

Manual del usuario
de
Creación y administración
de
Sitios web y tiendas
- Versión 6 -

Índice

1.	Introducción.....	11
	Requisitos previos	11
	Acerca de este manual.....	11
2.	Inicio rápido / Lista de tareas	13
3.	Primeros pasos	17
	Distribución general de la página	17
	Navegación por la administración	17
	Área de trabajo.....	18
	Barra lateral	18
	Bandeja	18
	Historial.....	19
	Favoritos	19
	Secciones	19
	Ayuda	20
	Botón activo "Guardar"	20
	Vistas del sitio web	20
	Tablas.....	20
	Añadir registros.....	21
	Edición de registros.....	21
	Eliminación de registros	21
	Selección en tablas	21
	Procesos por lotes en tablas	22
	Clasificación mediante claves de clasificación.....	22
	Buscar	22
	Dependencia del idioma	22
	Opciones predeterminadas	23
	Visibilidad	23
	Tipos de atributo	24
	Uso de texto con selección de valor.....	25
	Uso de las opciones	26
	Trabajar en los campos de texto.....	27
	Editor WYSIWYG.....	27
	Insertar y editar imágenes.....	27
	Insertar y editar Apps y canales RSS	28
	Contenido de página RSS.....	28
	Insertar enlace / Quitar enlace	28
	Insertar anclaje	29
	Cargar imágenes.....	29
	Selector de color	29
	Administración de archivos.....	30
	Importar y exportar	31
	Exportar	31
	Archivo de importación.....	32
	Editar archivos CSV con Microsoft Excel.....	33
	URL breve.....	33
	Creación de una URL breve para todas las páginas.....	33
4.	Datos del administrador	35

Pregunta de seguridad para acciones de eliminación	35
5. Opciones	37
Opciones generales	37
General	37
Presentación	37
Estado	37
Opciones avanzadas.....	37
Caché de página.....	37
Utilización.....	38
Dirección	39
Horario comercial	39
Administración de usuarios.....	39
Usuarios	39
Detalles de usuario – Datos de identificación	39
Detalles de usuario – Mensajes	40
Detalles de usuario – Newsletters	40
Grupos de usuarios	40
Registro	40
Identificación	41
Administradores.....	41
Detalles de administrador – Datos de identificación	41
Detalles de administrador – Mensajes.....	41
Cálculo de impuestos	42
Matriz fiscal	42
Zonas fiscales	42
Asignación a países.....	42
Tipos fiscales	43
Modelo fiscal	43
Entrega	43
Formas de entrega	44
Propiedades generales de las formas de entrega	44
Formas de entrega con límite de exención	45
Forma de entrega <i>Total de la cesta de la compra</i>	45
Forma de entrega <i>Peso de los productos de la cesta de la compra</i>	45
Forma de entrega <i>Número de productos en la cesta de la compra</i>	46
Forma de envío DHL.....	46
Entrega con SEUR	47
Dependencias	47
Opciones de entrega.....	48
Opciones de entrega: Detalles - generales	48
Opciones de entrega: Detalles - Selección	48
Pago	48
Formas de pago.....	48
Propiedades generales de las formas de pago	49
Forma de pago con tarjeta de crédito, manual.....	50
Pago aplazado.....	50
Opciones del país.....	51
Idiomas.....	52
Monedas.....	52
Caso especial: francos suizos	53
Países.....	53

Regiones.....	53
Regiones - Detalles - General	54
Eventos de correo electrónico	54
Opciones de la cesta de la compra	55
Cesta de la compra	55
Textos.....	55
Registro	56
Opciones de producto.....	56
General	56
Disponibilidad	56
Venta cruzada automática	57
Textos.....	57
Comparación de productos	58
Listas de la compra	58
Opciones de búsqueda	58
Búsqueda con filtro	58
Estadísticas de la búsqueda	59
Opciones de eBay.....	59
Opciones generales	60
Cuentas de eBay.....	60
Cuentas de eBay - Detalles.....	60
Plantillas	61
Opciones de documentos de pedido.....	61
Textos.....	62
Facturas en correos electrónicos	62
6. Productos	63
Crear un nuevo producto.....	63
Crear un nuevo producto único.....	64
Crear un producto con variantes.....	64
Crear una agrupación de productos	64
Productos agrupados.....	65
Importación y exportación de agrupaciones de productos	65
Notas sobre agrupaciones	66
Crear un producto descargable.....	66
Descargas	67
Creación de un producto personalizable.....	67
Detalles del producto – General	68
Precio comparativo.....	68
Unidad de referencia	68
Descripción.....	68
Existencias y periodo de entrega	68
Detalles de la entrega.....	69
Atributos.....	69
Detalles del producto – Imágenes	69
Detalles del producto - Categorías.....	71
Detalles del producto - Variantes	72
Asistente de variantes	72
Ampliar una variante mediante el asistente de variantes de producto	74
Detalles del producto - Personalización	74
Detalles del producto - Precios.....	75
Descuento por volumen	75

