento

- En todas las páginas del documento
- Sólo en la primera página del documento

El software de tu tienda inserta automáticamente la tabla con los datos del pedido, además de la dirección del comprador.

5. Para realizar cambios, haz clic en las zonas que aceptan modificaciones.
6. Se abrirá una ventana que te permite insertar texto, imágenes, etc., que posteriormente aparecerán en la zona seleccionada. Cuando hayas terminado, haz clic en el icono de la esquina superior derecha para cerrar la ventana.
7. Si es necesario, repite los pasos 5 y 6 para modificar otras áreas.

8. En **Otras opciones**, especifica si la cabecera y el pie de página deben aparecer en todos los documentos o solo en los PDF, así como si deben aparecer en todas las páginas de los documentos o únicamente en la primera.
9. Haz clic en **Vista previa en vista de impresión** o **Vista previa de archivo PDF** para comprobar el aspecto que presentará el documento.
10. Si estás conforme, guarda los cambios.

Cómo modificar la factura que reciben mis clientes

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones del documento de pedido**.
2. En **Idioma**, haz clic en el idioma en el que deseas modificar la factura.
3. Verás una vista previa de la factura compuesta por distintos elementos que puedes cambiar. En concreto, se trata de la cabecera, el pie de página y dos elementos, uno situado antes del resumen del pedido y el otro detrás:

The screenshot displays a preview of an invoice with several sections and a control panel on the right.

Encabezado
(Texto para todos los tipos de documento)

Mrs. Mustermann
Bismarckweg 123
91129 Neustadt
Deutschland (Germany)

Información adicional

Factura	
N.º de factura:	1234-1
N.º de cliente:	1234

Texto

N.º	Cantidad	N.º de producto	Nombre	PU	IVA	PT
1	1	123	Producto ABC	€ xx,xx	xx%	€ xx,xx
...						
Importe total					€ xx,xx	

A la carte
Pilatuspool 2
20355 Hamburg
Telefon: +49403501880
alacarte.shop@gmail.com

Texto

Pie
(Texto para todos los tipos de documento)

Otras opciones

Mostrar encabezado y pie

- En todos los documentos
- Sólo en documentos PDF
- En todas las páginas del documento
- Sólo en la primera página del documento

Buttons: Vista previa en vista de impresión, Vista previa de archivo PDF

El software de tu tienda inserta automáticamente la tabla con los datos del pedido, además de la dirección del comprador.

4. Para realizar cambios, haz clic en las zonas que aceptan modificaciones.
5. Se abrirá una ventana que te permite insertar texto, imágenes, etc., que posteriormente aparecerán en la zona seleccionada. Cuando hayas terminado, haz clic en el icono de la esquina superior derecha para cerrar la ventana.

6. Si es necesario, repite los pasos 4 y 5 para modificar otras áreas.
7. En **Otras opciones**, especifica si la cabecera y el pie de página deben aparecer en todos los documentos o solo en los PDF, así como si deben aparecer en todas las páginas de los documentos o únicamente en la primera.
8. Haz clic en **Vista previa en vista de impresión** o **Vista previa de archivo PDF** para comprobar el aspecto que presentará el documento.
9. Si estás conforme, guarda los cambios.

Cómo modificar el albarán que reciben mis clientes

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Opciones** y, a continuación, haz clic en **Opciones del documento de pedido**.
2. Selecciona **Albarán**.
3. En **Idioma**, haz clic en el idioma en el que deseas modificar el albarán.
4. Verás una vista previa del albarán compuesta por distintos elementos que puedes cambiar. En concreto, se trata de la cabecera, el pie de página y dos elementos, uno situado antes del resumen del pedido y el otro detrás:

Vista previa de un albarán con las siguientes secciones:

- Encabezado:** (Texto para todos los tipos de documento)
- Información de contacto:** M. Müllermann, Blumenweg 123, 41234 Neustadt, Deutschland (Germany). Teléfono: +49 40 350 1880.
- Albarán:** N.º de albarán: 1234-1, N.º de cliente: 1234.
- Tabla de productos:**

N.º	Cantidad	N.º de producto	Nombre
1	1	123	Producto ABC
2	1	124	Producto DEF
3	1	125	Producto GHI

- Texto:** (Texto para todos los tipos de documento)
- Destinatario:** A la carte, Pilatuspool 2, 20355 Hamburg, Telefon: +49403501880, alacarte.shop@gmail.com.
- Pie:** (Texto para todos los tipos de documento)

Otras opciones:

- Mostrar encabezado y pie:
 - En todos los documentos
 - Sólo en documentos PDF
- En todas las páginas del documento
- Sólo en la primera página del documento

El software de tu tienda inserta automáticamente la tabla con los datos del pedido, además de la dirección del comprador.

5. Para realizar cambios, haz clic en las zonas que aceptan modificaciones.
6. Se abrirá una ventana que te permite insertar texto, imágenes, etc., que posteriormente aparecerán en la zona seleccionada. Cuando hayas terminado, haz clic en el icono de la esquina superior derecha para cerrar la ventana.
7. Si es necesario, repite los pasos 5 y 6 para modificar otras áreas.

8. En **Otras opciones**, especifica si la cabecera y el pie de página deben aparecer en todos los documentos o solo en los PDF, así como si deben aparecer en todas las páginas de los documentos o únicamente en la primera.

9. Haz clic en **Vista previa en vista de impresión** o **Vista previa de archivo PDF** para comprobar el aspecto que presentará el documento.

10. Si estás conforme, guarda los cambios.

Cómo definir los tipos de impuestos para productos y servicios digitales en Europa

Desde 2015 se aplica una nueva normativa a los vendedores online que venden productos y servicios descargables en otros países europeos. Los vendedores deben pagar el IVA debido en el país europeo en el que se encuentra el comprador.

Los cambios solo te afectan si vendes productos o servicios digitales online a consumidores privados de otros países europeos.

Qué cambios hay en el área de administración

Hay una nueva subpágina en el área de administración de tu tienda en la que puedes gestionar la matriz de impuestos para productos y servicios digitales.

puedes gestionar los dos tipos fiscales nuevos: **Productos y servicios digitales** y **Libros electrónicos**, que puedes seleccionar cuando creas y editas tus productos.

¿Qué tengo que hacer?

- Los tipos de IVA actuales para todos los países europeos ya están preestablecidos en el sistema de tu tienda. Sin embargo, deberías comprobar estos tipos regularmente y ajustarlos siempre que sea necesario. Como vendedor, tienes la responsabilidad de asegurarte que se usan los tipos de IVA correctos en tu tienda.
- Si ya ofreces productos o servicios digitales en tu tienda, debes determinar el nuevo tipo fiscal para todos estos productos y servicios.
- Si creas productos y servicios digitales nuevos, **Productos y servicios digitales** siempre está preestablecido como un tipo fiscal. Comprueba que es el tipo fiscal adecuado para este caso. En concreto debes cambiar el tipo fiscal cuando vendas libros electrónicos.
- Cuando establezcas precios para tus productos, ten en cuenta que los precios en bruto que has introducido se aplican al país de tu tienda. El precio bruto en ciertos países puede ser superior o inferior debido a los diferentes tipos de impuestos que hay en los países europeos.

Cómo comprobar y editar los tipos de IVA para productos y servicios digitales de diferentes países europeos

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, después, **Cálculo de impuestos**.
2. Selecciona **Productos y servicios digitales**.
3. La tabla muestra los diferentes tipos de impuestos para todos los países europeos. Marca los valores relevantes para los tipos fiscales de **Productos y servicios digitales** y **Libros electrónicos**.
4. Si quieres corregir los valores, selecciona **Personalizar**. Vuelve a confirmar. Corrige los valores y guarda.

Cómo establecer el tipo de IVA que se aplica a cada producto

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Productos** y a continuación **Productos**.
2. En la tabla verás el resumen de todos los productos de tu tienda online. Selecciona el producto que quieres editar.
3. Selecciona el tipo de impuesto para este producto en la sección **Precio, Unidad de pedido, Tipo fiscal** en **Tipo fiscal**.
4. Guarda los cambios.

Cómo añadir facturas a los correos electrónicos que reciben los clientes de mi parte

Tu página web envía correos electrónicos a los clientes para determinados eventos.

Puedes añadir una factura en formato PDF a determinados correos electrónicos que los clientes reciben al realizar un pedido.

¿Cómo determino los correos electrónicos en los que se adjunta una factura PDF?

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, después, **Opciones del documento de pedido**.
2. Selecciona **Facturas en correos electrónicos**.
3. En la tabla podrás ver todos los eventos de correo electrónico a los que puedes añadir una factura. Los eventos de correo electrónico que están actualmente desactivados en tu tienda no aparecerán. Selecciona los eventos de correo electrónico en la columna **Adjuntar factura como archivo PDF**.
4. Guarda los cambios.
5. A partir de ahora, si uno de los eventos de correo electrónico se da en un pedido, el correo electrónico que se envía al cliente incluirá la factura PDF.



También puedes añadir información sobre el derecho de retirada en ciertos correos electrónicos.

¿Cómo gestiono y edito los correos electrónicos que se envían desde mi tienda?

¿Qué son los eventos de correo electrónico?

En determinados eventos, tu tienda online enviará correos electrónicos tanto a ti como a tus clientes.

Por ejemplo, tus clientes pueden recibir los siguientes correos electrónicos automáticos:

- Confirmación de recibo del pedido al realizar un pedido
- Confirmación de envío del pedido
- Un producto agotado en el que el cliente estaba interesado vuelve a estar disponible

Por otra parte, aquí tienes algunos ejemplos de correos electrónicos que puedes recibir de forma automática como administrador:

- Un cliente tiene una pregunta sobre un producto
- Un cliente ha valorado un nuevo producto
- Un producto de tu tienda está agotado

En la mayoría de los casos, puedes especificar tú mismo los eventos en los que se envían los correos electrónicos. Además, puedes editar el texto de tus correos electrónicos y determinar quién es el destinatario y cuál es la dirección de correo electrónico.



La mayoría de correos electrónicos ya incluyen un texto predeterminado que muchas veces no tendrás que cambiar. Sin embargo, esto no se aplica para el correo electrónico de confirmación de pedido que reciben tus clientes. Debes añadir tus términos y condiciones generales y la información sobre el derecho de desistimiento.

¿Cómo especifico los eventos en los que mi tienda envía correos electrónicos?

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, después, **Eventos de correo electrónico**.
2. Selecciona si quieres editar los **Correos electrónicos al usuario** (los visitantes de tu tienda) o los **Correos electrónicos al administrador** (a ti mismo).
3. La tabla muestra los eventos de correo electrónico organizados según categorías como *Datos de registro y usuario*, *Productos* o *Estados del pedido*. Para ver información adicional sobre un determinado evento, haz clic en el símbolo «i».
4. En la columna **Activo** de la derecha, puedes seleccionar si tu tienda debería enviar un correo electrónico cuando este evento tenga lugar. Algunos eventos de correo electrónico (por ejemplo, «Nuevo registro») no se pueden desactivar.
5. Guarda los datos.

¿Cómo edito el texto, el remitente, el destinatario y la firma de los correos electrónicos que envía mi tienda online?

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Opciones** y, después, **Eventos de correo electrónico**.
2. Selecciona si quieres editar los **Correos electrónicos al usuario** (los visitantes de tu tienda) o los **Correos electrónicos al administrador** (a ti mismo).
3. La tabla muestra los eventos de correo electrónico organizados según categorías como *Datos de registro y usuario*, *Productos* o *Estados del pedido*. Para ver información adicional sobre un determinado evento, haz clic en el símbolo «i». Selecciona el evento de correo electrónico que quieres editar.
4. Si tu tienda es multilingüe, selecciona el idioma en el que te gustaría editar el correo electrónico en la parte derecha bajo la opción **Traducción**.
5. Para cambiar el remitente de este evento de correo electrónico, selecciona el enlace **Editar** que aparece al lado de **De**. Introduce la dirección y el nombre del remitente que figuraran en el correo electrónico que se envíe. También puedes elegir que esta dirección se use como predeterminada en todos los eventos de correo electrónico. A continuación, selecciona **Aplicar**.



No utilices direcciones de correo electrónico de proveedores como Google Mail, AOL o Yahoo, ya que pueden ocasionar problemas al enviar tus mensajes. Te recomendamos que uses una dirección de correo electrónico que coincida con el dominio de tu tienda. Por ejemplo, info@mitiendaonline.com

6. En cuanto a los correos electrónicos que se enviarán a tus visitantes, no puedes cambiar la dirección de correo electrónico del destinatario, ya que siempre se usará la más reciente del usuario. Sin embargo, en los correos electrónicos que se te enviarán a ti, puedes cambiar el destinatario haciendo clic en el enlace **Editar** que aparece al lado de **A**. Introduce la dirección y el nombre que quieras. A continuación, selecciona **Aplicar**.

7. ¿Quieres enviar correos electrónicos a direcciones adicionales además del destinatario especificado? En caso afirmativo, puedes especificar destinatarios adicionales en **Copiar** y **Copia oculta**. Los destinatarios especificados en el campo **Copia Oculta** no estarán visibles para los otros destinatarios.

8. Si quieres cambiar el asunto del correo electrónico, edita el campo **Asunto**.

9. El texto del correo electrónico se muestra bajo el campo **Asunto**. Todos los correos electrónicos tienen un texto principal que no puedes editar. Sin embargo, puedes editar las áreas del correo electrónico que aparecen bordeadas por una línea de puntos. Para esto, haz clic una de esas áreas. Se abrirá una ventana en la que puedes editar el texto e insertar imágenes y enlaces, entre otros objetos. Cuando hayas terminado de editar el área, selecciona el icono de la esquina superior derecha.

La firma de la parte inferior es una función especial. Si cambias la firma, este cambio también se aplicará a todos los eventos de correo electrónico del idioma seleccionado.

10. Para editar áreas adicionales del correo electrónico, repite el paso 9.

11. Guarda los cambios.

12. En caso de que sea necesario, puedes enviarte a ti mismo un correo electrónico de prueba para verificar la visualización del correo electrónico. Para esto, haz clic en **Enviar correo electrónico de prueba**.

13. Si quieres editar los otros idiomas, repite los pasos del 4 al 12.

Has editado correctamente el evento de correo electrónico.

¿Cómo añado mi derecho de desistimiento a los correos electrónicos que reciben los clientes de mi parte?



El sistema debe tener la dirección de correo electrónico del visitante para poder mandarle un correo electrónico. Puedes especificar tú mismo si los usuarios deben obligatoriamente introducir una dirección de correo electrónico cuando realicen un pedido.

Facturar con IVA o sin IVA

Los clientes empresas o profesionales, con sede en un país de la comunidad europea y que cuenten con un número de TVA intracomunitaria tienen derecho a pagar sin IVA cuando compren en otro país de Europa. Ahora bien, ¿pueden distinguirse en la tienda estos clientes de los particulares? ¿Es posible facturar con o sin IVA en función del cliente y del país? Con tu tienda online es posible y se puede configurar rápidamente.

Las cuestiones fiscales son complejas y, por ello, no vamos a entrar en detalle. Lo que queremos destacar ahora es que las empresas o profesionales extranjeros que compran en tu tienda tienen derecho a pagar sin IVA y queremos que sepas que la solución no solo permite hacerlo sino que además reconoce automáticamente si la facturación sin IVA se puede aplicar o no.

Cómo proceder

1. Selecciona el modelo fiscal

Para poder mostrar en la tienda precios con y sin IVA, primero hay que definir el modelo fiscal. Para ello, desde el área de administración de tu tienda, haz clic en el menú **Opciones >> Cálculo de impuestos >> Modelo fiscal**. Si la opción **Precios con IVA** no está seleccionada, márcala y guarda los ajustes.

2. Crea cuentas de cliente

El requisito para poder asignar precios sin IVA a clientes es tener cuentas de cliente. Puedes pedir a tus clientes que se registren en la tienda o bien registrarlos tu mismo. Si optas por esta segunda opción, tienes que ir al menú **Cientes** y seleccionar la opción **Crear nuevo cliente**. Introduce todos los datos de tu cliente. En **Cuenta de cliente** es especialmente importante la configuración del modelo fiscal y la introducción del **Identificador fiscal** de la empresa cliente. En el siguiente apartado damos más información al respecto.

3. Autoriza precios netos

Los clientes que deseen pagar precios sin IVA deben identificarse como empresa o cliente profesional mediante un número de TVA válido (*).

Puedes solicitar este número directamente en el formulario de apertura de cuenta. Para ello marca la casilla **Identificador fiscal** en **Opciones >> Administración de usuarios >> Registro**. Si no dispones del identificador fiscal (número de TVA) de algún cliente, pídeselo.

En cuanto dispongas del número, introdúcelo en **Cientes >> Cientes >>** selecciona el cliente >> **Cuenta de cliente** en el campo de **Identificador fiscal**. Para comprobar si el número es válido, puedes usar el botón **Verificar** situado al lado. A continuación, activa **Neto** como modelo fiscal.

Como en los ajustes básicos de la tienda habías indicado el modelo fiscal bruto (con IVA), los productos de la tienda aparecerán siempre con los dos precios (bruto y neto).

Cuando un nuevo cliente de este tipo (con cuenta de cliente y modelo fiscal sin IVA) se identifica en tu tienda verá exclusivamente los precios netos (sin IVA). Y aunque no se registre hasta finalizar su compra, no hay problema... Se re-calculan los precios en ese momento.

Naturalmente, también se pueden mostrar precios sin IVA a clientes profesionales o empresas nacionales. Sin embargo, como estos clientes no tienen derecho a pagar sin IVA, en la factura final aparecerá el IVA a pagar.