	Descuento por valor.....	77
	Cálculo de descuentos para tipos de producto.....	77
	Detalles del producto – Venta cruzada	77
	Importar y exportar	78
	Variantes de producto y venta cruzada	78
	Detalles del producto - Portales	79
	Portales de producto	79
	eBay	79
	Tipos de producto.....	79
	Importar y exportar	80
	Detalles del tipo de producto	80
	Atributos.....	80
	Distribución	80
	Listas de precios	81
	Listas de precios – Opciones avanzadas	81
	Detalles de la lista de precios	82
	Descuento de la cesta de la compra	82
	Reseñas de productos	82
	Importación y exportación.....	83
	Búsqueda de productos en el área de administración	84
7.	Clientes	85
	Detalles del cliente – General	85
	Detalles del cliente - Datos del usuario.....	86
	Sincronización de datos.....	87
	Detalles del cliente - Pedidos	87
	Detalles del cliente - Newsletter	87
	Grupos de clientes.....	88
	Atributos del cliente	88
	Importar y exportar	88
8.	Contenido / Categorías	91
	Vista previa de contenido	91
	Barra multifunción y contenido	92
	Modo de página	92
	Grupo de funciones <i>Comandos</i>	92
	Grupo de funciones <i>Distribución</i>	92
	Grupo de funciones <i>Idioma</i>	93
	Modo de edición.....	93
	Vista de ficha	93
	General.....	93
	Contenido	94
	Productos	95
	Imágenes	95
	Distribución	95
	Crear nuevas páginas	96
	Tipos de página.....	96
	Página de inicio.....	97
	Página / Categoría.....	97
	Página de contenido	97
	Enlace.....	98
	Productos en promoción	98
	Información de contacto	98

	Condiciones generales.....	99
	Derecho de retirada	99
	Política de privacidad	99
	Horario comercial	100
	Mapa del sitio	100
	Foro	100
	Temas – Detalles	101
	Blog.....	101
	Mensajes – Detalles	101
	Libro de visitas.....	101
	Galería de imágenes	102
	Imágenes	102
	Búsqueda de imágenes	103
	Importar y exportar	103
9.	Sistema de reservas	105
	Servicios	105
	Detalles del servicio	106
	Detalles del servicio - Opciones del cliente.....	106
	Reservas	107
	Reservas	109
	Detalles de la reserva	109
10.	Diseño	111
	Fundamentos de diseño.....	111
	Edición del diseño	114
	Barra multifunción y contenido	115
	Vista de página en el explorador	115
	Grupo de funciones <i>Área</i>	115
	Grupo de funciones <i>Anchura y relleno</i>	115
	Grupo de funciones <i>Áreas de página</i>	116
	Grupo de funciones <i>Conjunto de iconos</i>	116
	Áreas horizontales.....	116
	Grupo de funciones <i>Área</i>	116
	Grupo de funciones <i>Tipo de letra</i>	116
	Grupo de funciones <i>Elementos de página</i>	116
	Botón (activo) / Botón (activo) Imagen derecha	116
	Cuadro.....	117
	Áreas verticales.....	118
	Grupo de funciones <i>Área</i>	118
	Grupo de funciones <i>Tipo de letra</i>	118
	Grupo de funciones <i>Elementos de página</i>	118
	Área de contenido	118
	Grupo de funciones <i>Área</i>	118
	Grupo de funciones <i>Tipo de letra</i>	119
	Grupo de funciones <i>Vista</i>	119
	Elementos de página y navegación	119
	Elementos de página definidos por el usuario.....	121
	Estilos propios	121
	Plantillas.....	123
	Diseño rápido.....	123
11.	Pedidos	125
	Pedidos - Detalles	125
	Modo de edición.....	126
	Documentos.....	127

Detalles del documento	127
Albarán de UPS	128
Preparación.....	128
Creación del número de seguimiento de UPS	128
Activación del seguimiento de pedidos	129
Seguimiento de pedidos en la tienda	129
Transacciones de WorldPay.....	129
12. Marketing	131
Campañas de newsletter.....	131
Crear una campaña de newsletters.....	131
Campañas de newsletters - Detalles - General.....	132
Campañas de newsletters – Detalles – Destinatarios	132
Suscripción del sitio web	133
Newsletters	133
Detalles de la newsletter - General	134
Datos de listas de correo	134
Diseño	134
Contenido	134
Creación del contenido de la newsletter	135
Envío de la newsletter.....	135
Detalles de la newsletter – Destinatarios.....	135
Cupones.....	135
Cupones - General	136
Cupones - Validez.....	136
Cupones - Códigos de cupones	136
Notas.....	137
Crear cupones	137
Uso de cupones en las newsletter	137
Recomendaciones de producto	138
Consulta sobre	138
Estadísticas de etracker.....	138
General.....	139
Crear cuenta de etracker	139
Datos de registro	139
Informes de buscadores.....	140
Páginas.....	140
Google Analytics.....	140
Portales de producto	140
Opciones generales	141
Lista de productos y exportación.....	142
Informes de etracker.....	142
Amazon.....	143
Detalles de la oferta	143
PriceMinister	144
Detalles de la oferta	144
Portales propios	145
Redes sociales	145
Cómo conectar su sitio web a Facebook.....	145
Cómo utilizar otros marcadores sociales para su sitio web	146
Google AdWords.....	146
Trusted ShopsCertificación	146
eBay	147
Artículos	147

	Opciones de artículos / Asistente de eBay	149
	Título	149
	Categoría	149
	Detalles	150
	Distribución	150
	Entrega	150
	Pago	151
	Verificación	151
	Valores predeterminados	151
	Pedidos	151
13.	Glosario	153
14.	Índice	157

1. Introducción

Requisitos previos

El programa está basado en un explorador. La administración funcionará con los exploradores siguientes:

- Internet Explorer 9 o superior (Es necesario instalar el complemento Google Chrome Frame para la administración del sitio web. Cuando se accede al sitio, en pantalla aparece un mensaje)
- Mozilla Firefox posterior a la versión 4
- Safari 5
- Chrome 5

Para tareas administrativas, el programa requiere una resolución de pantalla de 1.024 x 786 píxeles, y una profundidad de color de al menos 65.000 colores. Para ciertos idiomas (español, francés, catalán, ruso, portugués), las páginas de la administración sólo se ven correctamente con una resolución de 1280 x 1024.

Para poder utilizar todas las funciones de la aplicación, tiene que habilitar lo siguiente en su explorador:

- JavaScript
- Cookies de sesión
- Ventanas emergentes
- Contenido Flash

Acerca de este manual

Este manual explica los fundamentos y muestra funciones y metodologías.