Opcional: crear grupos de clientes “empresas”

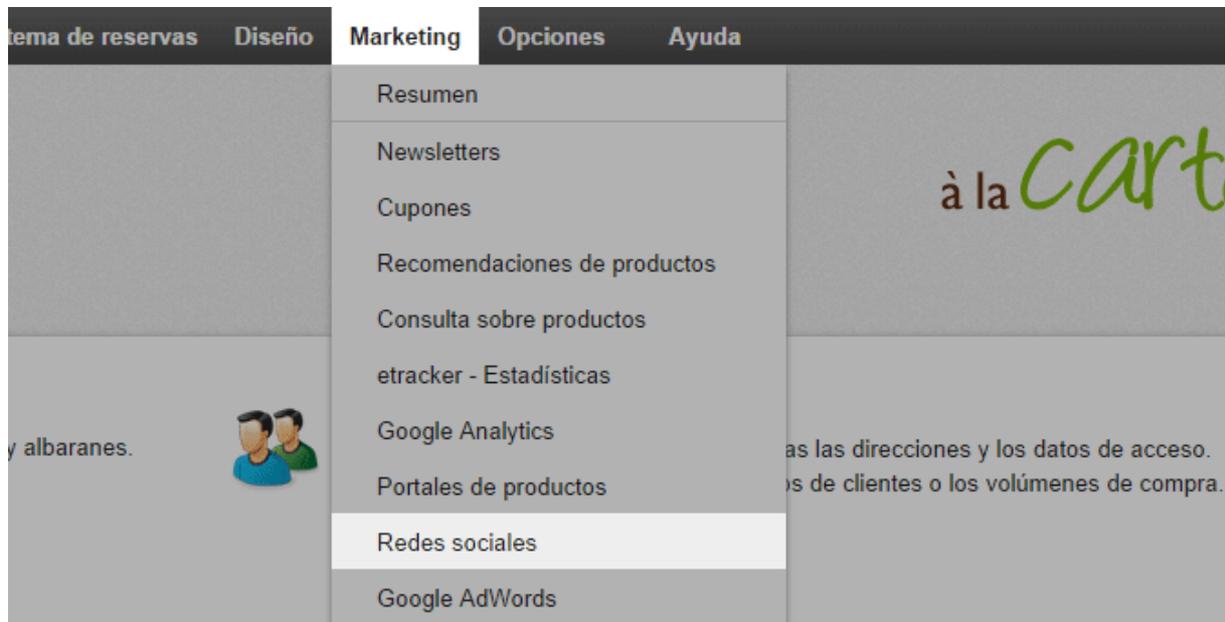
Para tener controlados a tus clientes tipos "empresas", puedes crear grupo de clientes. Los grupos de clientes también se crean desde el menú **Cientes**. La asignación de clientes a grupos se realiza a su vez desde la **Cuenta de cliente** de la ficha de un cliente.

Otra ventaja de crear grupos de clientes es que después se puede asignar precios específicos. Así pues, tienes la opción de aplicar una campaña especial (como por ejemplo, “10% de descuento en una categoría de producto”) únicamente a tus clientes “empresas”.

(*) Consulta la página de la comisión Europea sobre fiscalidad

Cómo crear mi propia tienda de Facebook

1. En el menú principal del área de administración, selecciona Marketing y, a continuación, Redes sociales.



2. Selecciona Facebook.

3. Selecciona Tienda en Facebook.



4. Sigue las instrucciones de la página. Debes tener tu propia página de Facebook para poder ofrecer una tienda en Facebook.

5. Guarda los cambios.

Qué es la venta cruzada

Este artículo contiene información general acerca de la venta cruzada o «cross-selling». Los artículos siguientes contienen instrucciones sobre cómo utilizar la venta cruzada en tu tienda online:

¿Qué es la venta cruzada automática y cómo funciona?
¿Qué es la venta cruzada individualizada y cómo funciona?

Cómo funciona la venta cruzada

La idea es simple: cuando tus consumidores potenciales seleccionen alguno de tus productos, recibirán junto a éste sugerencias sobre otros productos de tu tienda. Estos productos pueden ser bien productos complementarios o bien alternativos que tu hayas especificado previamente, o sino artículos que tu tienda recomiende automáticamente por asociación.

La venta cruzada como servicio al cliente

La mayoría de los consumidores online considera las newsletters o la publicidad online como contenido publicitario muy intrusivo. Sin embargo, la venta cruzada no suele considerarse como algo tan crítico ya que en lugar de bombardear a los usuarios con mensajes directos, reciben recomendaciones adicionales a productos que ellos mismos han elegido. La idea es destacar productos potenciales o artículos similares que puedan satisfacer todas las necesidades del consumidor. En estos casos, los clientes perciben la venta cruzada como información práctica adicional en lugar de verlo como otra técnica publicitaria para hacerles gastar más. Esta es exactamente la práctica habitual de muchas tiendas convencionales. Por ejemplo las estaciones de servicio además de presentar sus productos básicos, ofrecen golosinas, bebidas y otro tipo de productos que son con frecuencia vistos positivamente como un servicio adicional.

Qué es la venta cruzada automática y cómo funciona

Si la opción de venta cruzada está disponible en tu tienda, en las páginas de producto de tu tienda aparecerá un área llamada "Los clientes que han comprado este producto también han comprado". La selección de estos artículos se basa en estadísticas internas de tu tienda sobre productos que a menudo se compran juntos.

Los clientes que han comprado este producto también han comprado

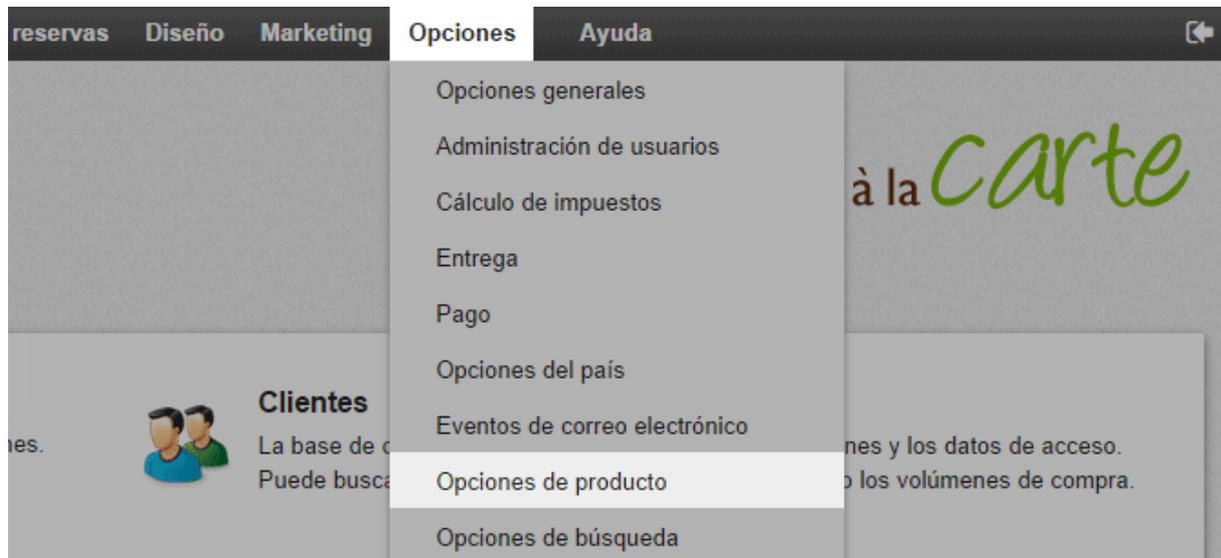
	
Pinot negro 23,50 € (1 l = 3,36 €)	Bayas De Enebro (secas) 2,95 € / 50 g
	
Trufa de frambuesa y fresa 1,00 €	Café Robusta 11,95 €

Puedes activarla haciendo clic en: Producto >> Opciones de producto >> Venta cruzada. Ahí podrás además indicar el número de recomendaciones de productos que quieres que aparezcan (hasta un máximo de 20) definir la "coincidencia mínima": número de veces que dos productos necesitan venderse juntos para mostrarse como recomendaciones de venta cruzada.

La gran ventaja de la venta cruzada automática es que no requiere ningún esfuerzo personal: una vez que hayas activado esta función, ya no tendrás que realizar ningún otro cambio. De hecho, cuantos más consumidores compren en tu tienda, más precisas y variadas serán las recomendaciones de producto.

Cómo definir las opciones para la venta cruzada automática

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Opciones y, a continuación, haz clic en Opciones de producto.



2. Haz clic en Venta cruzada automática.



3. La opción Introducir estadísticas te permite establecer si deben recopilarse datos para la venta cruzada automática grabando qué productos suelen venderse juntos.

4. Utiliza la opción Visible para seleccionar si quieres activar o no la venta cruzada automática en tu tienda.

5. En Número de recomendaciones de producto, escoge cuántas recomendaciones de producto deben mostrarse a tus clientes mediante la venta cruzada automática.

6. En Coincidencia mínima, especifica la cantidad de veces que dos productos deben venderse juntos para que formen parte de los productos de venta cruzada automática.

7. Guarda los cambios.

Qué es la venta cruzada individualizada y cómo funciona

La venta cruzada es un método sencillo de incrementar las ventas que consiste en que, cuando los usuarios de tu tienda ven un producto, también se les enseñan otros productos relacionados. Puede tratarse de artículos complementarios o alternativos que tú hayas especificado.

Con la venta cruzada individual puedes asignar tus propias recomendaciones de productos y diferenciar entre accesorios, productos relacionados y ofertas alternativas.

¿Qué son los productos accesorios?

Los accesorios son por lo general los artículos que son útiles o necesarios para que tus consumidores puedan utilizar el producto seleccionado. Al definir accesorios relacionados con tus productos puedes evitar la frustración de tus consumidores al recibir, por ejemplo, una televisión nueva que no venga con los cables y/o accesorios necesarios para su uso.

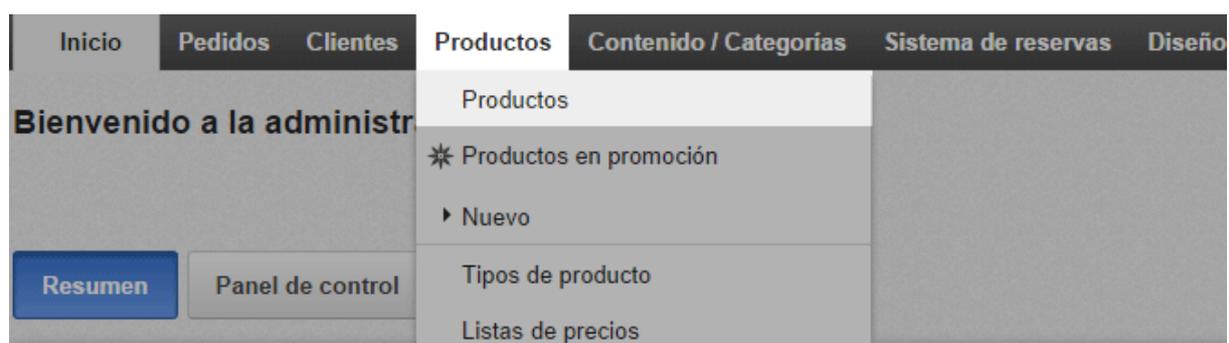
Accesorios

Producto	Nota	Estado
 Café Arábica Suave		

Ejemplo práctico: Si un consumidor está interesado en comprar una linterna, puedes ofrecerle pilas como accesorios.

¿Cómo especificar productos accesorios para la venta cruzada?

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Productos y, a continuación, haz clic en Productos.



2. La tabla muestra un resumen de todos los productos de tu tienda online. Haz clic en el número de artículo del producto que quieras modificar.

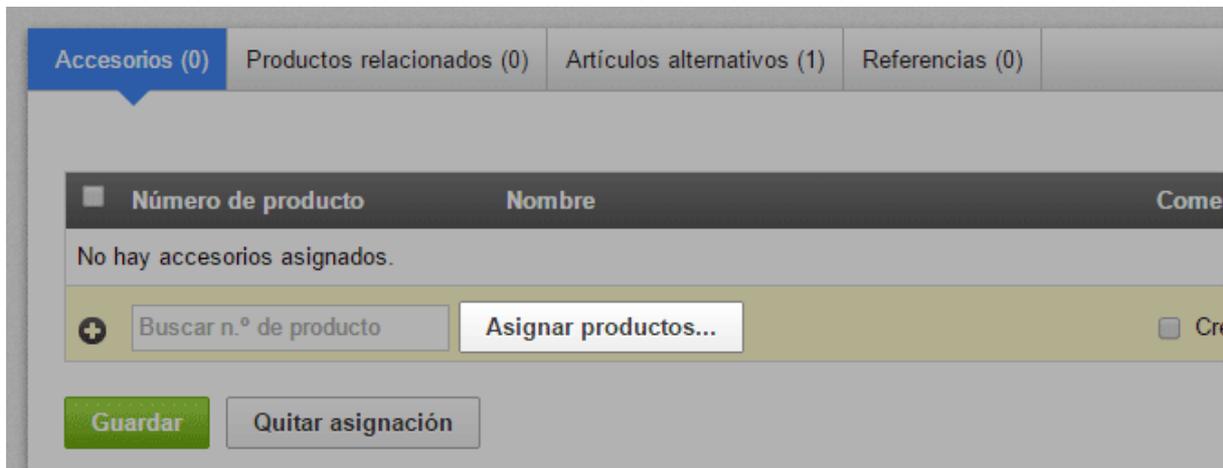
The screenshot shows a web application interface for product management. At the top, there is a navigation bar with options like 'Inicio', 'Pedidos', 'Clientes', 'Productos', 'Contenido / Categorías', 'Sistema de reservas', 'Diseño', 'Marketing', 'Opciones', and 'Ayuda'. Below this, there is a search bar and a toolbar with icons for 'Añadir', 'Asignar', 'Visibilidad', 'Duplicar', 'Exportar', 'Marcar como Nuevo', and 'Eliminar'. The main content is a table with the following data:

Número de producto	Nombre	Precio	Existencias
BuCho001		3.99 €	447
ca001		12.95 €	57
ca002		12.95 €	230
ca003		11.95 €	245
ca004		12.95 €	245
ca005		16.95 €	242
cho001		7.90 €	0
cho002		7.95 €	225
cho003		5.95 €	248
choc001		1.00 €	500
choc002		1.00 €	497
choc003		1.00 €	498
choc004		1.00 €	500

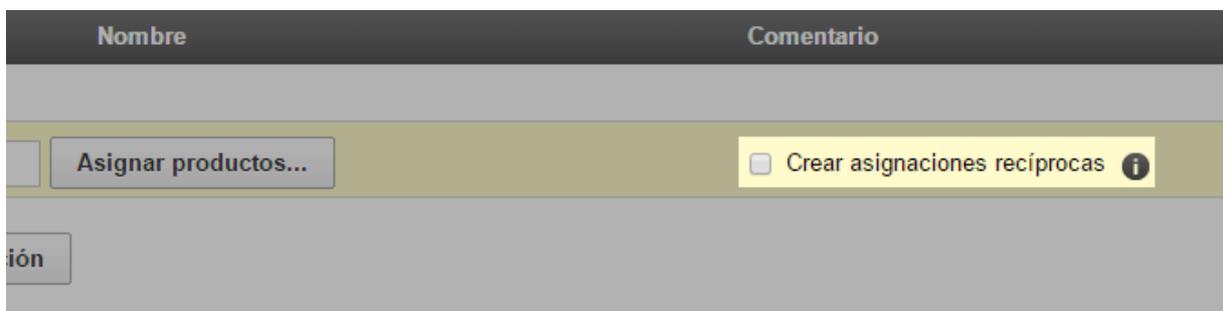
3. Dirígete a Venta cruzada.



4. La tabla muestra los productos que actualmente tienes definidos como accesorios para el producto en cuestión. Haz clic en Asignar productos al final de la tabla.



5. En la columna de la izquierda, selecciona los productos que deseas asignar como accesorios.
6. Haz clic en Aplicar.
7. Si es preciso, en la columna Comentario escribe la información que debe aparecer asociada al producto de venta cruzada.
8. En Crear asignaciones recíprocas, determina si el producto principal, para el que acabas de definir productos de venta cruzada, también debe mostrarse como accesorio de estos productos.



9. Guarda los cambios.

¿Qué son los productos relacionados?

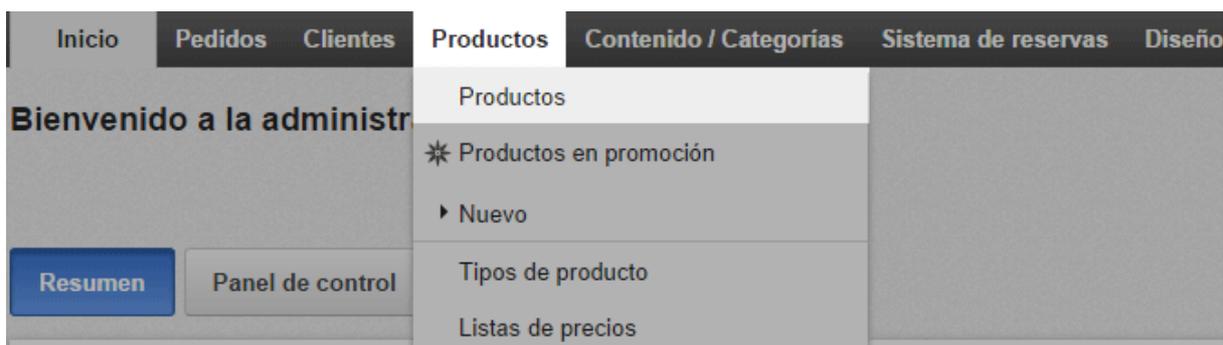
Como su nombre indica, estos productos son un complemento para el artículo real.



Ejemplo práctico: si uno de tus consumidores selecciona zapatos marrones, entonces puedes ofrecerle un cinturón marrón como accesorio complementario.

¿Cómo especificar productos relacionados para la venta cruzada?

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Productos y, a continuación, haz clic en Productos.



2. La tabla muestra un resumen de todos los productos de tu tienda online. Haz clic en el número de artículo del producto que quieras modificar.

Inicio Pedidos Clientes Productos Contenido / Categorías Sistema de reservas Diseño Marketing Opciones Ayuda

Identificado como *alacarte* | Cerrar sesión

Productos

Añadir Asignar Visibilidad Duplicar Exportar Marcar como Nuevo Eliminar

Líneas 50

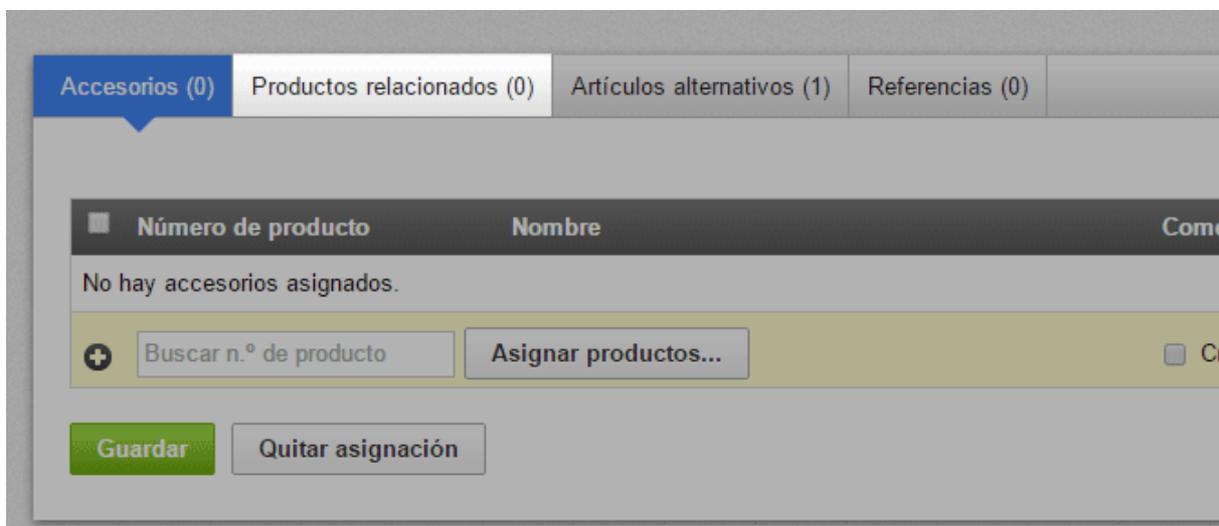
Número de producto	Nombre	Precio	Existencias
BuCho001		3,99 €	447
ca001		12,95 €	57
ca002		12,95 €	230
ca003		11,95 €	245
ca004		12,95 €	245
ca005		16,95 €	242
cho001		7,90 €	0
cho002		7,95 €	225
cho003		5,95 €	248
choc001		1,00 €	500
choc002		1,00 €	497
choc003		1,00 €	498
choc004		1,00 €	500

Guardar

3. Dirígete a Venta cruzada.

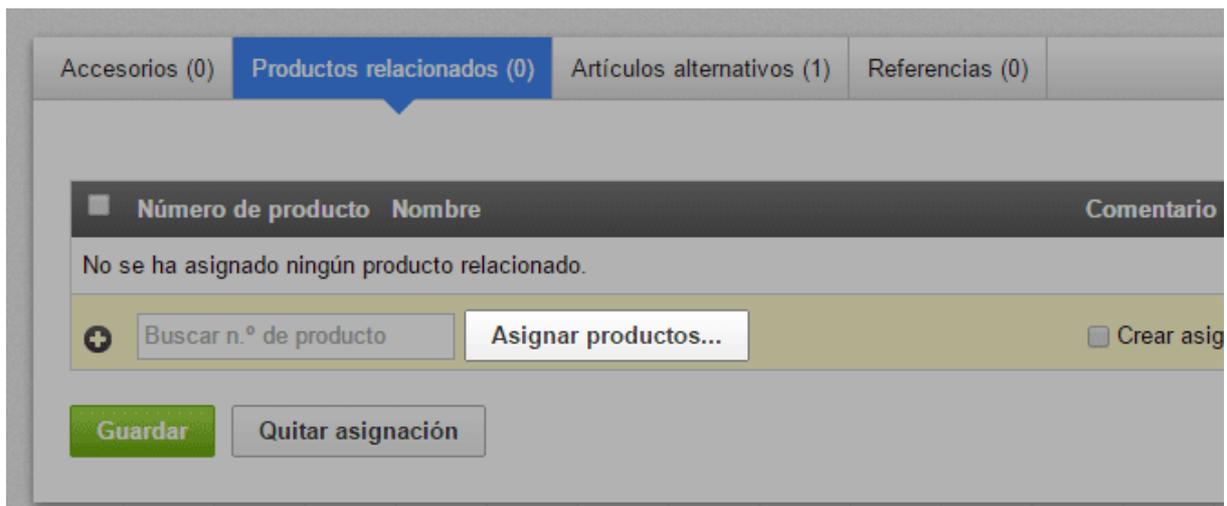


4. Haz clic en Productos relacionados.



5. La tabla muestra los productos que actualmente tienes definidos como productos

relacionados para el producto en cuestión. Haz clic en Asignar productos al final de la tabla.



Accesorios (0) **Productos relacionados (0)** Artículos alternativos (1) Referencias (0)

Número de producto	Nombre	Comentario
No se ha asignado ningún producto relacionado.		

+ Buscar n.º de producto Asignar productos... Crear asignaciones recíprocas

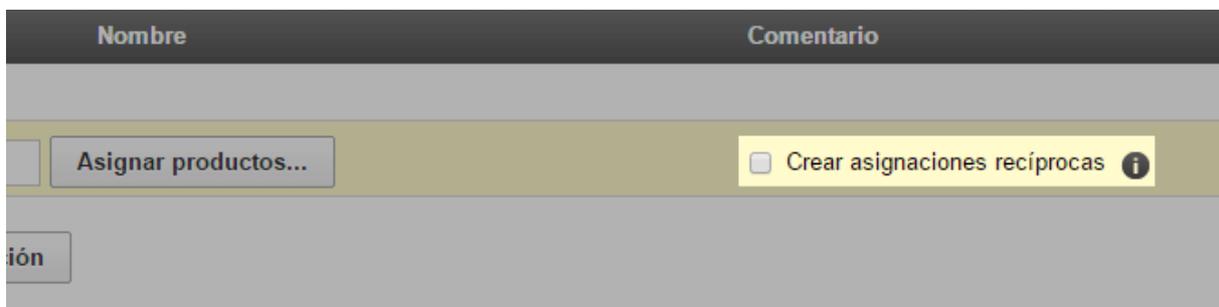
Guardar Quitar asignación

6. En la columna de la izquierda, selecciona los productos que deseas asignar como productos relacionados.

7. Haz clic en Aplicar.

8. Si es preciso, en la columna Comentario escribe la información que debe aparecer asociada al producto de venta cruzada.

9. En Crear asignaciones recíprocas, determina si el producto principal, para el que acabas de definir productos de venta cruzada, también debería mostrarse como producto relacionado a estos productos.



Nombre	Comentario
<input type="checkbox"/> Asignar productos...	<input type="checkbox"/> Crear asignaciones recíprocas i

10. Guarda los cambios.

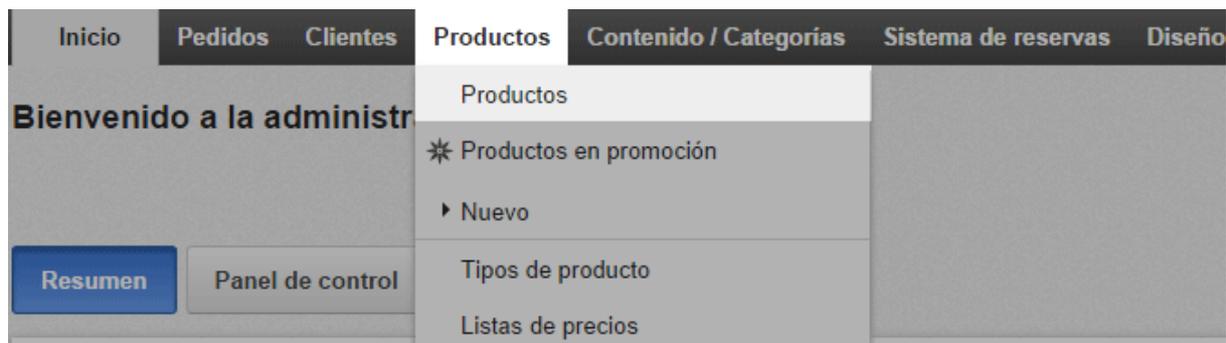
¿Qué son los artículos alternativos?

Los artículos alternativos son especialmente interesantes para la venta cruzada. En lugar de recomendar lo que un cliente podría comprar a mayores del producto seleccionado, se presentan productos que tus consumidores podrían comprar como alternativa del elegido. Esto se denomina también up-selling ya que normalmente se presentan artículos con precios más elevados que por alguna razón prefieres presentar de forma prominente.

A diferencia de las demás ofertas de venta cruzada, los artículos alternativos no se muestran en la página del producto, sino con un enlace a una página nueva donde podrán descubrir productos adicionales y elegir el que mejor se adapte a sus necesidades.

¿Cómo especificar artículos alternativos para la venta cruzada?

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Productos y, a continuación, haz clic en Productos.



2. La tabla muestra un resumen de todos los productos de tu tienda online. Haz clic en el número de artículo del producto que quieras modificar.

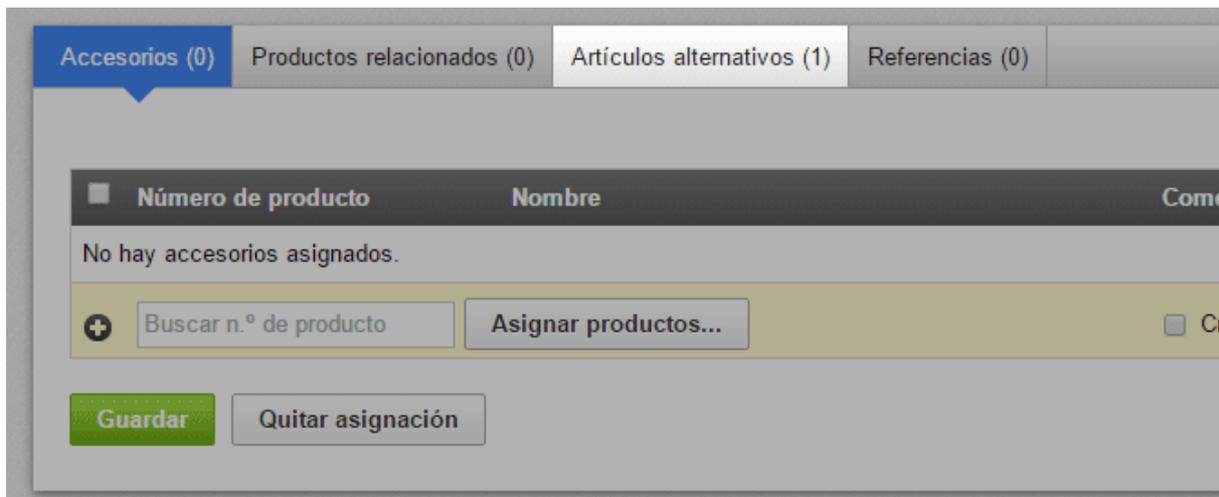
Esta imagen muestra la interfaz de administración de productos. En la parte superior, hay un menú con 'Inicio', 'Pedidos', 'Clientes', 'Productos', 'Contenido / Categorías', 'Sistema de reservas', 'Diseño', 'Marketing', 'Opciones' y 'Ayuda'. Hay un botón 'Ver su sitio: Sitio web' y 'Identificado como alacarte | Cerrar sesión'. Debajo del menú, hay un campo de búsqueda 'Buscar productos'. Una barra de herramientas contiene iconos para 'Añadir', 'Asignar', 'Visibilidad', 'Duplicar', 'Exportar', 'Marcar como Nuevo' y 'Eliminar'. La tabla principal muestra los productos con los siguientes encabezados: 'Número de producto', 'Nombre', 'Precio' y 'Existencias'. El número de líneas por página está configurado en 50.

Número de producto	Nombre	Precio	Existencias
BuCho001		3.99 €	447
ca001		12.95 €	57
ca002		12.95 €	230
ca003		11.95 €	245
ca004		12.95 €	245
ca005		16.95 €	242
cho001		7.90 €	0
cho002		7.95 €	225
cho003		5.95 €	248
choc001		1.00 €	500
choc002		1.00 €	497
choc003		1.00 €	498
choc004		1.00 €	500

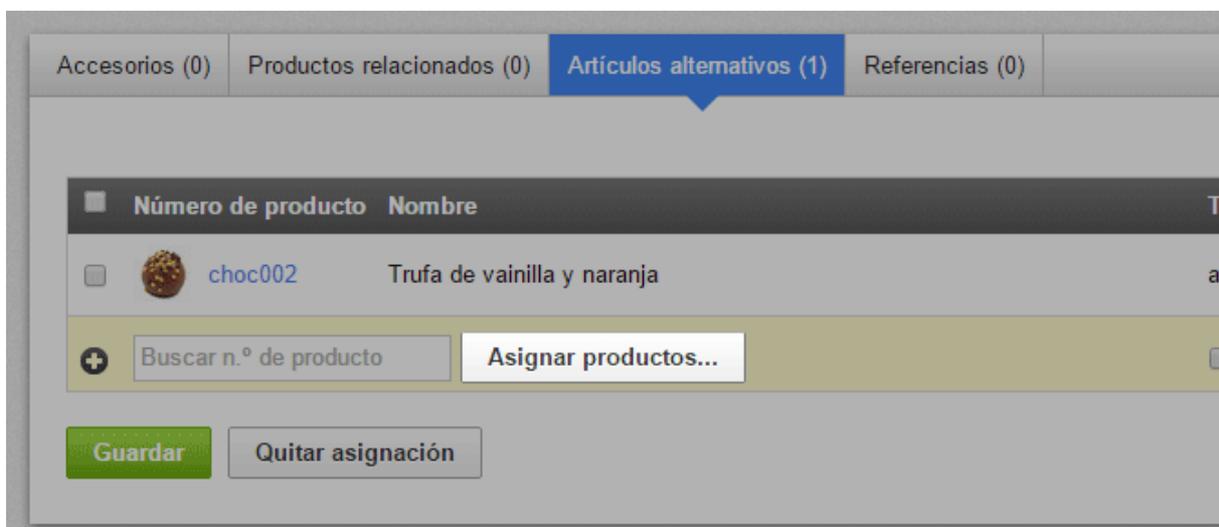
3. Dirígete a Venta cruzada.



4. Haz clic en Artículos alternativos.



5. La tabla muestra los productos que actualmente tienes definidos como artículos alternativos para el producto seleccionado. Haz clic en Asignar productos al final de la tabla.



6. En la columna de la izquierda, selecciona los productos que deseas asignar como artículos alternativos.

7. Haz clic en Aplicar.

8. En Crear asignaciones recíprocas, determina si el producto principal, para el que acabas de definir productos de venta cruzada, también debería mostrarse como artículo alternativo de estos productos.

Nombre	Comentario
<input type="button" value="Asignar productos..."/>	<input type="checkbox"/> Crear asignaciones recíprocas 
<input type="button" value="ión"/>	

9. Guarda los cambios.



Puedes especificar el orden en el que tus clientes verán los productos de venta cruzada. Para más información, consulta [Cómo clasificar las entradas de una lista y cambiarlas de orden](#).



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

Qué son los cupones y cómo se utilizan

Los cupones te permiten hacer descuentos por importe o en porcentaje. También puedes limitar los cupones a determinados productos o bien a la elección de ciertas formas de entrega y pago.

Sigue estas instrucciones para ofrecer cupones. Los pasos se explican detalladamente más abajo.

1. Crea una nueva campaña de cupones.
2. Define las características de la campaña.
3. En caso necesario, especifica si el cupón puede utilizarse solo para determinados productos o cuando se escogen ciertas formas de pago y entrega.
4. Genera códigos de cupón.
5. Distribuye los códigos de cupón entre tus clientes.

Cómo crear una campaña

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Marketing y luego a Cupones.
2. En la columna Identificador de la tabla, escribe un nombre interno para la nueva campaña de cupones.
3. Ponle nombre a la campaña en la columna Nombre. El identificador y el nombre pueden ser idénticos.
4. En la columna Moneda, determina en qué moneda es válido el cupón. Este ajuste solo es necesario si el cupón tiene un importe fijo (por ej.: 10 €). Ten en cuenta que no es posible cambiar la moneda más adelante. Puedes dejar el campo Valor en blanco por ahora.
5. Guarda los cambios.

La nueva campaña ya está creada. A continuación, determina los detalles de la campaña.

Cómo determinar los detalles de la campaña

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Marketing** y luego a **Cupones**.
2. En la tabla, haz clic en el **nombre** de la campaña de cupones que desees modificar.
3. En esta página puedes configurar las opciones de la campaña. Si quieres enviar

códigos de cupón a tus clientes a través de una newsletter, introduce toda la información correspondiente que precisará el cliente en el campo **Descripción**. Esto afecta, en concreto, a los cupones con condiciones específicas. La descripción aparecerá en la newsletter.

4. Determina el tipo de cupón en el apartado **Tipo**:

- *Valor absoluto*: El cliente recibe un descuento fijo, por ejemplo por importe de 10 €. Si el valor del cupón puede emplearse en los gastos de envío, marca la opción **también válido para costes de entrega**. Si el cupón está concebido como un cupón de regalo, marca **Sí** en **Cupón de regalo**. Cuando un cliente canjea un certificado de regalo en la tienda, se calculan los impuestos pertinentes.
- *Valor porcentual*: Tu cliente recibe una reducción de precio fija, por ejemplo: 5%. Si el porcentaje puede emplearse en los gastos de envío, marca la opción **también válido para costes de entrega**.
- *No aplicar gastos de envío*: Al canjear el cupón, el cliente no pagará gastos de envío.

5. En **Valor mínimo del pedido**, determina si el cupón puede canjearse únicamente a partir de un importe mínimo.

6. En **Longitud del código de cupón**, especifica cuántos caracteres debe tener el código de cupón. Por lo general, los códigos breves son más fáciles de recordar que los largos, pero, en teoría, otras personas no autorizadas también pueden adivinarlos más fácilmente.

7. En **Periodo de tiempo**, puedes especificar si el cupón debe canjearse en un periodo de tiempo determinado. Si no rellenas estos campos, el cupón no caducará.

8. Establece cuántos códigos de cupón se pueden canjear en esta campaña en **Número de códigos de cupón válidos**. Por ejemplo, si indicas 20, solo 20 clientes podrán utilizar el cupón, aunque hayas distribuido 100. Esta opción puede resultar útil para promociones del estilo: «Los primeros 100 pedidos del producto X tendrán un descuento de 10 €».

9. En **El código de cupón se anula al canjearse**, debes fijar si el cupón puede emplearse varias veces (opción **No**) o solo una (opción **Sí**). Por ejemplo, si publicas un cupón en un anuncio o en tu red social, se podría utilizar más de una vez.

10. Guarda los cambios.

Los ajustes se han guardado. A continuación puedes decidir si los cupones solo son válidos para determinados productos, formas de entrega y pago.

Cómo limitar la validez de los cupones a determinados productos, formas de entrega y pago

Puedes limitar la validez de los cupones a determinados productos, formas de entrega y pago. De esta manera puedes promocionar ciertos productos o recompensar a tus clientes por utilizar tus formas de entrega y pago preferidas (por

ej.: pago por transferencia bancaria).

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Marketing y luego a Cupones.
2. En la tabla, haz clic en el nombre de la campaña de cupones que desees modificar.
3. Haz clic en Validez.
4. Haz clic en el botón Asignar condiciones.
5. En la parte izquierda, determina si desees que los cupones solo sean válidos para determinados productos, formas de entrega y pago.
6. En la derecha, en la primera columna de la tabla, marca los elementos a los cuales desees limitar la validez del cupón.
7. Para especificar condiciones adicionales, repite los pasos 5 y 6.
8. Haz clic en Aplicar para aplicar los cambios.



Las condiciones del mismo tipo se enlazan con una «O» y las condiciones de distintos tipos con una «Y». Esto implica que: si limitas el uso del cupón a cinco productos, el cupón también es válido si el cliente encarga solo uno de ellos. Sin embargo, si has fijado como condición que se utilice un determinado producto y una forma de pago concreta, el cliente debe cumplir ambas condiciones para poder canjear el cupón.

Cómo generar códigos de cupón

Ya solo te falta crear los códigos de cupón para distribuir entre los clientes. Si desees enviarlos a tus clientes mediante una newsletter, consulta [Cómo insertar códigos de cupón en una newsletter](#).

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Marketing y luego a Cupones.
2. En la tabla, haz clic en el nombre de la campaña de cupones que desees modificar.
3. Haz clic en Códigos de cupón.
4. En esta página puedes generar los códigos de cupón. Para crearlos tú mismo,

introduce el código correspondiente en la columna Código de cupón y guarda los datos. Para que se generen de manera automática, especifica la cantidad de códigos en Número y, a continuación, haz clic en Generar códigos automáticamente.