Se explican todos los fundamentos necesarios para utilizar la aplicación con eficacia.

El manual no proporciona una explicación completa de todas las funciones. Se trata de un complemento a la información disponible en las páginas de administración, y deben leerse conjuntamente. No se explican aquí aquellas funciones que son muy claras o para las que ya aparece toda la información importante en la página.

Sólo las funciones y procesos que son complejos y que no contienen toda la información en la interfaz de usuario tienen información y notas adicionales en la ayuda.

El siguiente método multipaso le ayudará a conocer las distintas funciones:

1. Primero, busque el uso intuitivo y el significado de los campos y la información.
2. Lea la información del cuadro azul en el lateral de la página. (Por ejemplo, sobre cómo configurar una forma de pago)
3. Lea la información breve sobre los campos que no queden claros. Esa información breve se indica con un símbolo tras el campo correspondiente.
4. Lea los consejos y trucos que se muestran para ciertas funciones.
5. Consulte los temas relacionados que comentan las conexiones.
6. Abra la ayuda en línea.

Encontrará información adicional en el blog de usuarios y en los tutoriales de vídeo a los que puede acceder en el MBO. Verá los enlaces correspondientes en el área de Ayuda de cada página.

2. Inicio rápido / Lista de tareas

Una vez realizados dichos pasos, en principio el sitio web está listo para su uso. No obstante, hay muchas otras opciones para optimizar el sitio web con respecto a sus propias necesidades.

Una vez completados los pasos siguientes, su sitio web estará listo para su uso:

1. *Identificación*
2. *Ejecutar el Asistente de configuración*
3. *Comprobar el sitio/páginas*
4. *Comprobar/colocar los principales elementos de página*
5. *Modificar el diseño*
6. *Crear productos*
7. *Comprobar opciones importantes del sistema*
8. *Probar el sitio*

1. Identificación

Su proveedor le ofrecerá detalles sobre cómo acceder a la sección de Administración de su sitio web. Identifíquese en la sección de Administración con el nombre de usuario/dirección de correo electrónico y la contraseña. Esta información le tiene que haber sido enviada, o bien la ha definido ya usted durante el establecimiento del sitio web.

¡Atención! Tras ejecutar el Asistente de configuración, lo primero que debe hacer es modificar su contraseña para que ninguna persona no autorizada pueda utilizar el sistema. Consulte los *Datos del administrador*, en la *página 35*.

2. Ejecutar el Asistente de configuración

La primera vez que se identifique, el Asistente de configuración le guiará automáticamente por los pasos iniciales. El asistente le ayudará a configurar las opciones principales de su sitio.

3. Comprobar el sitio/páginas

El tema del sitio seleccionado en el Asistente de configuración determina la estructura básica de su sitio web. Para ver esta estructura, seleccione **Contenido / Categorías » Vista previa de contenido**.

Esta vista previa le permite verificar que las páginas principales con las que quiere lanzar el sitio están bien publicadas. En este paso, puede añadir, eliminar o mover páginas. Compruebe el contenido de cada página y actualícelo según sea necesario. Encontrará información más detallada al respecto en la sección *Contenido*, en la *página 91*, y sig.

El aspecto más importante de esta fase del proceso de configuración es que compruebe la adecuación a sus requisitos del contenido de la muestra existente, y que introduzca las modificaciones necesarias.

4. Comprobar/colocar los principales elementos de página

Los elementos de página representan la funcionalidad de las páginas web; son el medio por el que sus clientes pueden utilizar las diversas funciones y explorar su sitio. Estos elementos de página incluyen, por ejemplo:

- Enlace a las Condiciones generales y la Política de privacidad
- El árbol de categorías, o una lista de categorías que proporciona acceso a categorías de productos y productos concretos
- La función de Búsqueda
- La función de identificación para usuarios registrados

- Funciones para cambiar de idioma y de moneda
- Cesta de la compra

En función del tema que haya seleccionado, se mostrarán los elementos de página asociados más importantes en cada página web. Compruebe si los elementos necesarios están bien colocados.

Encontrará información sobre los principios básicos de diseño y sobre trabajar con elementos de página en *Diseño, en la página 111*, *Elementos de página y navegación, en la página 119*.

5. Modificar el diseño

Su selección de un tema para el sitio determina el diseño de sitio correspondiente. Si es preciso, ahora dispone de muchas opciones para modificar el diseño. La sección *Diseño, en la página 111*, contiene una descripción detallada de cómo personalizar la distribución y el diseño.

6. Crear productos/servicios

Si desea operar una tienda en línea, y vender productos o servicios, ahora debe crear algunos productos y asignarlos a categorías. Puede crear nuevos productos en el menú Productos. Se pueden crear servicios dentro de Sistema de reservas.

Los datos más importantes que tiene que indicar son el número de producto, el nombre del producto y el precio, y seleccionar un tipo fiscal. Ajuste el estado de *Visible* a *Sí*. Si es preciso, rellene más campos.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Asigne los productos a categorías. Para ello, haga clic en la ficha **Categorías** y seleccione las categorías oportunas.

Para obtener una descripción completa sobre cómo aplicar y utilizar todas las funciones para productos, véase *Productos, en la página 63*.

El sistema de reservas y los servicios se pueden crear mediante el asistente de la opción de menú **Sistema de reservas**. Encontrará toda la información relevante en *Sistema de reservas, en la página 105*.

7. Comprobar opciones importantes del sistema

Todos los parámetros del sistema tienen una opción predeterminada y se pueden usar de inmediato. Compruebe en este punto los más importantes para optimizar las opciones. Para ello, haga clic en **Opciones** en la barra de menú

En este punto, es recomendable comprobar las opciones siguientes:

- Idiomas, monedas, países; véase *Opciones del país, en la página 51*
- Formas de entrega y pago; véase *Entrega, en la página 43*
- Opciones de correo electrónico para diversos avisos y mensajes de confirmación; véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*

Éstas son las opciones básicas necesarias para operar su tienda. Hay un resumen de todas las opciones en *Opciones, en la página 37*.