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).



Las campañas de cupones son válidas para una única moneda.

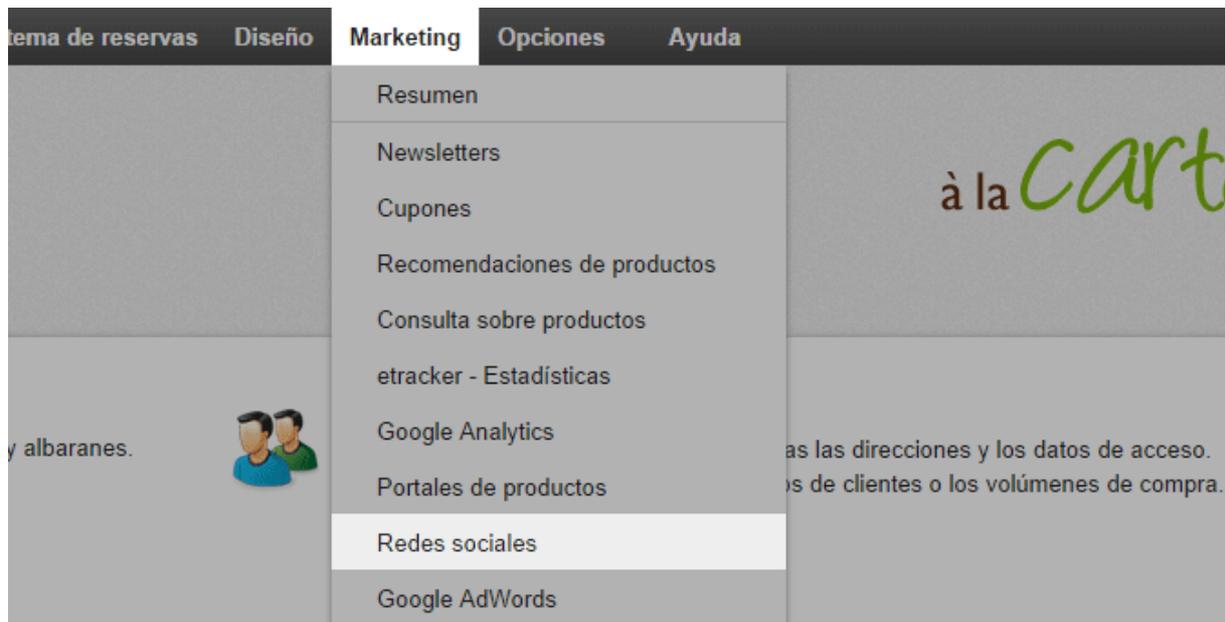
Si borras una campaña, todos los códigos de cupón relacionados quedarán invalidados.

Si fijas un periodo de validez de los cupones, ten en cuenta las posibles condiciones legales relacionadas con el periodo de validez de los cupones.

Cómo añadir un botón de Facebook

Cómo añadir un botón de Facebook a las páginas de producto y del blog

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Marketing** y, a continuación, haz clic en **Redes sociales**.



2. Haz clic en **Facebook**.

3. En **Mostrar botón de Facebook**, elige si deseas que el botón aparezca en las páginas de producto y/o en las entradas del blog.

4. Escoge el diseño del botón en **¿Qué botón de Facebook debe aparecer?**

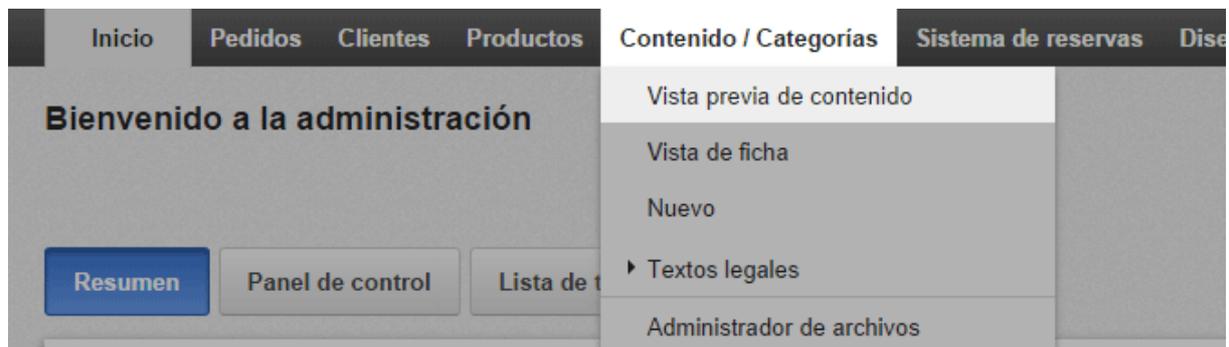
5. En **Mostrar caras en el botón de Facebook**, indica si deseas que se muestren las caras de las personas a las que les gusta tu sitio web en Facebook.

6. Guarda los cambios.

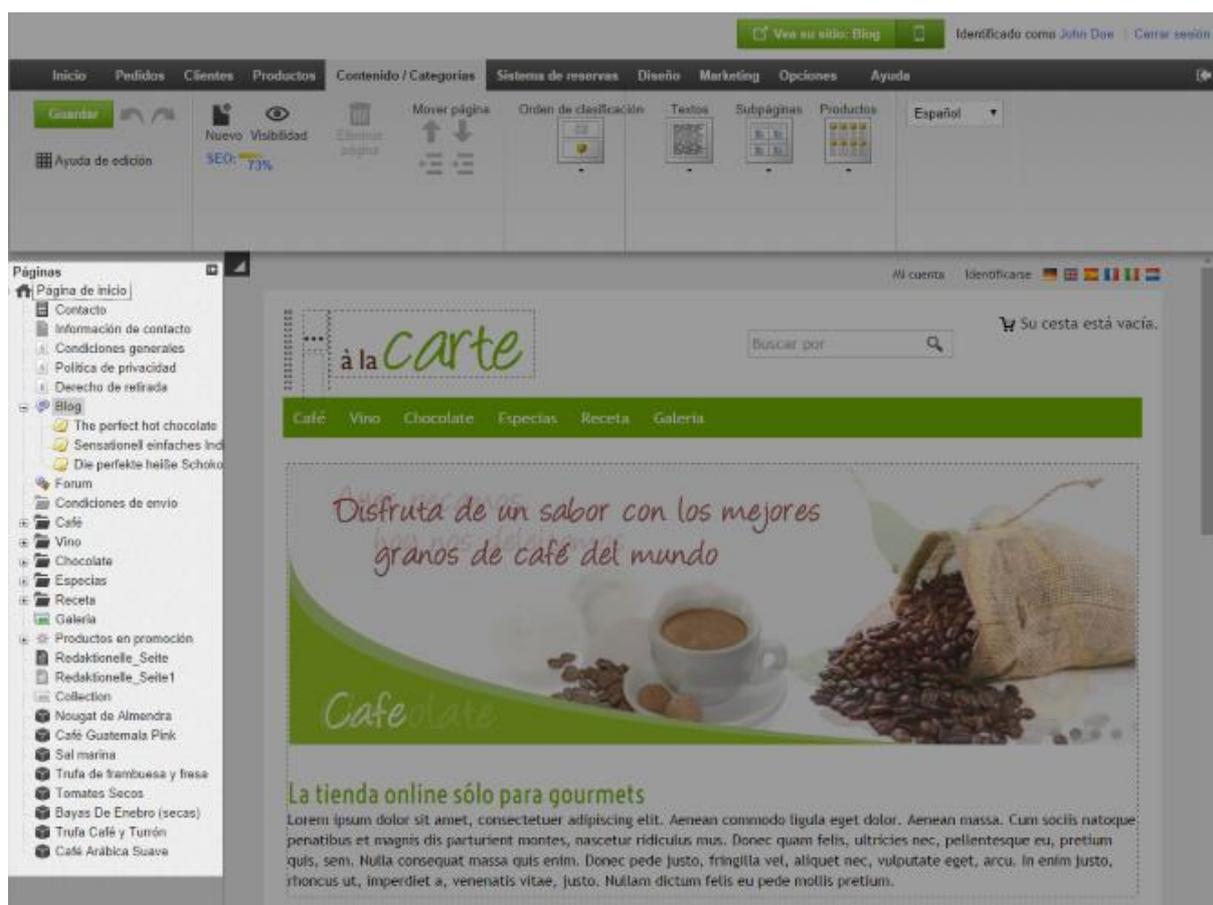
El botón de Facebook aparecerá en las páginas de producto y/o en las entradas del blog tal como deseas.

Cómo añadir un botón de Facebook a otra página

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Contenido/Categorías y, a continuación, haz clic en Vista previa de contenido.

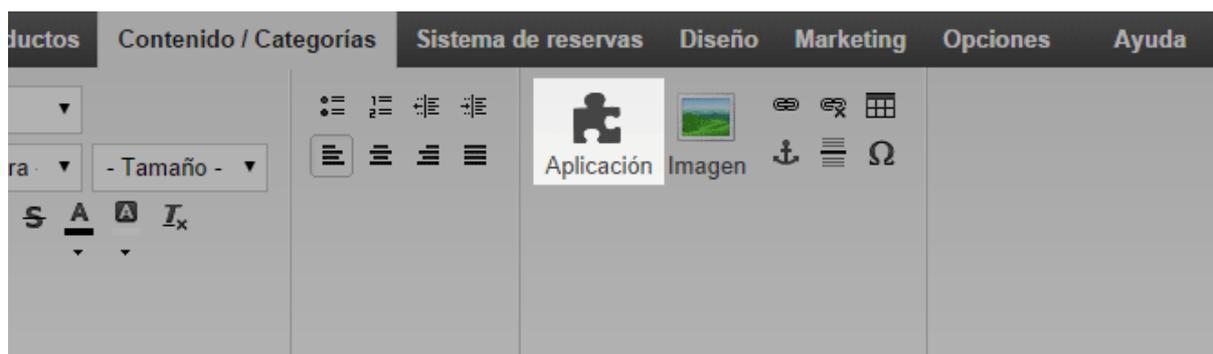


2. Selecciona la subpágina del sitio web que deseas editar en el árbol de página de la izquierda.



3. Para editar las zonas enmarcadas en la vista previa, haz clic encima.

4. En la barra multifunción, elige Aplicación.



5. Selecciona Facebook.
6. Realiza los ajustes necesarios.
7. Haz clic en Aplicar.
8. Guarda los cambios.

A partir de este momento, el botón de Facebook se mostrará en la página que has escogido.



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

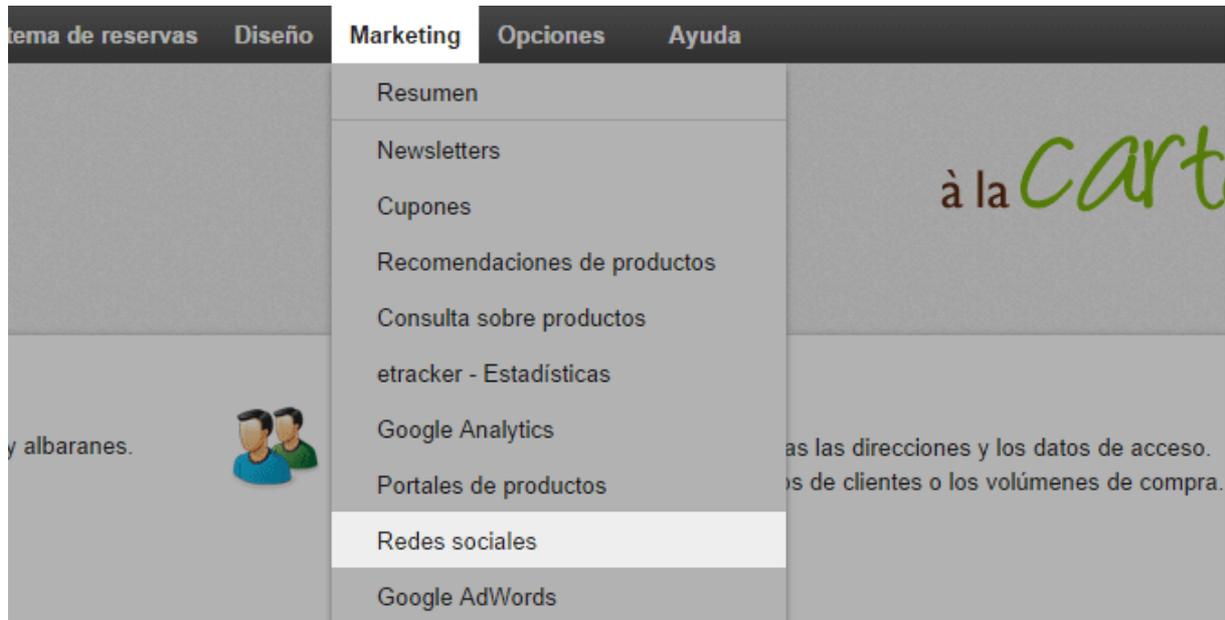


No necesitas tener una cuenta de Facebook para añadir un botón de Facebook a tu sitio web.

Cómo añadir un botón de Twitter

Cómo añadir un botón de Twitter a las páginas de producto y del blog

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Marketing** y, a continuación, haz clic en **Redes sociales**.



2. Selecciona **Twitter**.

3. En **Mostrar el botón "Publicar en Twitter"**, elige si deseas que el botón aparezca en las páginas de producto y/o en las entradas del blog.

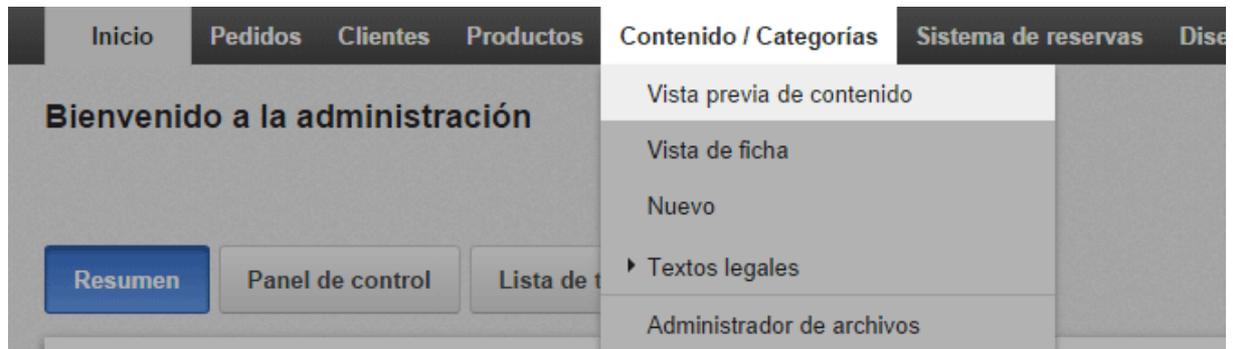
4. Escoge el diseño del botón en **¿Qué botón debe aparecer?**

5. Guarda los cambios.

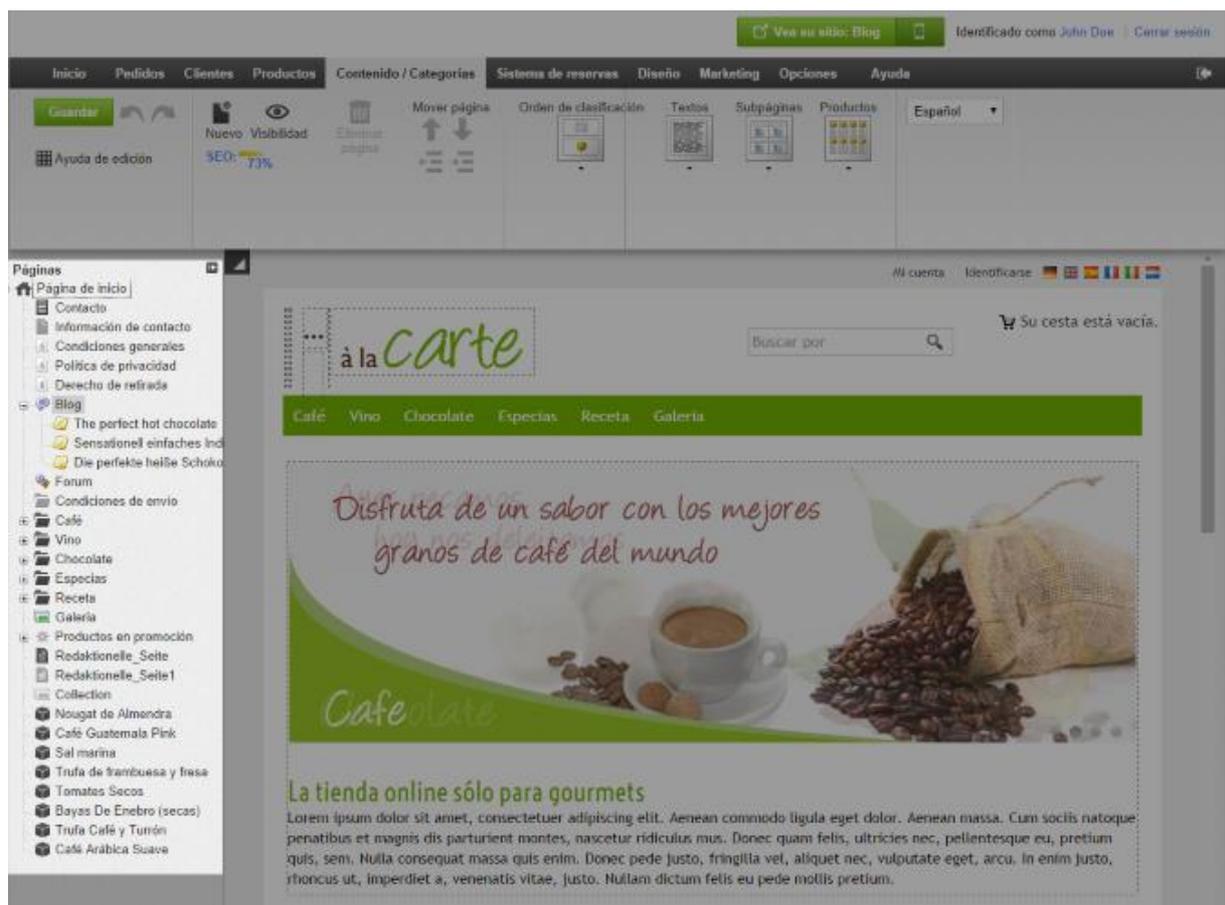
El botón de Twitter aparecerá en las páginas de producto y/o en las entradas del blog tal como deseas.

Cómo añadir un botón de Twitter a otra página

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Contenido/Categorías** y, a continuación, haz clic en **Vista previa de contenido**.



2. Selecciona la subpágina del sitio web que deseas editar en el árbol de página de la izquierda.



3. Para editar las zonas enmarcadas en la vista previa, haz clic encima.

4. En la barra multifunción, haz clic en **Aplicación**.

5. Selecciona **Twitter**.

6. En la parte superior, especifica qué tipo de botón deseas añadir:

- Los visitantes podrán recomendar tu sitio web en su Twitter a través del botón **Compartir un enlace**. Para añadir este botón, no es necesario tener una cuenta de Twitter.
- Los visitantes podrán seguirte en Twitter a través del botón **Seguir**. Para añadir este botón, *sí* es necesario tener una cuenta de Twitter.

7. Introduce los otros ajustes.

8. Haz clic en **Aplicar**.

9. Guarda los cambios.

A partir de este momento, el botón de Twitter se mostrará en la página que has escogido.



Si tu sitio web está disponible en varios idiomas, proporciona el contenido en cada uno de ellos. Para obtener más información, consulta [Cómo crear contenido en más de un idioma](#).

Newsletters: resumen

Las newsletters son mensajes de correo electrónico que te permiten informar a tus clientes, por ejemplo, de tus productos nuevos o promociones especiales. Puedes enviarlas directamente desde el área de administración de tu tienda online.

Se distingue entre campañas de newsletters y las newsletters en sí. Por campaña se entiende, por ejemplo, los «Boletines mensuales». Una newsletter individual de esta campaña podría ser, a modo de ejemplo, el «Boletín de octubre de 2014».

Procedimiento para enviar una newsletter

- En primer lugar debes crear una nueva campaña de newsletters y definir las opciones generales. Consulta [Cómo crear una campaña de newsletters](#).
- A continuación, especifica los destinatarios de la campaña. Conviene que leas [Cómo modificar los destinatarios de una campaña de newsletters](#).
- Ya puedes crear y enviar una newsletter de esta campaña.

Cómo crear una campaña de newsletters

Para obtener información introductoria sobre las newsletters o boletines, consulta [Newsletters: resumen](#).

Para enviar newsletters a tus clientes, primero debes crear una campaña de newsletters. Por campaña se entiende, por ejemplo, un «Boletín mensual». Una newsletter individual de esta campaña podría ser, a modo de ejemplo, el «Boletín de octubre de 2014».

Cada campaña presenta ciertas opciones básicas que se aplican a todas las newsletters que la integran. Los destinatarios de las newsletters se gestionan por campaña. Así pues, cuando un cliente se registra para recibir una de tus newsletters, siempre se suscribe a una campaña determinada.

Cómo crear una campaña de newsletters

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Marketing y, a continuación, haz clic en Newsletters.



2. En la tabla verás un resumen de las campañas de newsletters que tienes establecidas actualmente. En la parte inferior, introduce un identificador interno y un nombre para la nueva campaña de newsletters, como «Boletín mensual para clientes».

3. Guarda los cambios.

4. Escoge el identificador de tu nueva campaña de newsletters.

5. Selecciona General.

6. En esta página puedes determinar los ajustes básicos de la campaña. Marca Sí en la opción Visible y modifica el resto de opciones. Tanto el Nombre como la Descripción aparecerán en tu tienda en la sección donde los clientes pueden suscribirse a la newsletter.

7. Guarda los cambios.

Has creado correctamente una campaña de newsletters. A continuación, especifica los destinatarios de la campaña. Conviene que leas [Cómo modificar los destinatarios de una campaña de newsletters](#).

Cómo modificar los destinatarios de una campaña de newsletters

Para obtener información introductoria sobre las newsletters o boletines, consulta [Newsletters: resumen](#).

Puedes introducir direcciones de correo para cada una de tus campañas de newsletters.



Por ley, solo está permitido enviar newsletters a los clientes que se han suscrito para recibirlas y que han confirmado su dirección de correo electrónico.

Dónde se modifican los destinatarios

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Marketing y, a continuación, haz clic en Newsletters.



2. En la tabla, haz clic en Mostrar en la campaña que te interesa modificar.

3. La tabla muestra los destinatarios que actualmente tienes asociados a la campaña de newsletters. Aquí también puedes consultar qué clientes se han suscrito a la newsletter a través del sitio web.

Cómo añadir destinatarios nuevos

Entrada directa

En la línea Entrada directa: escribe el nombre y la dirección de correo electrónico de un nuevo destinatario y guarda los cambios. Esta opción es ideal para los usuarios que no están registrados en tu tienda online.

Grupo de clientes

Escoge un grupo de clientes y guarda los cambios para añadir las direcciones de

todos los clientes del grupo.

Selección de clientes

1. Haz clic en el botón Introducir destinatarios.
2. Te aparecerá un resumen de todos los clientes que están registrados en tu tienda. En la columna de la izquierda, elige los clientes que deseas añadir como destinatarios.
3. Aplica los cambios.

Cómo asegurarse de que determinados destinatarios no siguen recibiendo la newsletter

Tienes dos posibilidades: dar de baja la suscripción o borrar el destinatario. Los clientes que dejen de estar suscritos como destinatarios seguirán apareciendo en la lista, pero no volverán a recibir la newsletter. En cambio, cuando se borra un destinatario, se elimina también de la lista.

Cómo cancelar la suscripción de los destinatarios a la newsletter

1. En la columna izquierda de la tabla, selecciona los destinatarios cuya suscripción desees cancelar.
2. Haz clic en Cancelar la suscripción.

Cómo borrar destinatarios de la lista

1. En la columna izquierda de la tabla, selecciona los destinatarios que desees borrar de la lista.
2. Haz clic en Eliminar.
3. Confirma que desees eliminar a los destinatarios de la lista.

Vender en eBay: resumen

El sistema de tu tienda te brinda la oportunidad de vender tus productos directamente en eBay, la mayor casa de subastas del mundo, con más de 150 millones de usuarios activos.

Ventajas de vender en eBay

Vender en eBay ofrece múltiples ventajas:

- En el caso de tu tienda online, debes encargarte de promocionarla. En cambio, eBay te permite acceder inmediatamente a millones de clientes en todo el mundo.
- Puedes ver y modificar toda la información relevante de tus listados de eBay (por ejemplo, la situación de tus ofertas o de los pedidos) directamente desde el área de administración de tu tienda.
- eBay ofrece protección al vendedor.
- Puedes aprovechar la confianza que eBay inspira en los clientes.
- Muchas de las características de los productos definidas en tu tienda pueden trasladarse automáticamente a los listados de eBay. De este modo te evitas tener que introducir la información por duplicado.

Qué hay que hacer para vender en eBay

1. Si todavía no dispones de una cuenta de eBay, visita el sitio web de la empresa en tu país (por ejemplo: www.ebay.es) y abre una cuenta gratuita.
2. Si no dispones de una cuenta con PayPal, conviene que la configures mientras te das de alta en eBay. De esta manera, tus clientes podrán pagarte a través de PayPal. Si ya tienes una cuenta de PayPal, deberás vincularla con tu cuenta de eBay en el sitio web de eBay.
3. Vincula la cuenta de eBay con tu tienda online y auténticala. Consulta [Cómo conectar mi tienda online con mi cuenta de eBay](#).
4. Configura las opciones básicas en **Opciones >> Opciones de eBay**.
5. Modifica el mensaje de correo electrónico que tus clientes de eBay recibirán desde tu tienda online. Consulta [Cómo modificar el mensaje de correo electrónico que se envía a mis clientes de eBay](#).
6. Activa una o varias plantillas para tus listados en eBay. Consulta [Cómo diseñar ofertas para eBay y utilizar plantillas](#).

Una vez hayas acabado, podrás anunciar tus productos en eBay.

Fácil inserción del sello de calidad de Trusted Shop

La garantía es un factor clave en e-commerce: debes ser capaz de convencer a tus potenciales compradores de que pueden confiar en ti para realizar una compra. Gracias al sello de calidad de Trusted Shops conseguir esto es ahora aún más fácil.

Recuerda que deberás ser miembro de Trusted Shops para poder utilizar esta funcionalidad.

¿Qué es el sello de calidad?

El sello de calidad Trusted Shops es un sello que se muestra de manera permanente a tus clientes en el lateral derecho de tu tienda. Cuando se mueve el ratón sobre el sello, se abre una "tarjeta de calidad". Se trata de una pequeña ventana con información adicional que promueve la confianza, como por ejemplo evaluaciones de tu tienda.

¿Cómo puedo incorporar el sello de calidad en mi tienda online?

1. En el menú principal del área de administración, selecciona Marketing >> Certificación de Trusted Shops.
2. Sigue las instrucciones bajo Para integrar Trusted Shops en su tienda, haga lo siguiente.
3. En el punto 4, selecciona Insertar ahora elemento de página.
4. Guardar los cambios.

El sello de calidad aparecerá ahora en tu tienda online.

Cómo diseñar ofertas para eBay y utilizar plantillas

Para obtener información introductoria acerca de cómo vender en eBay, consulta [Vender en eBay: resumen](#).

Puedes especificar cómo deben mostrarse tus ofertas en el sitio web de eBay. Para ello, el sistema de tu tienda pone a tu alcance diversas plantillas. Puedes modificarlas de acuerdo con tus preferencias.

Para utilizar una plantilla para anunciar una oferta en eBay, primero debes activarla. Siempre que promociones un producto en eBay, puedes seleccionar una de las plantillas que tienes activadas.

Cómo activar una plantilla

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Opciones y, a continuación, haz clic en Opciones de eBay.
2. Elige Plantillas y luego Seleccionar plantillas de muestra.
3. Selecciona una de las plantillas.
4. Haz clic en Aplicar en la parte inferior de la página.

Cómo editar una plantilla

1. Activa una plantilla tal como se describe arriba.
2. En la tabla, escoge el nombre de la plantilla.
3. Ya puedes modificar la plantilla y personalizarla.
4. Cuando estés satisfecho/a con el resultado, guarda los cambios.

Asegúrate de no borrar los marcadores de posición #Nombre, #Descripción o #Texto. Más adelante tendrás que insertar el nombre y la descripción del producto en estos apartados.

Cómo modificar el mensaje de correo electrónico que se envía a mis clientes de eBay

Para obtener información introductoria acerca de cómo vender en eBay, consulta [Vender en eBay: resumen](#).

Si un cliente encarga uno de tus productos a través de eBay pero no completa el pedido inmediatamente, recibirá un correo electrónico automático desde tu tienda. Este correo solicita al cliente que realice el pago correspondiente.

Cómo modificar el mensaje de correo

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Opciones y, a continuación, haz clic en Eventos de correo electrónico.



2. Haz clic en Otros y, a continuación, en eBay - Solicitud para finalizar artículo.

3. Aquí podrás modificar la dirección del remitente, las direcciones en copia, el asunto y el texto del mensaje de correo.

4. Guarda los cambios.

Cómo conectar mi tienda online con mi cuenta de eBay

Para obtener información introductoria acerca de cómo vender en eBay, consulta [Vender en eBay: resumen](#).

Cómo conectar tu tienda online con tu cuenta de eBay

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Opciones y, a continuación, haz clic en Opciones de eBay.
2. Selecciona Cuentas de eBay.
3. Comprueba en la tabla qué cuentas de eBay tienes vinculadas actualmente a tu tienda.
4. En la columna Nombre, escribe tu nombre de usuario de eBay en el campo de entrada.
5. En la columna Plataforma de ventas, elige el país en el que quieres usar la cuenta.
6. Guarda los cambios.
7. Haz clic en Completarlo al lado de la cuenta de eBay recién creada.
8. Introduce el País, la Región y la Población.
9. Si deseas utilizar Paypal como medio de pago para tus ofertas en eBay, indica la dirección de correo electrónico de tu cuenta de PayPal en Dirección de correo electrónico de tu cuenta PayPal.
10. Guarda los cambios.
11. Haz clic en Pedir autenticación.
12. Se te dirigirá al sitio web de eBay. Inicia sesión con tus credenciales de eBay.
13. Confirma que deseas conectar la cuenta de eBay con tu tienda online.
14. Volverás automáticamente al área de administración de tu tienda. Selecciona Comprobar autenticación para asegurarte de que la autenticación ha sido correcta.
15. Si te aparece el mensaje «La autenticación es válida», significa que la conexión entre tu tienda online y eBay se ha establecido.



Es preciso renovar la autenticación cada cierto tiempo.

Qué es un mapa de sitio XML y cómo se utiliza

El mapa de sitio XML que tu sitio web genera de manera automática es un listado en formato XML de todas las subpáginas que integran tu sitio web. Ayuda a los motores de búsqueda, como Google, Bing y Yahoo, a indexar todas las páginas de tu sitio web.

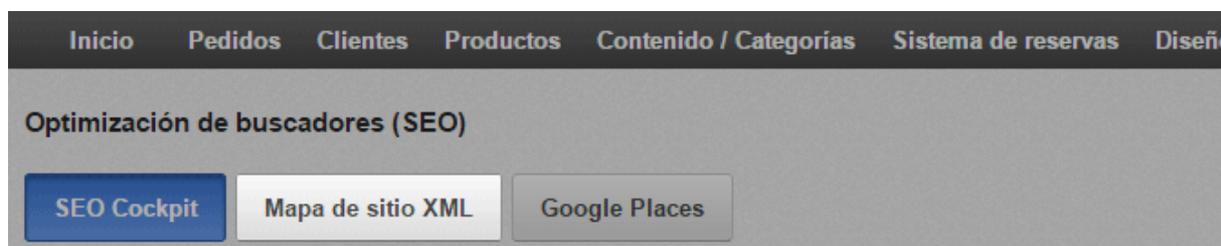
Con toda probabilidad, Google y los demás motores encontrarán el mapa de sitio XML de tu web antes o después. Sin embargo, puedes comunicarles tú mismo/a la existencia de dicho mapa. Basta con notificarles una única vez y, a partir de entonces, los motores de búsqueda recabarán el mapa de sitio XML por sí mismos.

El mapa de sitio XML se actualiza con cierta frecuencia para incluir las subpáginas que vayas añadiendo.

Cómo notificar tu mapa de sitio XML a los motores de búsqueda

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Marketing y, a continuación, haz clic en Optimización para motores de búsqueda (SEO).

2. Selecciona Mapa de sitio XML.



3. Haz clic en el botón Enviar mapa de sitio XML.

Tu mapa de sitio XML se ha enviado a Google, Bing y Yahoo.



Para generar un mapa de sitio XML, tu sitio web debe estar alojado en su propio dominio, como por ejemplo: www.tu-tienda-online.es

Regístrate en Google para tener acceso a las herramientas de webmaster que te permiten controlar y optimizar la activación de tu sitio web.

Qué es el servicio Google Analytics y cómo utilizarlo

Qué es Google Analytics

Google Analytics es un servicio gratuito que permite a los administradores de páginas web acceder a datos estadísticos del uso de su sitio, como por ejemplo el número de usuarios, las páginas que reciben más visitas y el origen de las visitas. Estas estadísticas hacen posible comprender mejor el comportamiento y las necesidades de tus clientes y optimizar el sitio web en consecuencia.

Cómo utilizar Google Analytics

Para utilizar Google Analytics en tu sitio web, tienes que iniciar sesión en Google y facilitar cierta información básica sobre tu página web. A continuación recibirás un número de seguimiento que tienes que introducir en el área de administración de tu sitio web. Desde esta sección puedes indicar las subpáginas de tu sitio web que debe controlar Google Analytics. A partir de este momento, el uso que tenga tu sitio web quedará grabado y podrás acceder a todas las estadísticas en la página de Analytics.

Cómo incorporar Google Analytics a tu sitio web

1. Dirígete a www.google.es/analytics y crea una cuenta o entra en tu cuenta de Google habitual.
2. Solo debes realizar este paso si ya has vinculado otros sitios web a Google Analytics: Haz clic en Administrador, dirígete al menú desplegable situado debajo del campo Cuenta y haz clic en Crear nueva cuenta.
3. Rellena el formulario y haz clic en Obtener ID de seguimiento.
4. Acepta las condiciones de uso de Google Analytics.
5. Se te facilitará el Identificador de seguimiento. Cópialo.
6. Entra en el área de administración de tu tienda, y en el menú principal, haz clic en Marketing y luego en Google Analytics.
7. En el campo Identificador de propiedad web, introduce el ID de seguimiento.
8. Guarda los cambios.
9. Haz clic en Páginas.
10. Desde esta sección puedes indicar las subpáginas de tu sitio web que debe controlar Google Analytics. Selecciónalas en la columna Activar seguimiento.

11. Guarda los cambios.

12. Haz clic en el botón Caché de página: Actualizar ahora, en la parte superior.

A partir de este momento, Google Analytics grabará las estadísticas de tu sitio web. Para verlas, inicia sesión en la página web de Google Analytics.



Para poder utilizar Google Analytics, tu sitio web debe tener un dominio propio.

Comprueba que la legislación vigente en materia de protección de datos de tu país permite el uso de Google Analytics.

En la página de privacidad de tu sitio web, deja claro que empleas Google Analytics. Para obtener más información, consulta [Cómo modificar el texto de la política de privacidad](#).

Qué es el servicio etracker y cómo utilizarlo

Qué es etracker

El servicio de etracker permite que los administradores de páginas web accedan a datos estadísticos del uso de su sitio, como por ejemplo: número de usuarios, páginas que reciben más visitas y origen de las visitas. Estas estadísticas permiten comprender mejor el comportamiento y las necesidades de tu clientela y optimizar el sitio web en consecuencia.

Cómo utilizar etracker

Para utilizar etracker en tu sitio web, tienes que crear una cuenta de etracker directamente desde el área de administración de tu tienda online.

Cómo empezar a grabar los datos de usuario con etracker

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a Marketing y luego a etracker - Estadísticas.
2. Si ya creaste una cuenta de etracker durante el proceso de configuración, salta al paso 5.
3. En el campo contraseña, introduce la contraseña que quieres utilizar para etracker y vuelve a escribirla en el campo Confirmación de la contraseña.
4. Haz clic en Configurar cuenta. Cuando se crea la cuenta, tu dirección se envía a etracker.
5. Haz clic en Páginas.
6. Desde aquí puedes indicar las subpáginas de tu sitio web que debe controlar etracker. Selecciónalas en la columna Activar seguimiento.
7. Además, en la columna Importancia puedes valorar cómo de importante es que los clientes accedan a esta página poniéndoles una nota del 1 al 10 (1 equivale a «nada importante» y 10 a «muy importante»). Puedes emplear las estadísticas proporcionadas por etracker para analizar las páginas que consideras más importantes.
8. Guarda los cambios.
9. Haz clic en el botón Caché de página: Actualizar ahora, en la parte superior.

A partir de este momento, etracker grabará las estadísticas de tu sitio web. Para verlas, inicia sesión en la página web de etracker.



Comprueba que la legislación vigente en materia de protección de datos de tu país permite el uso de etracker.

En la página de privacidad de tu sitio web, deja claro que empleas etracker. Para obtener más información, consulta [Cómo modificar el texto de la política de privacidad](#).