8. Pruebas

Antes de publicar la dirección de su sitio web en Internet, debe probarlo como visitante. Así, puede comprobar si sus opciones y cambios (del logotipo, el diseño, los productos, etc.) se han aplicado correctamente y se visualizan según lo previsto.

También es importante comprobar si se envían correos electrónicos como confirmaciones de registro o de pedido. Identifíquese como cliente para indicar una dirección de correo electrónico válida a la que enviar los mensajes.

Nota: Si, a pesar de haber introducido las direcciones correctamente, los correos electrónicos no se envían bien, pida a su proveedor que verifique las opciones del sistema.

Si las pruebas son satisfactorias, elimine todos los datos de las mismas (productos, clientes, etc.) y ponga la dirección de su sitio web en Internet a disposición de su clientela.

¡Le deseamos el mayor de los éxitos!

3. Primeros pasos

Este capítulo explica las estructuras, las funciones y los procedimientos básicos utilizados en toda la aplicación. Estos conocimientos serán necesarios para utilizar la aplicación con eficacia.

Distribución general de la página

Todas las páginas de la administración se basan en la estructura siguiente:

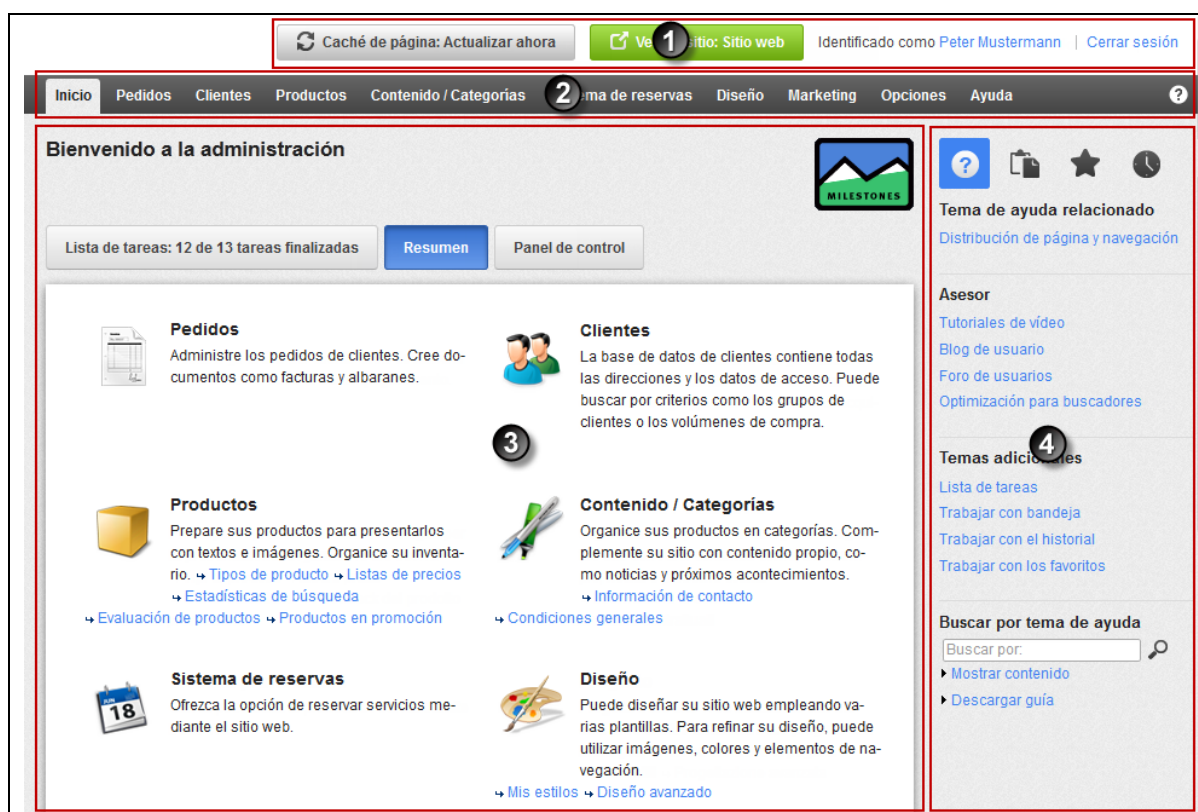


Figura 1: Estructura de las páginas de administración

Dichas áreas son:

- Navegación por la administración (1); véase Navegación por la administración, más adelante
- Barra de menús(2)
- Área de trabajo (3); véase *Área de trabajo, en la página 18*
- Barra lateral (4); véase *Barra lateral, en la página 18*

Navegación por la administración

El menú de Navegación por la administración está disponible en todas las páginas. Están disponibles los enlaces siguientes:

Enlace al sitio web

El enlace **Vea su sitio: Sitio web** muestra la página actual en el explorador según es vista por el visitante. Véase *Vistas del sitio web, en la página 20*. Si su sitio web está cerrado a los visitantes, aparece un símbolo indicándolo además del enlace.

Enlace a la caché de página

En algunos casos, aparece un enlace delante del enlace al sitio **Caché de página: actualizar ahora** en una flecha roja. Este enlace muestra el estado de la caché de página. Utilice este enlace para activar la caché de página con las opciones actuales o bien abra las opciones de la caché de página. Para obtener más información sobre la caché de página, véase *Caché de página, en la página 37*.

Enlace del administrador

Haga clic en su nombre de administrador para abrir la página con las opciones de usuario para el administrador. Consulte los *Datos del administrador, en la página 35*.