Qué es el servicio Google Ads y cómo utilizarlo

Qué es Google Ads

Google Ads permite anunciarse en los resultados de búsqueda de Google fácil y rápidamente. Los anuncios aparecen o bien a la derecha de la pantalla, o bien justo encima de los resultados, y se señala que son anuncios discretamente. Los anuncios de Ads también aparecen en redes publicitarias asociadas (en otros buscadores que emplean la tecnología de Google y en sitios web con publicidad de los anunciantes de Ads).

Puedes escoger las palabras clave para las búsquedas en las que quieres que se muestren tus anuncios. Por ejemplo, si vendes ordenadores portátiles, puedes anunciarte a todos los usuarios que hayan buscado en Google «portátil», «ordenador portátil» o «portátiles». De este modo sabes que tus anuncios se muestran a los usuarios apropiados.

La facturación varía en función de la cantidad de clics. Es decir, solo pagas si alguien hace clic en tu anuncio.

Más beneficios de utilizar Google Ads:

- Puedes optar por mostrar tus anuncios solo a los usuarios de ciertas ubicaciones y en determinados idiomas.
- Tú fijas el presupuesto.
- Los gastos en publicidad son siempre transparentes.
- Puedes ver cuántos usuarios han visto tus anuncios y han hecho clic en ellos.

Cómo utilizar Google Ads

Si deseas emplear Google Ads para promocionar tu tienda, debes iniciar sesión en Google y crear una campaña de Ads. Si quieres analizar el rendimiento de la campaña con más detalle, puedes vincularla a tu tienda. De este modo podrás averiguar cuántos de los usuarios que llegaron a tu tienda a través de Ads realmente realizaron un pedido.

Cómo crear una campaña

1. Dirígete a www.google.es/AdWords y crea una cuenta de Google o entra en tu cuenta habitual.
2. Haz clic en Cree su primera campaña y sigue los pasos marcados. Hay más ayuda disponible en la sección de ayuda de Ads de Google, en los tutoriales de Ads y en la Comunidad oficial.

Cómo controlar cuántos pedidos he recibido a consecuencia de Ads

Puedes saber cuántos usuarios han llegado a tu tienda a través de Ads y quién llegó a realizar un pedido. Esta cantidad es la base de la tasa de conversión ("conversion rate"), que indica cuánta gente ha llevado a cabo una acción en concreto ("conversión"). En nuestro caso, esa acción es "realizar un pedido".

En primer lugar, establece lo que se considera una acción de conversión en la página web de Google Ads y, a continuación, agrega el código de seguimiento de conversiones a tu tienda:

1. Inicia sesión con tu cuenta de Google en www.google.es/AdWords.
2. En el menú de la barra superior, haz clic en Herramientas, y, a continuación, en Conversiones.
3. Haz clic en el botón + CONVERSIÓN.
4. Asigna un nombre de conversión, como por ejemplo: Pedidos de Ads.
5. En el paso Fuente de conversiones, marca Sitio web.
6. Haz clic en Guardar y continuar.
7. En el campo Valor, marca la opción El valor de esta acción de conversión puede variar.
8. En el campo Recuento, deja la opción Todas [las conversiones] marcada.
9. En el campo Ventana de conversión, determina cuánto tiempo puede pasar después de que alguien haga clic en un anuncio para que el pedido realizado se considere una conversión.
10. En Categoría, marca la opción Compra/venta.
11. En Lenguaje de marcas, marca la opción HTML.
12. En Seguimiento de conversiones, marca la opción No agregar una notificación al código generado para mi página.
13. Haz clic en Guardar y continuar.
14. Haz clic en Hago cambios en el código.
15. Aparecerá un campo de texto con código de programación. Copia todo el código.
16. Haz clic en Finalizar.

17. Entra en el área de administración de tu tienda y, en el menú principal, haz clic en Marketing y luego en Google Ads.

18. Introduce el código en el campo Código de seguimiento de conversión.

19. Guarda los cambios.

20. Haz clic en el botón Caché de página: Actualizar ahora, en la parte superior.

Cuando un cliente llegue a tu tienda desde Google Ads y tramite un pedido, se contabilizará en Ads. Para acceder a las estadísticas correspondientes, entra en la página de Ads, haz clic en Herramientas, después en Conversiones y finalmente en el nombre del tipo de conversión que has creado.

Enlaces útiles para Google Ads

Para sacar el máximo partido a Google Ads, te recomendamos que dediques cierto tiempo a estudiar cómo funciona detalladamente. Las fuentes de información más fiables son la sección de ayuda de Ads de Google, los tutoriales de Ads y la Comunidad oficial..



Si has agregado el código de seguimiento de conversiones a tu sitio web, avisa a los usuarios en la página de privacidad. Para obtener más información, consulta [Cómo modificar el texto de la política de privacidad](#).

Cómo optimizo mi tienda para motores de búsqueda como Google

El posicionamiento en buscadores (también llamado comúnmente SEO, del inglés Search Engine Optimization) es una de las acciones de marketing más importantes para una tienda online o web. Mediante el SEO, puedes garantizar que tu tienda aparezca en las primeras páginas de resultados de búsqueda en Google y motores similares al introducir determinados términos de búsqueda (palabras clave). Por ejemplo, si vendes bicicletas de montaña, cuando buscas en Google los términos «bicicleta montaña» tu tienda debe aparecer lo más arriba posible en los resultados. El objetivo del SEO es, por lo tanto, conseguir que tu tienda tenga más visitantes.

En general, podemos distinguir entre SEO OnPage y OffPage. El SEO OnPage (interno en tu web) comprende todas las acciones que tienen lugar directamente en una página web, como por ejemplo, la optimización de textos con determinadas palabras clave. El SEO OffPage (externo a tu web) implica conseguir que otras páginas web enlacen a la tuya.

Qué es el SEO Cockpit

La solución de tu tienda online te ayuda con la optimización del Seo OnPage de tu tienda con la herramienta SEO Cockpit. Puedes acceder al SEO Cockpit haciendo clic en el menú Marketing y luego en la opción Posicionamiento en buscadores (SEO). El SEO Cockpit analiza los ajustes y el contenido de tu tienda. La barra de la parte superior de la página muestra el potencial de optimización existente. En la lista de comprobación de la izquierda, encontrarás consejos útiles sobre cómo puedes optimizar tu tienda.



Puede optimizar aún más su sitio web para los buscadores como se indica a continuación:

Asegúrese de que otros sitios web con contenido similar enlacen con su sitio web. Para ello, estas páginas deben incluir un enlace a su página de inicio.

El texto de sus páginas debe contener términos de búsqueda que dirijan a su sitio. Para ello, utilice nombres explicativos para las páginas y los productos, así como textos descriptivos más extensos. Los buscadores no pueden indexar el texto incluido en gráficos ni en películas Flash.

Si actualiza su contenido con frecuencia, y en especial su página de inicio, los buscadores indexarán su sitio más a menudo. Los cambios frecuentes mejoran el orden de aparición.

Lea sobre cómo optimizar su sitio web para Google.

Qué hacer para que tu tienda aparezca en Google y en otros motores de búsqueda

Google y otros buscadores acabarán tarde o temprano encontrando tu tienda por sí solos. Puedes acelerar el proceso enviando un mapa del sitio de tu tienda a los motores de búsqueda. Para más información al respecto puedes leer [Qué es un mapa de sitio XML y cómo se utiliza](#).

Para más información sobre cómo optimizar tu tienda para motores de búsqueda, consulta [Cómo optimizo mi tienda para motores de búsqueda como Google](#).

Cómo vender en portales de productos

También puedes vender tus productos en eBay. Para más información al respecto puedes leer [Vender en eBay: resumen](#).

Con tu tienda online es posible vender tus productos en portales de productos o marketplaces como Amazon.

¿Qué son los portales de productos y marketplaces?

Los portales de productos son plataformas de Internet en las que se presentan productos de diferentes vendedores. Los usuarios a menudo los usan como motores de búsqueda para productos: como usuario, es posible buscar un producto particular y ver qué tiendas online ofrecen este producto, incluyendo los precios en estas tiendas y los enlaces para acceder a las mismas.

Los *marketplaces* son portales en los que los vendedores pueden ofrecer sus productos directamente. El *marketplace* se encarga del proceso de pedido, como ocurre, por ejemplo, con Amazon Marketplace.

Para ti, como vendedor, estos portales son una oportunidad realmente buena para conseguir nuevos clientes y aprovechar los millones de visitas que reciben cada mes.

Para vender a través de uno de estos portales, tienes que hacer lo siguiente:

- Activar el portal en el área de administración de tu tienda
- Configurar los ajustes de este portal en el área de administración
- Registrarte como vendedor para el portal
- Exportar tus productos al portal



Hay ciertos requisitos para poder vender con el portal de productos:

- *Es necesario que la divisa estándar del portal esté disponible en tu tienda. Para más información al respecto puedes leer [Cómo añadir una nueva moneda a mi tienda online](#).*
- *Es necesario que el idioma estándar del portal esté disponible en tu tienda y el texto de los productos debe estar en este idioma. Para más información al respecto puedes leer [Cómo añadir un nuevo idioma a mi sitio web](#).*

Cómo activar un portal y configurar los ajustes

1. En la barra de menú del área de administración de tu tienda selecciona Marketing y después Portales de productos.
2. En la tabla puedes ver todos los portales predefinidos. Bajo el logo de cada portal puedes ver los países que están disponibles para cada portal.
3. En la columna Activo puedes seleccionar los portales/países que quieres activar.
4. Guarda los cambios.
5. Ahora el portal está activo. Es necesario configurar los ajustes. Selecciona un país del portal en la columna **Portal / País**.
6. Sigue las instrucciones de la parte superior de la página. Tendrás que configurar varias opciones según el portal. En la mayoría de portales es necesario registrarse como vendedor en el portal.
7. Configura los ajustes restantes de este portal. Tienes varias opciones según el portal.

Opción	Descripción
Exportar todos los productos	Aquí puedes seleccionar si todos los productos de tu tienda online se deberían exportar a este portal o si quieres seleccionar los productos tú mismo. Si eliges Sí , la subpágina Productos (en la que se determinan los productos) no está disponible.
Exportar variación de productos individualmente	Aquí puedes determinar las variaciones de productos en caso de que el producto principal o sus variaciones se deban exportar. Esta opción está disponible solo si seleccionas Sí en Exportar todos los productos .
Formas de envío	Los visitantes pueden ver en el portal de productos la forma de envío para tus productos. Aquí puedes seleccionar qué forma de envío se debería mostrar.
Image	Determinar qué imagen de producto debería aparecer en el portal. Para más información al respecto puedes leer Cómo añadir imágenes a un producto.
Descripción	Selecciona qué información debería aparecer como descripción de producto en el portal, por ejemplo, la descripción larga. Aquí también puedes determinar que uno de los atributos de producto del tipo de producto básico se debe usar como descripción (si el atributo es texto o texto dependiente del idioma).

Opción	Descripción
Exportar - Repetición	Puedes determinar que tus productos se exporten al portal en intervalos específicos. Es especialmente útil para portales en los que los productos se borran tras un período determinado.

8. Guarda los cambios.

9. Si has seleccionado **Sí** en **Exportar todos los productos**, selecciona **Exportar** para exportar todos los productos al portal. Si has seleccionado **No**, continúa con el párrafo siguiente.

¿Cómo selecciono los productos que deberían estar disponibles en el portal?

Si quieres determinar tú mismo qué productos deberían estar disponibles en el portal, tienes que seleccionar No en Exportar todos los productos.

1. En el menú del área de administración de tu tienda dirígete a Marketing y después Portales de productos.
2. En la tabla puedes ver todos los portales predefinidos. Bajo el logo de cada portal puedes ver los países que están disponibles para cada portal.
3. Comprueba si la opción No está seleccionada en Exportar todos los productos. Si no es así, selecciónala y guarda los cambios.
4. Selecciona Productos.
5. En la tabla puedes ver todos los productos que están asignados a este portal en este momento. Selecciona Asignar productos.
6. En la columna izquierda de la tabla selecciona los productos que quieres asignar a este portal.
7. Selecciona Aplicar.
8. Selecciona General.
9. Selecciona el botón Exportar de la parte inferior de la página para exportar los productos al portal.



Si hay cambios importantes en los productos (especialmente cambios en el precio), es necesario exportar los productos otra vez al portal.



Los portales no son compatibles con descripciones de producto escritas en HTML. Todas las etiquetas HTML se borrarán durante la exportación.

Los productos solo se pueden exportar si usan el mismo modelo fiscal que el del portal.

Consejos prácticos de SEO: el posicionamiento natural de tu tienda online

Introducción

Gracias a una colaboración con Stéphanie Rivier, experta en SEO, podemos ofrecerte este libro blanco sobre el posicionamiento. En él se recogen las buenas prácticas que hay que dominar y las herramientas de tu back office para optimizar tu posicionamiento y ser visible en Internet.

El SEO (Search Engine Optimization), traducido como Optimización para los motores de búsqueda, es un método de redacción web que permite mejorar la posición de tu tienda online y conseguir que aparezca en la parte superior de la página de resultados de Google.

Por qué deberías optimizar tu posicionamiento

Como ya sabrás, la gran mayoría de usuarios se limitan a buscar en la primera página de resultados cuando realizan una búsqueda en Google. Por lo tanto, ganarás mucha visibilidad si consigues posicionar tu página web e-commerce entre los primeros resultados de búsqueda relacionados con tu actividad y con los productos o servicios que vendes.

Sin embargo, Internet se desarrolla a gran velocidad, y existen cientos de miles de url, es decir, páginas web, en el mundo. ¿Cómo estar bien posicionado en los resultados de búsqueda? ¿Cómo dar visibilidad a tu página web e-commerce?

Para responder a esta pregunta, es fundamental entender el funcionamiento de la indexación que Google lleva a cabo con las páginas web. Esto te permite, por tanto, redactar los textos de tu página web de manera óptima, teniendo siempre en cuenta que lo más importante es la calidad de tus contenidos web.

Cómo Google clasifica los resultados de búsqueda

La indexación de páginas web que Google lleva a cabo es un proceso complejo que tiene como objetivo mostrar a los usuarios los resultados más relevantes en función de sus búsquedas.

1. De enlace en enlace

Para simplificar, Google utiliza programas de software muy potentes, **rastreadores**, que analizan la totalidad de los datos presentes en la web para establecer un listado de todas las url existentes. Esta exploración de Internet se realiza gracias a los **hipervínculos** que permiten pasar de una página web a otra (como una pasarela entre contenidos).

2. Palabras y expresiones clave

Los rastreadores de Google escanean cada página y **buscan palabras clave y sinónimos**. También evalúan la calidad de los contenidos y su novedad. Cuantifican el número de enlaces que apuntan a esta página y la relevancia de los enlaces... Este análisis minucioso de los datos presentes en cada url permite crear un índice que clasifica la totalidad del contenido web.

3. Relevancia y calidad

Cuando un usuario realiza una búsqueda, Google explora este índice y propone los **resultados más relevantes**, en función de los siguientes criterios de evaluación: palabras clave y sinónimos, posicionamiento de estas palabras clave, enlaces internos y externos, calidad y ortografía del contenido, etc.

Cuáles son los consejos prácticos de SEO y redacción web

Si conocemos cómo realiza Google sus elecciones entre las páginas de Internet, es fácil entender que un buen posicionamiento natural no tiene nada que ver con el azar. Todo lo contrario: trabajar el contenido web es fundamental para obtener visibilidad en el ciberespacio. **¿Cómo estar bien posicionado en los resultados de búsqueda de Google? Descubre los criterios esenciales para escalar en los resultados de búsqueda.**

1. Proponer contenido de calidad

Aunque el SEO es una técnica útil para favorecer un buen posicionamiento natural, también es necesario tener en mente que estás redactando tu contenido para los visitantes de tu web y no para Google. Recuerda: **apuesta siempre por la calidad y la autenticidad de tus textos**. Por otro lado, los rastreadores de Google, incluso sin ser capaces de entender los textos y valorarlos como un ser humano, tienen en cuenta la calidad del contenido para posicionar tu tienda online.

- **Contenidos únicos y originales**

Para tener un buen posicionamiento, **incluye contenidos únicos en tu página web**. En resumen, es importante que hagas uso de tu creatividad, particularidades, originalidad y estilo. Una tienda online con personalidad es una web que sabrá complacer a tus visitantes y a los motores de búsqueda. De igual manera, **la ortografía es muy importante para el posicionamiento** porque Google destaca las páginas web con un contenido exento de faltas.

- **Páginas en las que pasamos tiempo**

Si los usuarios se quedan bastante tiempo en tu web, esta tendrá mejor posicionamiento en los resultados de búsqueda. De hecho, **Google tiene en cuenta el porcentaje de rebote y el tiempo que se permanece en cada página** en su algoritmo de indexación. De esta manera, las páginas preferidas por los usuarios en las que pasan más tiempo tienen un mejor posicionamiento natural.

• Navegación fluida

El directorio de tu tienda es una simple recreación de las diferentes páginas y secciones de tu web. Este mapa, que debe realizarse desde un principio, tiene que estar estructurado como si fuera un árbol genealógico.

En tu tienda, se trata principalmente de la organización de categorías y subcategorías. Tu directorio debe ser claro e intuitivo. Permite a los usuarios **encontrar rápidamente el producto que buscan y a los rastreadores de los motores de búsqueda recorrer mejor tu web** siguiendo la estructura de enlaces que pones a su disposición.

El diseño de tu web también es muy importante: cuantas más categorías haya, más se complica la navegación para el usuario. El uso de una plantilla con mega menú permite simplificar tu estructura. De esta forma, cuando un usuario clics sobre una categoría principal, de inmediato se encuentra una amplia vista previa de todas las subcategorías.



LIJADO	BARNIZ / LACA	PRODUCTOS 3M	PINTURAS CARROCERÍA	IMPRIMACIONES / APAREJOS	CONSUMIBLES TALLER
LIJAS AL AGUA	BARNIZ BRILLANTE	CINTAS PERFILAR 3M	PINTURAS BICAPA	IMPRIMACIONES	ENVASES / VASOS DE MEZCLA
LIJAS DE DISCO	BARNIZ SATINADO	CINTAS ENMASCARAR 3M	PINTURAS MONOCAPA	APAREJOS	VARILLAS SACA-BOLLOS
LIJAS DE ESPONJA	BARNIZ MATE INTENSO	ABRASIVOS 3M	PINTURAS FLUORESCENTES	ARENADO	PLACAS DE MUESTRA
TACOS PARA LIJAR	BARNIZ ESPECIAL	PULIMENTOS 3M	PINTURAS CAMALEON	DESENGRASANTES	HERRAMIENTAS TALLER
DESENGRASANTES	ADITIVOS BARNIZ	PPS 3M	EFFECTOS ESPECIALES	PULIDO	BÁSCULAS PRECISIÓN
BAYETAS / PAÑOS	CURSO BARNIZADO	MÁSCARAS PROTECCIÓN 3M	DISOLVENTE/DILUENTE	PULIDORAS	PROTECCIÓN CORPORAL
LIJADORAS	MASILLAS / FIBRA VIDRIO	PINTURA CRISTAL / VIDRIO		PULIMENTOS	MÁSCARAS PINTOR
PLATOS LIJADORA	MASILLAS	PINTURA CRISTAL OPACA		BOINAS/ESPUMAS PULIR	GUANTES PINTOR
	FIBRA DE VIDRIO	PINTURA CRISTAL TRANSP.		PLATOS PULIDO/LIJADO	MONOS/BUZOS PINTOR

Puedes encontrar más información sobre las categorías y los mega menús de tu tienda online en los artículos [Primeros pasos: Crear categorías de productos o páginas](#) y [El Mega menú: una cómoda navegación para tu tienda online](#).

• La calidad y la cantidad van de la mano

La cantidad no siempre es sinónimo de calidad. No obstante, teniendo en cuenta el número de contenidos que hay en Internet sobre una misma temática, **una página web con contenido exhaustivo estará mejor posicionada que una página cuyos textos son cortos**, simples, poco detallados o descuidados. Además, es evidente que habrá más palabras clave en un texto largo. Por tanto, a la hora de redactar para la web, piensa en enriquecer al máximo tu contenido (sin olvidar ser relevante e interesante para tus lectores). Esto es muy importante, por ejemplo, para tu página «Quiénes somos» y sobre todo para tus fichas de productos. Redacta un contenido completo, rico, único y de calidad para tus fichas de productos. Tienen que contener toda la información necesaria para tus clientes y palabras clave para favorecer el posicionamiento natural.

• Enriquece tu web con imágenes

Las imágenes también son una buena manera de generar visibilidad para tu web e-commerce. Además de ser fundamentales para generar ventas en tu tienda online, las fotografías de productos también tienen un potencial real para el posicionamiento de tu web. Las imágenes deben ser preferentemente **grandes** para que Google favorezca la indexación. Sin embargo, ten en cuenta que no deben ser muy pesadas para que no ralenticen el funcionamiento de tu web.

Google indexa solamente los siguientes formatos de imagen: GIF, JPEG, PNG, Webp, SVG y BMP. Aunque está en la lista de formatos, evita usar BMP ya que hace que las imágenes sean pesadas y conlleva problemas de carga.

Básicamente, puedes usar el **formato JPEG** para las fotografías y **GIF** para las imágenes animadas.

Presta atención a todas las imágenes, no solo a las que muestran las fotos de los productos, sino también a aquellas que ilustran tus categorías o tus artículos del blog.

- **¡La clave para posicionar una imagen está en el texto!**

No olvides nombrar tus imágenes correctamente: dales nombres que tengan sentido y que puedan corresponder a una búsqueda en Google en vez de ponerle un código como IMG4521. Por ejemplo: spray-pintura-naranja.jpg

En el area de administración, a la hora de añadir imágenes en tu gestor de archivos, no olvides **incluir el texto alternativo y la descripción**. Google tiene en cuenta estas etiquetas para el posicionamiento de la página web de tu tienda.

✕
Propiedades de Imagen

Cargar imagen

URL

/WebRoot/epages/Shops/epages54/MediaGallery/Pintura_acrilica.jpg

Texto Alternativo

Pintura acrilica de colores

Título

Pintura acrilica de colores

Anchura

300

Altura

200

🔒
↻

Borde

Esp. Horiz

Esp. Vert

Alineación

<No defini ▾

Previsualización



Aceptar

Cancelar

2. Generar enlaces a tu contenido

Como ya te hemos explicado, los rastreadores de Google recorren la tienda pasando de una web a otra siguiendo los hipervínculos presentes en cada página. Es como si fuera una gran telaraña: una red de páginas web relacionadas entre sí. De esta forma, **cuantos más enlaces haya que redirijan a tu página web** (estos enlaces se conocen normalmente como *backlink* o retroenlaces), **mejor posicionamiento tendrá**. Descubre cinco maneras de obtener retroenlaces.

- **La calidad (una vez más) para que se comparta más**

Como ya hemos dicho en varias ocasiones, es fundamental tener un contenido de calidad. **Si el contenido de tu web es interesante e inédito**, hay muchas más posibilidades de que los usuarios, blogueros, tuiteros y otros redactores web compartan tu contenido mediante hipervínculos.

- **Comparte en las redes sociales**

Para tener enlaces que redirijan a tu web, puedes comenzar por **compartir tú mismo el contenido en tus redes sociales**. Pero cuidado: no se trata de hacer spam en la red y bombardear con enlaces a tus páginas web. Google sanciona el spam y tu web podría bajar de categoría. La estrategia es la contraria; tu comunicación en las redes sociales debe ser auténtica y adaptada a tu objetivo.

Piensa cómo promocionar tu página web e-commerce y cómo conseguir un compromiso con tus clientes mediante Facebook Twitter, Pinterest y/o Google+. Teniendo esto en cuenta, es muy recomendable enlazar directamente tu tienda online a tus redes sociales para que tus visitantes puedan compartir tus páginas de productos en las redes sociales. Para ello, dirígete a la pestaña de **Marketing** y después **Redes sociales**.

- **Los blogs y los foros, influencias esenciales de visibilidad y reputación online**

Para favorecer un buen posicionamiento de tu web e-commerce, te sugerimos integrar un **blog** y/o foro en tu tienda. Esto te permite **dialogar con tus clientes** y crear enlaces a tu tienda online. Pero ten en cuenta que un blog o un foro no es una herramienta de publicidad encubierta: no es el lugar idóneo para promocionar tus productos. Publica de manera habitual nuevos contenidos que podrían interesar a tus visitantes y reúne a los **usuarios** en torno a los temas que prefieras. Por ejemplo, si vendes productos de alimentación ecológicos, un blog y/o foro en el que mantienes un compromiso con tus visitantes y debates sobre alimentación y salud es una herramienta excelente sobre la que apoyarse para dar valor a tu web e-commerce.

- **Los enlaces internos son muy útiles**

Por último, también hay que saber que se pueden **crear enlaces entre tus propias páginas**. Si tus enlaces son relevantes y están justificados, el posicionamiento de tu web solo puede ir a mejor. Tus páginas estarán relacionadas entre sí, tus usuarios podrán navegar cómodamente y Google dará una mejor ubicación a tu contenido en los resultados de búsqueda.

- **Venta cruzada para generar enlaces entre tus productos**

La venta cruzada, también conocida como **venta adicional** o **cross-selling**, consiste en proponer a tus clientes la compra de un producto complementario o alternativo. Si activas la venta cruzada en tu tienda, favoreces la generación de enlaces internos entre tus productos, y esto solo se puede traducir en un posicionamiento natural mejorado y más ventas. Consulta [aquí](#) los distintos artículos sobre la venta cruzada en tu tienda online.

3. Utilizar palabras y expresiones clave

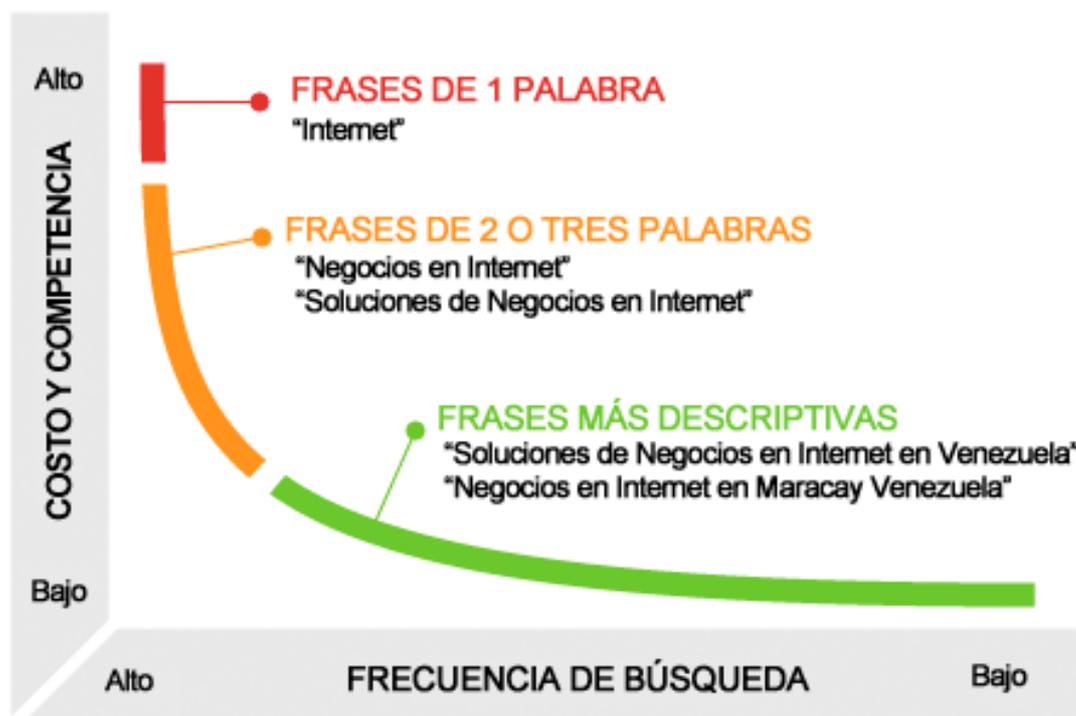
Cuando las páginas web se analizan y evalúan, se descifra cada frase y cada palabra para establecer las palabras clave más presentes en una url específica. Por ello es recomendable reflexionar sobre las palabras clave relacionadas con tu sector de actividad. **Haz una lista de estas palabras clave y busca sinónimos**. También hay que meditar sobre el principio de *long-tail*, es decir, **palabras clave nicho menos populares pero con las que puedes ser muy visible**.

- **¿Qué palabra clave es la adecuada?**

No escojas palabras clave demasiado técnicas ya que los usuarios suelen utilizar palabras «comunes» cuando realizan búsquedas. Tus palabras clave deben estar adaptadas a tu objetivo.

Una buena palabra clave debe poder generar tráfico en tu web, tener poca competencia y ser relevante para que te aporte visitantes de calidad con una tasa de conversión probablemente alta. Una buena palabra clave debe ser una expresión clave, es decir, una combinación de 3 o 4 palabras para las que haya poca competencia. Es el principio del *long-tail*. Por lo tanto, debes evitar escoger palabras genéricas e incluir expresiones clave más originales y específicas. 80 % del tráfico se genera por búsquedas largas. Las consultas más cortas, por el contrario, solo generan un 20 % del tráfico.

CONCEPTO DE LARGA COLA EN SEO (LONG TAIL)



www.NegociosEnInternet.com.ve

www.TecnoSoluciones.com

- **Herramientas para encontrar buenas palabras clave**

Existen generadores de palabras clave que te permiten obtener una lista de palabras clave relevantes en relación con la temática de tu tienda.

Google Suggest

Esta herramienta revela las palabras clave que más utilizan los usuarios. Simplemente se trata de escribir una palabra en la barra de búsqueda de Google para hacer aparecer una lista de expresiones construidas a partir de esta palabra.



La búsqueda relacionada Google

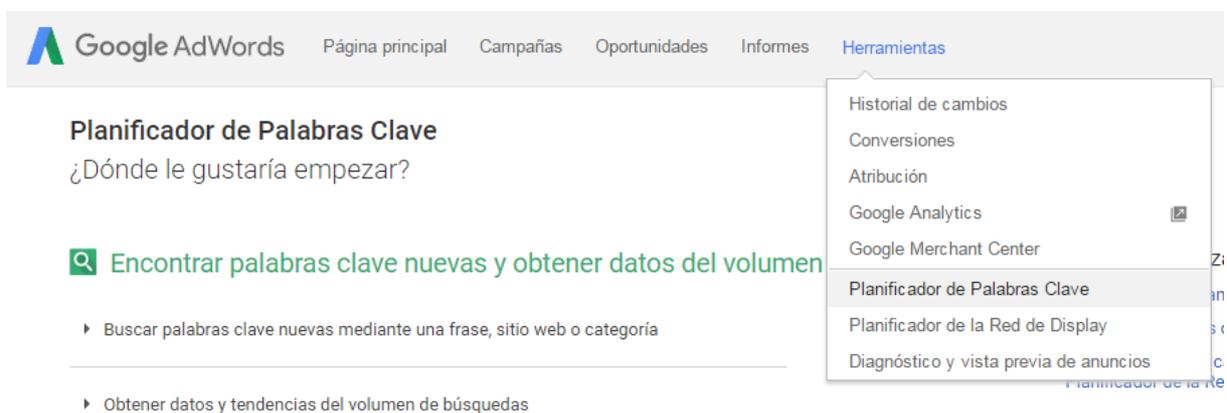
Cuando haces una búsqueda en Google, en la parte inferior de la página se encuentran las búsquedas relacionadas con tu palabra clave. Con ellas podrías completar tu lista de expresiones clave.

Búsquedas relacionadas con pintura negra

- pintura negra **para pared**
- pintura negra **mate**
- pintura negra **pared**
- pintura negra **anticalorica**
- pintura negra **metalizada para coche**
- pintura negra **pizarra**
- pintura negra **mate para metal**
- pintura negra **coche**

La herramienta de planificación de palabras clave, Google Ads

Esta herramienta permite saber cuáles son las palabras y expresiones más buscadas en Google. La guía de Google Ads te ayudará a utilizarlo.



Ubersuggest

Esta herramienta sugiere palabras clave en función de los resultados de Google. Una

lista de expresiones de *long-tail* aparece a partir de una palabra clave genérica.

The image shows a search engine interface. At the top, there is a search bar containing the text 'pintura negra' and a red button labeled 'suggest'. Below the search bar, there are two dropdown menus: 'Web' and 'Spanish / Spain'. A red progress bar at the bottom indicates '100%'. On the right side, there is a list of suggestions under the heading 'Keyword':

- ▼ pintura negra
- ▼ pintura negra mate
- ▼ pintura negra pizarra
- ▼ pintura negra para madera

Posicionamiento

La última etapa te permite saber si puedes posicionarte con las palabras clave que has listado. Para ello, escribe la posible palabra clave en Google y mira el número de resultados:

- **Menos de 20 000 resultados:** esta palabra clave tiene poca competencia y puedes plantearte la posibilidad de posicionarte con esta palabra clave. Deberías ser capaz de obtener un resultado satisfactorio bastante rápido.
- **Entre 20 000 y 200 000 resultados:** esta palabra clave tiene competencia. Incluso si puedes posicionarte con esta palabra, los resultados se verán más bien a largo plazo.
- **Más de 200 000 resultados:** esta palabra clave tiene mucha competencia. Posicionarse utilizando esta palabra será una pérdida de tiempo porque no conseguirás ningún resultado satisfactorio.

4. Formato y etiquetas

Cuando escribes un texto para la web, hay algunas reglas técnicas que hay que respetar relacionadas con la composición html de tu contenido. Es preferible **utilizar, sobre todo, títulos, subtítulos, listas, palabras clave en negrita, enlaces...**

Por otro lado, también es importante incluir las etiquetas, es decir, los códigos html, de tu web e-commerce. Están situadas en la parte superior de la página de tu tienda y aportan información complementaria a los motores de búsqueda.

Ropa Colección 2016 - Lo último en Ropa en Zalando

Anuncio www.zalando.es/Ropa ▼

¡100 días para devolver tu compra!

[Ropa de Mujer](#) - [Ropa de Hombre](#) - [Ropa de Niño](#)

Hay tres etiquetas que son muy importantes:

La etiqueta «Title» o «Título»

Cuando un usuario escriba algo en un motor de búsqueda, el título es uno de los elementos que ve en primer lugar, lo que lo convierte en un factor muy importante de posicionamiento. Está limitado a 80 caracteres, con espacios incluidos, y debe ser conciso e informar claramente del tema con ayuda de palabras clave estratégicas.

La etiqueta «Descripción»

Los motores de búsqueda utilizan la etiqueta «Description» en su lista de resultados. La descripción ideal debe tener entre 140 y 200 caracteres con espacios incluidos. Utiliza una palabra clave principal que despierte la curiosidad del lector sobre el tema.

La etiqueta «Palabras clave»

Aunque esta etiqueta ya no se utiliza en los motores de búsqueda, las palabras clave son útiles para el motor de búsqueda interno de tu tienda.

La creación técnica de estas etiquetas se realiza de manera automática en tu tienda. Tú solamente tienes que encargarte de definir el contenido. Para completar las etiquetas principales de tu tienda, ve al menú **Contenido / Categorías**, después **Vista de ficha** y después **General**.



Página de inicio

General Páginas Productos Imágenes Distribución Introducción

Español

Título

RacingColors: Aerografía, aerografos y pintura

Título de la página ⓘ

Cambiar 0 Caracteres

Etiqueta en menú

Aerografía y pintura artística

Palabras clave de búsqueda ⓘ

aerografía, aerografo, pintura, spray, acrilico, acrilica, cromo, pintar, efectos especiales

Resumen para los buscadores ⓘ

Racing Colors, de Aeografía, Pinturas y Efectos Especiales de España. Distribuidores de las principales firmas de aerografía, pinturas de carrocería y consumibles de taller. Enfocados en los acabados de efectos especiales de todo tipo así como en poner a la mano del pequeño consumidor productos de profesional de taller.

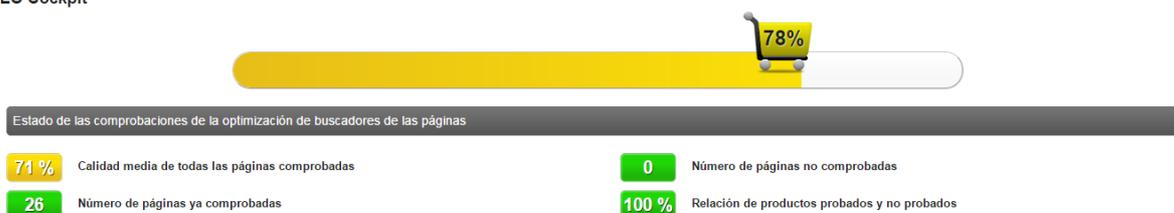
Para optimizar correctamente tu posicionamiento, es necesario incluir los datos de las etiquetas de cada una de las páginas de tu web e-commerce, es decir, en las páginas de categoría y las fichas de producto.

Quando creas una categoría en tu tienda, el nombre escogido también se convierte en el identificador, el título de la página y la URL de tu categoría. Después tienes que redactar una descripción corta para cada categoría utilizando la expresión clave escogida.

5. Verifica el posicionamiento de tu tienda online con SEO cockpit

Gracias a la herramienta SEO Cockpit disponible en tu interfaz de administración, puedes verificar la eficacia de tu posicionamiento natural. Puedes encontrar esta herramienta en el menú **Marketing >> Optimización de buscadores (SEO)**.

En esta sección, SEO Cockpit te da **consejos para optimizar el contenido textual de tu web e-commerce**.