Enlace de cerrar sesión

Haga clic en Cerrar sesión para salir del área de Administración. Al cerrar la sesión, se asegura que se ha cerrado de forma correcta y segura su conexión al sistema, y que ningún usuario no autorizado puede acceder al área de administración de su sitio. Después de cerrar sesión, volverá a aparecer la página de identificación.

Área de trabajo

El área de trabajo puede contener formularios, tablas u otros controles funcionales, en función de su finalidad en cada caso. Cada área se organiza en fichas. Cada ficha tiene un título que se muestra como enlace. Véase la *Figura 2, en la página 20*. Puede hacer clic en este enlace para activar la ficha, si hay más de una visible en un momento dado.

En las fichas puede introducir y modificar información, comprobar opciones, mostrar resultados de búsqueda, etcétera.

Barra lateral

La barra lateral consta de las siguientes secciones, descritas a continuación:

- Ayuda; véase *Ayuda, en la página 20*
- Bandeja; véase *Bandeja, más adelante*
- Favoritos; véase *Favoritos, en la página 19*
- Historial; véase *Historial, en la página 19*

De forma predeterminada, la primera vez que se abre una página concreta, se muestra la sección de Ayuda. Esto sucede independientemente de qué sección de la barra lateral estuviera activa anteriormente. Si la página que se abre ha sido vista anteriormente, el contenido de la barra lateral no cambiará. Si está satisfecho con el uso de la aplicación, y no necesita que se muestre la ayuda para las páginas nuevas, puede modificar esta opción predeterminada; véase *Datos del administrador, en la página 35*.

Bandeja

La bandeja es un espacio para almacenar temporalmente objetos o grupos de objetos. Dichos objetos pueden ser productos, clientes o incluso formas de entrega. Puede añadir un objeto a la bandeja en un punto de la aplicación y utilizarlo en otro punto.

Un ejemplo es el envío de newsletter con información de productos. Debe seleccionar los productos de la lista de productos y añadirlos a la bandeja. Al crear la newsletter, puede tomar los productos de la bandeja e insertarlos en la newsletter.

Los objetos se guardan en grupos en función del tipo. El número de elementos contenidos en el grupo se muestra entre paréntesis.

Nota: Hay un grupo para cada tipo de objeto (por ejemplo, clientes o categorías) y un grupo para cada tipo de producto.

Están disponibles los siguientes métodos para añadir objetos a la bandeja:

- añadir un solo objeto desde su vista detallada.

Cuando esté en la vista detallada de un objeto que se pueda añadir a la bandeja, su nombre aparecerá como la penúltima entrada de la bandeja.

Este objeto no ha sido añadido aún a la bandeja. Para ello, haga clic en la entrada con el nombre del objeto. De este modo, se añadirá el grupo correcto de la bandeja. El enlace del objeto se mostrará mientras esté en la vista detallada del mismo. Si la entrada no es un enlace, el objeto ya ha sido guardado en la bandeja.

- añadir una serie de objetos de una tabla mediante comandos de proceso por lotes

Si desea añadir varios objetos a la bandeja a la vez, debe cambiar a la vista de tabla para los objetos en cuestión. Por otra parte, el comando de proceso por lotes *Añadir a la bandeja* debe estar disponible para esta tabla. Encontrará las instrucciones para ejecutar comandos de proceso por lotes en *Procesos por lotes en tablas, en la página 22*.

En determinadas páginas, tiene la opción de copiar objetos desde la bandeja con el botón **Añadir elementos**. Solo se añadirán desde la bandeja los objetos aplicables a la tarea actual.

Para quitar una entrada de la bandeja, haga clic en el icono  detrás de la entrada en cuestión.

Para quitar todas las entradas de la bandeja, haga clic en  **Vaciar bandeja**. Al cerrar la sesión, también se vaciará la bandeja.

Historial

La lista *Historial* contiene enlaces a las últimas páginas visitadas en el área de administración.

Para copiar un enlace del historial a sus favoritos, haga clic en el icono . Para obtener más información, véase *Favoritos, más adelante*.

Favoritos

Este apartado contiene enlaces a sus páginas favoritas en el área de administración. Le permite abrir dichas páginas directamente.

Dispone de las opciones siguientes para guardar páginas en sus favoritos:

- Se pueden añadir páginas desde el área de *Historial*. Véase *Historial*, más atrás.
- En *Favoritos* haga clic en el enlace **Añadir página actual a los favoritos**. Este enlace solo es visible si aún no se ha agregado la página a la lista de favoritos.

Los favoritos se siguen guardando después de cerrar la sesión. Puede tener un número ilimitado de favoritos.

Secciones

Las secciones son subáreas de las fichas y sirven para agrupar datos. Las secciones se emplean si la cantidad de información pertinente es demasiado grande para una sola ficha, pero están relacionadas.

Se puede seleccionar cada una de las secciones haciendo clic en el título de la misma, véase la *Figura 2*.

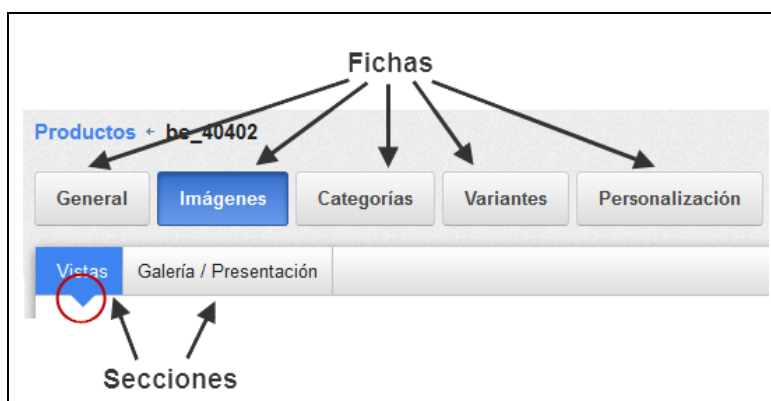


Figura 2: fichas y secciones

La flecha muestra la sección seleccionada.

Ayuda

La aplicación incluye un sistema Ayuda multinivel.

La información más importante se encuentra en forma de notas en la misma página web.

La página actual puede contener enlaces a temas relacionados al final, así como a funciones u opciones relacionadas con la página actual.

Botón activo "Guardar"

En la aplicación, **Guardar** es un botón activo. Esto significa que el botón sólo se puede utilizar si se ha modificado un valor en la página actual y es necesario guardar.

Asimismo, aparecerá un * en la barra de título del explorador, para que pueda ver rápidamente en la barra de tareas de Windows que el contenido del explorador no ha sido guardado.

Vistas del sitio web

Si crea o edita información que es visible en el sitio web, también debe cerciorarse de que dicha información ha sido transmitida y se visualiza correctamente.

Puede abrir la última versión de las páginas de su sitio web en una nueva ventana haciendo clic en el enlace de la barra de Navegación por la administración; véase *Navegación por la administración, en la página 17*. Se muestra la página con el estilo activo.

Si edita un estilo distinto, se muestra el sitio web con el diseño estipulado por el mismo. Véase también *Estilos propios, en la página 121*.

Tablas

Una tabla es una lista de objetos. Se puede añadir información a una tabla, modificarla o eliminarla. Para aumentar la claridad en función de sus requisitos, puede ordenar los registros según diversos métodos. En algunas tablas, puede definir el contenido mediante un filtro de búsqueda.

En la sección siguiente se explican las distintas funciones de la tabla.

- Añadir registros
- Edición de registros
- Eliminación de registros
- Selección en tablas
- Procesos por lotes en tablas
- Clasificación mediante claves de clasificación

Añadir registros

Tiene a su disposición los siguientes métodos para crear nuevos registros:

- Introducción manual de registros
- Para **añadir elementos**, pulse el botón que tiene el mismo nombre.
- **Nueva** entrada en submenú

Edición de registros

Puede modificar las entradas de los modos siguientes:

- modificación manual en la tabla
- abra la vista detallada y modifique las entradas en la misma.

Para abrir la vista detallada, haga clic en el enlace. Modifique la información en la vista detallada. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

- modificar entradas en grupos mediante proceso por lotes

Si hay que procesar una serie de entradas en una sola acción, utilice el comando de proceso por lotes correspondiente. Véase también *Procesos por lotes en tablas, en la página 22*.

Eliminación de registros

Las entradas se pueden eliminar de los siguientes modos:

- Botón **Eliminar**

En algunas tablas, hay un botón llamado **Eliminar** bajo la tabla. Seleccione las entradas oportunas y haga clic en **Eliminar**.

- El comando de proceso por lotes *Eliminar*

En algunas tablas, se puede seleccionar *Eliminar* entre los comandos de proceso por lotes. Seleccione las entradas oportunas e inicie el proceso de Eliminar.

Para saber más sobre la selección, véase *Selección en tablas, más adelante*.

Para saber más sobre el proceso por lotes, véase *Procesos por lotes en tablas, en la página 22*.

Selección en tablas

Si un tabla contiene registros que se pueden seleccionar, la primera columna es la columna de selección.

Para seleccionar todos los registros de la página, haga clic en la casilla de verificación de la cabecera de la columna.

Nota: La función *Seleccionar todos* afecta a todos los registros mostrados en la página actual. Para seleccionar cualquier otro registro, primero tiene que abrir la página correspondiente y ejecutar el comando para esa página.

Procesos por lotes en tablas

Un comando de proceso por lotes es un comando que se ejecuta para todos los registros seleccionados de una tabla. Los comandos por lotes disponibles para cada tabla aparecerán en la parte superior. Los iconos de los comandos por lotes estarán desactivados hasta que se haya seleccionado una o más entradas.

Siga estos pasos para aplicar un comando de proceso por lotes:

1. Seleccione los registros que hay que procesar.
2. Seleccione la acción.

Clasificación mediante claves de clasificación

La clave de clasificación es un número muy parecido a un número de fila, que se emplea para determinar el orden de registros en una tabla. Cada registro se asigna a una posición de la tabla en función de la clave de clasificación. Si la tabla admite la clasificación de columnas mediante claves de clasificación, aparecerá la columna Orden de clasificación. En esta columna, se muestra la clave de clasificación actual de los distintos registros en un campo de entrada.

Cambiar el valor de la clave de clasificación le permite ordenar los registros de la tabla como quiera. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Para poder clasificar nuevas entradas con mayor eficacia, tras guardar un nuevo orden de clasificación, se vuelven a mostrar los campos clave en Incrementos de 10.

Nota: Este comando de clasificación afecta tanto a la visualización del sitio web como al área de administración.

Buscar

Puede cambiar entre búsqueda rápida y búsqueda avanzada.

La búsqueda rápida es de texto completo, y ofrece un campo de entrada. El término de búsqueda se aplica a todos los campos de los objetos que pueden contener texto.

La búsqueda avanzada contiene campos adicionales. Los campos de entrada se ajustan al tipo de objetos que hay que filtrar. Para productos, hay campos específicos de productos; para clientes, campos específicos de clientes, etcétera.

Puede utilizar el marcador de posición * en los campos de texto para completar el texto de búsqueda. No se distingue entre mayúsculas y minúsculas. Si sólo introduce "*" o deja el campo en blanco, se mostrarán todos los objetos de ese tipo.

Los campos de búsqueda están conectados mediante un operador lógico AND. Dicho de otro modo, un registro debe cumplir todos los criterios definidos por las entradas en los campos de búsqueda y no sólo uno.

Dependencia del idioma

La aplicación admite varios idiomas, tanto en el sitio web como en la página de administración.