6. Utilizar las herramientas gratuitas de Google para el posicionamiento

La propia esencia del posicionamiento natural es la búsqueda en Google. Por eso es importante utilizar las herramientas que Google pone a tu disposición para darle visibilidad a tu web e-commerce, lo que te permitirá conseguir clientes nuevos y vender más.

- **Google my business**

Ahora mismo, la **red social Google +** y la herramienta **Google Maps** están integradas en la plataforma Google My Business. Hay que pensar en Google + como en una red social dedicada a tu negocio. Por lo tanto, ofrece un **contenido diferente** del que compartes en las otras redes sociales. Es preferible crear una página como autor, es decir, **una página con tu nombre**, y una **página de negocio** con el nombre tu empresa. Ten en mente que cuanto más conocido es un autor, más visibilidad ofrece a su página de negocio.

- **Google Analytics**

La herramienta Google Analytics es muy importante para tu estrategia de posicionamiento ya que te permite **analizar tu audiencia en Internet**. Puedes configurar tu cuenta Google Analytics directamente desde la interfaz de administración con este [artículo](#).

De manera general, Google Analytics te da acceso a una gran cantidad de estadísticas de los visitantes de tu tienda online que debes utilizar para optimizar **tu web e-commerce y vender más**.

- **Google shopping**

Google Shopping es la última herramienta desarrollada por Google para **posicionar tus productos** directamente en el motor de búsqueda y ayudarte a vender online. Cuando los usuarios hacen clic sobre tus productos, serán redirigidos a tu página web o podrán comprar los artículos que les interesan.

Google Shopping es un **servicio monetizado** que funciona de la misma forma que Google Ads, es decir, campañas publicitarias de pago. Con Google Shopping, solo pagas por los anuncios con los que se interactúa. De esta manera, Google solo te cobra **cuando un cliente se dirige a tu tienda**.

Para ofrecer tu catálogo de productos en Google Shopping, es necesario crear un archivo que contenga los datos claves de tus productos (fotografía, nombre de producto, descripción, precio, existencias, gastos de envío, etc.). **Tu web e-commerce** dispone de una funcionalidad para **crear este flujo de datos de**

manera automática y ahorrarte tiempo. Es importante que las descripciones de los productos sean ricas, detalladas y que contenga palabras clave relevantes. Se recomienda especialmente una disposición precisa de algunos elementos como **la marca, el estilo y el color de tus productos**. Por último, los títulos de los productos deben tener **menos de 70 caracteres** si quieres que se muestren de manera óptima.

- **YouTube**

Puedes integrar un vídeo de YouTube en tu tienda e-commerce de manera sencilla. Los usuarios valoran los contenidos interactivos y el posicionamiento de videos funciona como cualquier otro contenido de tu página web.

Conclusión

Como has podido comprobar, la redacción web y los métodos de posicionamiento SEO no son aleatorios. Más bien lo contrario: con un poco de sentido común, un trabajo de búsqueda de palabras clave y las ganas de redactar un contenido original, único y de calidad, tus páginas web escalarán rápido en los resultados de búsqueda de Google. Por otra parte, conviene saber que además de las herramientas y métodos de posicionamiento natural, es posible disponer de herramientas de posicionamiento de pago, también llamadas SEA (Search Engine Advertising). El SEA permite hacer aparecer enlaces de patrocinio bien posicionados en los motores de búsqueda. Cada clic sobre un enlace que lleve a tu tienda tiene un coste que tú tienes que pagar. Teniendo esto en cuenta, las herramientas Google Ads, Google Shopping y Google retargeting pueden favorecer tu visibilidad online.

Sobre el autor

Stéphanie Rivier es la fundadora de la tienda online Mille et une feuilles. Esta tienda inició su actividad en 2006 ofreciendo una amplia variedad de papel, papel creativo y cuadernos de notas. Aprendió muy pronto a dominar y optimizar el SEO de su tienda y se convirtió en la web mejor posicionada de su segmento. Hoy en día Stéphanie Rivier también imparte formación en técnicas de SEO. Para ello creó la web Mes Ateliers SEO.

Los valores de la transmisión y de compartir son los que la mueven a hacernos parte de su experiencia como vendedora e-commerce. Comparte contigo sus ideas, su análisis y su experiencia diaria en la plataforma.

Primeros pasos: Gestión de pedidos

Una vez que hayas configurado, abierto y dado a conocer tu tienda, los primeros pedidos no tardarán en llegar. En el menú **Pedidos**, encontrarás todo lo que necesitas para la procesarlos.

En la primera opción del menú **Bandeja de entrada**, encontrarás todos los pedidos que acaban de llegar y que todavía no han sido procesados.

Para consultar los detalles de un pedido, haz clic en el **Número de pedido** correspondiente. Utiliza la opción **Estado** para hacer el seguimiento del estado de un pedido. En la pestaña **Documentos**, podrás crear una factura o un albarán en tan solo unos clics. Por último, en la opción del menú **Pedidos**, puedes ver un resumen de todos los pedidos que han llegado (nuevos y antiguos). Aquí, puedes utilizar la función de búsqueda para encontrar rápidamente un pedido concreto.

Si para el envío necesitas recurrir a un proveedor de servicios de logística como por ejemplo, SEUR, puedes gestionar los pedidos correspondientes en la opción del menú **Entregas**.

Desde la opción **Transacciones del menú**, puedes controlar los pagos a través de proveedores como PayPal o Servired. Por último en la opción del menú **Opciones del documento de pedido**, puedes editar las plantillas para facturas y albaranes. Esta es una opción muy útil ya que le permite personalizar las facturas con el logo y marca e imagen de su empresa.

Cómo crear un pedido manualmente

A veces es preciso crear un pedido manualmente, por ejemplo si alguien lo realiza por teléfono.

Cómo crear un pedido manualmente

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Clientes** y, a continuación, haz clic en **Clientes**.
2. En la tabla de número de cliente, selecciona el cliente para el que deseas crear un pedido.
3. Haz clic en **Pedidos**.
4. Al final de la tabla, elige **Crear y administrar nuevo pedido**.
5. Introduce todos los detalles del pedido. Más abajo, selecciona los productos que desees incluir en el pedido con el botón **Asignar productos**.
6. Es posible que durante el proceso tengas que actualizar el pedido con el botón **Actualizar**.
7. Cuando hayas acabado de añadir productos, haz clic en **Aplicar**.

El pedido ya se ha creado. Envía la confirmación al cliente por correo electrónico mediante el enlace **Enviar correo de confirmación de pedido**.

Cómo exportar pedidos

Puedes exportar pedidos de tu tienda online. Te puede interesar, por ejemplo, para procesarlos en el sistema de planificación de recursos de tu empresa.

Cómo exportar pedidos

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Pedidos** y, a continuación, haz clic en **Pedidos**.
2. La tabla contiene un resumen de todos los pedidos. Si fuera necesario, utiliza la opción de búsqueda para localizar los pedidos deseados. A continuación, en la primera columna de la tabla, selecciona todos los pedidos que desees exportar.
3. Haz clic en la parte inferior del botón **Exportar**.
4. Elige si deseas que los pedidos se exporten como archivos XML o como archivos de texto. En general, los sistemas de planificación de recursos empresariales requieren archivos XML. La exportación como archivo de texto suele reservarse para transferir datos a un sistema de procesamiento de textos.
5. Cuando veas el cuadro de diálogo, guarda el archivo en el ordenador.

Dónde consultar los comentarios de los clientes sobre los pedidos

Cuando los clientes hacen un pedido en tu tienda, pueden enviar comentarios relativos al pedido y a la entrega. Esta opción les permite comunicarte si tienen alguna solicitud en particular al respecto.

En el listado de pedidos en el área de administración, en **Pedidos >> Bandeja de entrada**, comprobarás que los pedidos que incluyen comentarios del cliente

aparecen marcados con el icono . Sitúa el cursor sobre el icono para ver el comentario del cliente.

Si abres uno de los pedidos haciendo clic en su número de pedido en la tabla, también encontrarás el comentario del cliente en el campo **Comentarios del pedido y la entrega**. Tú también tienes la opción de introducir información para el cliente en este campo.

Cómo se procesan los pedidos con productos personalizados

Puedes ofrecer productos personalizados a tus clientes como camisetas estampadas con una imagen diseñada por el propio cliente.

Cómo se procesan los pedidos que incluyen productos personalizados

1. En el menú principal del área de administración, dirígete a **Pedidos** y, a continuación, haz clic en **Pedidos**.
2. En la tabla, escoge el número del pedido que deseas modificar.
3. Si el cliente ha personalizado uno de los productos, hallarás más información sobre la personalización en la parte inferior, en el resumen del pedido.
 - Si el cliente ha incluido texto en la personalización, verás el icono . Desplaza el cursor por encima del icono para ver únicamente la información más relevante sobre la personalización.
 - Haz clic en el icono  para descargar un documento PDF con todos los detalles de la personalización.
 - Haz clic en el icono  para enviar los detalles de la personalización en un archivo PDF al destinatario que tú decidas. El destinatario recibirá un mensaje por correo electrónico con el documento PDF adjunto. Si el cliente ha cargado imágenes, estas se adjuntarán al mensaje de correo electrónico. Si, por ejemplo, un proveedor externo se ocupa de personalizar el producto que ofreces, puedes enviarle los detalles relativos a la personalización de este modo.



Ten en cuenta que la información relativa al tamaño de los textos y las imágenes especificada por el cliente puede no ser correcta o exacta. Si, por ejemplo, el cliente ha seleccionado un cuerpo de letra de 12 puntos, ello no significa que tú tengas que seleccionar un cuerpo de letra de 12 puntos a la hora de estampar el producto. Puedes utilizar la vista previa personalizada por el cliente a modo de guía para el producto final.

Qué es el estado de un pedido y cómo usar esta función

Para hacer más sencilla la tarea de editar pedidos, puedes definir un estado diferente para cada pedido. Por ejemplo, puedes determinar muy fácilmente qué pedidos has enviado y en cuáles ya has recibido el pago.

¿Cuáles son los distintos estados de pedido?

Los siguientes estados están disponibles:

Estado del pedido	Descripción
Visto	Has abierto este pedido en administración. Lee la sección "Una función especial: el estado del pedido Visto ".
Rechazado	Has rechazado el pedido y se ha cancelado. El número de existencias se ajusta automáticamente para los productos relevantes.
En proceso	Has empezado a editar el pedido.
Pendiente	Has pausado la edición del pedido.
Listo para expedición	El pedido está listo, pero todavía no se ha enviado.
Parcialmente enviado	Algunas partes del pedido se han enviado al cliente pero otras todavía no.
Enviado	Has enviado el pedido completo al cliente.
Entregado	La entrega se ha completado.
Parcialmente facturado	Has facturado parcialmente al cliente.
Facturado	Has facturado al cliente.
Parcialmente pagado	El cliente ha pagado la factura parcialmente.
Pagado	El cliente ha pagado la factura.
Devuelto	El cliente ha devuelto el pedido.
Cerrado	El pedido se ha completado.
Archivado	El pedido se ha completado y se archivará.

Una función especial: el estado del pedido “Visto”

El estado del pedido **Visto** tiene un papel especial:

- se aplica automáticamente para cada pedido en cuanto se abre.
- En la sección **Pedidos >> Bandeja de entrada** solo se muestran los pedidos que no están marcados como **Visto**.
- El número de pedido de un pedido que todavía no se ha marcado como **Visto** se muestra en negrita en la tabla de la página **Pedidos >> Pedidos**.

¿Cómo gestionar un estado de pedido?

1. En el menú principal del área de administración, selecciona **Pedidos** y, después, **Bandeja de entrada** (para ver los pedidos nuevos solamente) o **Pedidos** (para ver todos los pedidos).

2. La tabla muestra una lista de todos los pedidos. La columna **Estado** ofrece un resumen inicial de los estados de pedido más importantes:

Icono	Descripción
	En proceso
	Pendiente
	Pendiente de facturación
	Parcialmente facturado
	Facturado
	Pendiente de pago
	Parcialmente pagado
	Pagado
	Pendiente de envío
	Listo para expedición
	Parcialmente enviado
	Enviado
	Devuelto
	Entregado
	Pendiente de cierre
	Cerrado
	Rechazado

Icono



Descripción

Archivado

Si mueves el cursor sobre uno de los símbolos, verás la fecha y la hora en la que se aplicó el estado.

3. Para editar el estado de un pedido, selecciona el número de pedido.
4. Puedes cambiar directamente el estado de un pedido sin editar el propio pedido. En la parte superior de la página podrás ver los diferentes estados que puedes aplicar usando las casillas. En cuanto marques algo, se insertarán la hora y la fecha actuales. Podrás volver atrás para ver la edición concreta que has realizado.
5. Cuando hayas especificado el estado actual de pedido, guarda los datos.



Puedes configurar la tienda de forma que tus clientes reciban automáticamente un correo electrónico cuando se establezca un estado de pedido determinado. Por ejemplo, tu cliente recibirá un correo electrónico cuando el pedido se marque como **Enviado**.

Los correos electrónicos que se envían automáticamente cuando se establece un estado de pedido pueden incluir, opcionalmente, una factura y/o información sobre el derecho de retirada como archivo PDF.

No se pueden editar los pedidos que tengan el estado **Rechazado**, **Cerrado** o **Archivado**.

Solo se pueden eliminar los pedidos que tengan el estado **Rechazado**, **Cerrado** o **Archivado**.

Los clientes registrados pueden ver el estado de sus pedidos en la tienda online en "Mi cuenta". Verán el estado del pedido establecido más reciente.



En el resumen de pedidos (en **Pedidos >> Bandeja de entrada** y **Pedidos >> Pedidos**), puedes hacer una búsqueda filtrada de pedidos con un determinado estado. Para realizar este paso, emplea la búsqueda avanzada.

Si desea filtrar sus pedidos por estado, por ejemplo, por pedidos no pagados, seleccione el filtro "Estado", "Pagado" y, a continuación, "No". Sólo se mostrarán los pedidos que aún no hayan sido pagados. Por otro lado, una selección de "sí" le mostrará todos los pedidos que ya han sido pagados. La filtración por otros estados funciona según el mismo principio.

El sistema de tu tienda no comprueba si el estado individual de un pedido tiene sentido. Por ejemplo, puedes ponerle a un pedido los estados **Rechazado** y **Enviado**, o **Parcialmente facturado** y

Cómo trabajar con facturas

Puedes generar facturas para cada pedido y después enviarlas por correo electrónico, imprimirlas o guardarlas.

Cómo generar una factura para un pedido específico

1. En el área de administración, selecciona **Pedidos** en el menú principal y, luego, **Bandeja de entrada** (para ver solo los nuevos pedidos) o **Pedidos** (para ver todos los pedidos).
2. En la tabla verás la lista de los pedidos. Selecciona el número de pedido («Nº. de pedido») del pedido para el que quieres generar la factura.
3. Selecciona **Documentos**. Si el pedido está en el modo editar, el enlace no estará disponible. Si este es el caso, selecciona **Cancelar** en la parte inferior de la página para salir del modo editar.
4. En la tabla verás un resumen de todos los documentos relacionados con los pedidos creados hasta ahora para un pedido. Haz clic en la parte inferior del botón **Añadir** y, a continuación, selecciona **Factura**.

La factura se ha generado.

Cómo generar facturas para varios pedidos a la vez

1. En el área de administración, selecciona **Pedidos** en el menú principal y, luego, **Bandeja de entrada** (para ver solo los nuevos pedidos) o **Pedidos** (para ver todos los pedidos).
2. En la tabla verás una lista de los pedidos. En la columna de la izquierda, selecciona todas los pedidos para los que quieres generar las facturas.
3. Selecciona **Generar documentos**.
4. Aquí puedes decidir si quieres imprimir también los documentos, seleccionar el tipo de documento que quieres generar e introducir ajustes adicionales.
5. Selecciona **Crear**.

Los documentos se han generado.

Cómo editar una factura, descargarla como un documento PDF o imprimirla

1. En el área de administración, selecciona **Pedidos** en el menú principal y, luego, **Bandeja de entrada** (para ver solo los nuevos pedidos) o **Pedidos** (para ver todos los pedidos).
2. En la tabla verás la lista de los pedidos. Selecciona el número de pedido («Nº. de pedido») del pedido que quieres editar.
3. Selecciona **Documentos**. Si el pedido está en el modo editar, el enlace no estará disponible. Si este es el caso, selecciona **Cancelar** en la parte inferior de la página para salir del modo editar.
4. En la tabla verás un resumen de todos los documentos relacionados con los pedidos creados hasta ahora para un pedido. Las siguientes opciones están disponibles:

Opciones	Descripción
Editar factura	En la tabla, selecciona una factura, editala y guarda los cambios.
Mostrar vista de impresión	¿Quieres hacer cambios que afecten a todas las facturas? En la parte derecha de la tabla, selecciona el símbolo  en la columna Comandos . Se abrirá una nueva ventana con la vista de impresión. Selecciona Imprimir para imprimir la factura. En la impresión, podrían aparecer encabezamientos y pies de página superpuestos al contenido. De forma alterativa, puedes descargar la factura como archivo PDF e imprimirla posteriormente.
Descargar como archivo PDF	En la parte derecha de la tabla, selecciona el símbolo  en la columna Comandos . Puedes abrir la factura como un archivo PDF o descargarla en tu ordenador.
Enviar como archivo PDF	En la parte derecha de la tabla, selecciona el símbolo  en la columna Comandos . Aquí puedes introducir el(los) destinatario(s), el asunto y el texto del correo electrónico. A continuación, haz clic en Enviar .



Dentro del área de administración, si quieres guardar un documento relacionado con un pedido de forma que esté protegido y no se pueda modificar, puedes abrirlo y seleccionar el botón **Finalizar** en la parte inferior de la página. El documento se puede ver e imprimir pero ya no se podrá editar ni borrar. Si quieres realizar una corrección o añadir algo más, debes crear un documento nuevo.

La dirección que introduzcas en el área de administración se usará como dirección del remitente en los documentos relacionados con los pedidos.

Si compruebas el estado de los pedidos, verás un resumen en el que te indicamos los pedidos que están ya facturados y los que no.

Si eliminas productos pedidos o cambias el pedido en una factura, solo afectará al propio documento y no al pedido o al número de existencias.

Si modificas un pedido, estos cambios no afectarán a los documentos que ya hayas creado.

Cualquier comentario existente sobre el método de pago se incluirá solo en las impresiones si marcaste el estado de pago como *Pagado*.

¿Cómo se descargan las facturas en formato de archivo PDF?

Las facturas se pueden descargar como archivo PDF. Esta función resulta útil, por ejemplo, cuando se elimina un cliente y se eliminan asimismo sus pedidos y facturas. Los archivos PDF permiten mantener un registro de dichas facturas.

Cómo descargar las facturas en formato de archivo PDF

1. Dentro del área de administración, en el menú principal, selecciona **Pedidos** y después **Pedidos**.
2. Selecciona un pedido.
3. Selecciona **Documentos**.
4. Selecciona una factura.
5. Selecciona **Descargar como archivo PDF**.