El idioma de administración se define en las opciones del administrador; véase *Datos del administrador, en la página 35*.

Puede configurar la selección de idioma para sus visitantes del sitio web, de forma que cada visitantes pueda seleccionar su idioma de preferencia. Active estos idiomas en las opciones de País: véase *Opciones del país, en la página 51*.

Tenga en cuenta que tiene que introducir y mantener usted mismo su contenido específico para los diversos idiomas. Se trata de información como descripciones o nombres de productos, archivos específicos del idioma y otros archivos adjuntos.

En todos los lugares en que hay que mantener contenido dependiente del idioma, se muestran los campos de entrada correspondientes a los distintos idiomas. El menú desplegable contiene los idiomas que haya seleccionado en *Idiomas, en la página 52*.

Introduzca siempre la información de fecha y hora en el idioma de administración. La visualización en el sitio web será siempre en el idioma seleccionado automáticamente.

Opciones predeterminadas

Sus clientes deben seleccionar entre varios valores en la tienda en diversos lugares. Es el caso, por ejemplo, de la selección de la forma de pago o de entrega o la selección de variantes de producto. Puede definir un valor estándar para cada selección. Este valor se muestra al cliente al abrir la página seleccionada, y es válido mientras el cliente no seleccione otro.

La opción del valor estándar se considera la predeterminada. En todas las tablas en que pueda definir un valor predeterminado, hay una columna *Predeterminado*. La columna contiene un campo de opción para cada entrada.

Haga clic en el botón de opción del valor que va a ser la opción predeterminada. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

En la página de detalles de los objetos correspondientes, también puede definir el valor predeterminado.

Seleccione los valores que más utilicen sus clientes.

Visibilidad

La opción de visibilidad define si un objeto se muestra en el sitio web. Si activa Visible, el cliente puede ver y pedir los elementos en cuestión en la tienda. Si desactiva Visible, sólo podrá ver el elemento en la vista previa.

Puede gestionar la visibilidad mediante los botones de opción en la vista detallada o utilizando las casillas de verificación en las tablas correspondientes.

Si un objeto se marca como no visible, puede seguir accediendo a él y visualizarlo mediante la URL o la página correspondiente.

Nota: Los elementos de reciente creación, como productos, categorías, etc., se configuran de forma predeterminada como No visible, para que pueda recoger todos los datos necesarios antes de que el elemento aparezca en el sitio web.

Tipos de atributo

Los atributos se emplean para describir las propiedades de los objetos. Por ejemplo, los clientes tienen atributos como el tratamiento, el nombre o la dirección de correo electrónico. En el caso de los productos, es el número de producto o la descripción, por ejemplo.

Los atributos se pueden dividir en diferentes tipos de atributo. Puede definir el uso y los valores permitidos de un atributo mediante los tipos de atributo.

Al crear atributos para productos o clientes, tiene que definir el tipo de atributo. Esto significa que define si este atributo se debe mostrar y procesar como, por ejemplo, una cadena de caracteres (texto), un número o una fecha en el sistema. Los distintos tipos de atributo tienen los significados siguientes:

Tabla 1: Resumen de los tipos de atributo para los campos de entrada

Tipo	Descripción	Uso	Ejemplo
Texto	Cadena de caracteres, palabra, frase	Campos de entrada para nombres, direcciones, texto, etcétera. Puede emplear cualquier carácter. No hay ninguna restricción de longitud.	Campo de texto
Texto dependiente del idioma	Texto dependiente del idioma	Se puede utilizar como <i>Texto</i> ; se puede introducir un valor para cada idioma activo	rojo red
Texto con selección de valor	Texto para crear un conjunto de valores posibles	Para obtener más información, véase <i>Uso de texto con selección de valor</i> , en la página 25.	rojo amarillo verde
Texto dependiente del idioma con selección de valor	Texto dependiente del idioma para crear un conjunto de valores posibles	Se puede utilizar como <i>Texto con selección de valor</i> ; se puede introducir un valor para cada idioma activo. Véase <i>Dependencia del idioma</i> , en la página 22, y <i>Uso de texto con selección de valor</i> , en la página 25.	rojo / red amarillo / yellow verde / grün
Opciones	Selección	Véase <i>Uso de las opciones</i> , en la página 26.	CD DVD
Opciones dependientes del idioma	Selección	Se puede utilizar como opciones; se puede introducir un valor para cada idioma activo	Ratón óptico Optical mouse Teclado inglés English keyboard
Opciones del cliente	Selección	Esto le permite ofrecer opciones para servicios que el cliente puede seleccionar para la reserva. Véase también <i>Detalles del servicio - Opciones del cliente</i> , en la página 106.	Reserva de mesa con: Arreglo floral, Decoración navideña
Entero	Entero		255
Número decimal	Números decimales con coma flotante		15,23
Sí/No	Decisión	Botones de opción. En este punto, el usuario toma una decisión Sí o No.	Botón de opción <i>Visible</i>

Tipo	Descripción	Uso	Ejemplo
Dinero	Número con coma fija con una cantidad concreta de posiciones decimales para guardar importes de dinero.	Campo de entrada para precios	21,95 €
Fecha	Campos de fecha para días desde el 01.01.0001 hasta el 31.12.9999.		12.06.2010
Hora	Campo de hora para el intervalo de las 00:00:00 a las 23:59:59		11:11
Fecha y hora	Combinación de fecha y hora	Campos de entrada para horas exactas. El formato de entrada viene definido por la configuración de país actual. Para Alemania, el formato es <i>DD.MM.AAAA hh:mm:ss</i>	6/12/2010 11:11
Archivo	Nombre del archivo	Puede emplear este campo para asignar un archivo a un producto, por ejemplo.	Productinfo.pdf
Archivo dependiente del idioma	Nombre del archivo	Se puede utilizar como <i>Archivo</i> ; se puede asignar un archivo para cada idioma activo	Productinfo_de.pdf Productinfo_en.pdf

Uso de texto con selección de valor

Los tipos de atributo Texto con selección de valor y Texto dependiente del idioma con selección del valor constituyen la base para crear menús desplegables o variantes de producto. Para estos atributos, puede definir diversos valores para que el usuario los seleccione.

En los detalles de estos atributos, junto a la ficha General, hay otra ficha de Selección de valor. Aquí puede definir un conjunto de valores que se emplearán para este atributo. Esto le permite asegurarse de que sólo se pueden aplicar a un atributo los valores que usted proponga.

El ejemplo siguiente lo demuestra:

Es interesante que los clientes indiquen cómo han sabido de su sitio web en el formulario de registro. Puede seleccionar una cantidad fija de respuestas entre las que puede seleccionar el cliente.

Cree un atributo de cliente *InfoContacto* del tipo *Texto dependiente del idioma con selección de valor*. Para saber más sobre los atributos de cliente, véase *Atributos*, en la página 86. Cree los valores predefinidos en los detalles del atributo en la ficha **Selección de valor** tal como se muestra en la *Figura 3*.

Atributos del cliente + ¿Cómo nos ha conocido?

General Selección de valor

Líneas 10

Identificador	Valor	Orden de clasificación
☐ Google	Google	Italiano 10
	Google	Español
☐ Yahoo	Yahoo	Italiano 20
	Yahoo	Español
☐ Personal	Raccomandazione personale	Italiano 30
	Recomendación personal	Español
☐ +		Italiano 9999
		Español

Número: 3

Guardar Eliminar

Figura 3: Conjunto de valores para el tipo de atributo Texto dependiente del idioma con selección de valor

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

El cliente puede utilizar entonces el siguiente menú desplegable en el formulario de registro.

Información adicional

¿Cómo nos ha conocido? *

(Seleccionar entrada)

(Seleccionar entrada)

Google

Yahoo

Recomendación personal

Política de privacidad: No a terceros sin el consentimiento expreso del usuario. recopila datos de este formulario para procesar su pedido; no es posible procesar el pedido sin esta información. Tiene derecho a revisar y corregir los datos que se han recopilado sobre usted, y a oponerse a que se procesen.

Figura 4: empleo de un atributo con selección de valor

Uso de las opciones

Estos tipos de atributo proporcionan al usuario un conjunto de valores de los que puede seleccionar varios. Los distintos valores se pueden seleccionar haciendo clic en una casilla de verificación junto a ellos. Esta técnica resulta útil para crear distintas configuraciones de productos.

Del mismo modo que con Texto con selección de valor, puede definir un conjunto de valores que se pueden emplear para este atributo. Esto le permite asegurarse de que sólo se pueden aplicar a un atributo los valores que usted proponga.

El ejemplo siguiente lo demuestra:

Un producto básico se puede ofrecer con diversos componentes adicionales. En un atributo de *Configuración*, se indican posibles características de configuración; véase la *Figura 5*.

Figura 5: opciones de tipo de atributo

Al crear un producto de este tipo, se muestra la configuración de este producto en las casillas de verificación.

Trabajar en los campos de texto

Los campos de texto son campos de entrada donde se pueden introducir textos más extensos. Se emplean para contener, por ejemplo, descripciones de producto o el texto de una newsletter. Puede dar formato a estos textos para que tengan una presentación más atractiva. Esto se puede hacer de los siguiente modos:

- Uso del editor WYSIWYG integrado; véase Editor WYSIWYG, más adelante
- Uso de las instrucciones de formato HTML directamente en el texto

Al trabajar en la vista previa de página, tiene también la opción de utilizar el modo de edición en línea. Esto le permite editar texto directamente en la vista previa de página. Para dar formato, utilice las herramientas de formato WYSIWYG de la barra multifunción. Véase también *Vista previa de contenido, en la página 91* y *Barra multifunción y contenido, en la página 92*. No puede utilizar código HTML directamente durante la edición en línea. Para introducir un código HTML en este punto, haga clic en el icono **Editar HTML** de la barra multifunción.

Editor WYSIWYG

El programa ofrece una práctica solución para diseñar campos de texto: un editor WYSIWYG. WYSIWYG (del inglés "What You See Is What You Get"), significa que el texto se verá durante la edición exactamente igual que se mostrará posteriormente. La ventaja para usted es que puede diseñar textos de forma sencilla y profesional sin conocer los comandos de formato. Puede insertar fácilmente imágenes, enlaces y tablas.

Insertar y editar imágenes

Inserte imágenes con el Administrador de archivos. Consulte *Administración de archivos, en la página 30*.

Siga estas instrucciones para insertar una imagen:

1. En la barra multifunción, haga clic en el símbolo de **Imagen**.
2. Haga clic en **Seleccionar archivo**.
3. Seleccione la imagen en el Administrador de archivos.

4. En el Administrador de archivos, haga clic en **Aplicar**.
5. Ahora puede ver una vista previa de la imagen.
6. Si es necesario, edite las propiedades de la imagen. Aquí puede modificar el tamaño de la imagen o asignarle un marco, entre otras opciones.
7. Para insertar una imagen, haga clic en **Aceptar**.

Para editar las propiedades de una imagen, haga lo siguiente:

1. Haga clic en la imagen.
2. En la barra multifunción, haga clic en el símbolo de **Imagen**.
3. Edite las propiedades.
4. Haga clic en **Aceptar** para guardar los cambios de la imagen.

Para añadir vídeos de archivos Flash, haga lo mismo.

Tenga en cuenta lo siguiente:

Nota: la dirección del archivo de imagen debe indicarse en el campo URL. Si desea mostrar una imagen con una URL absoluta, especifíquela con el formato http://... Si desea mostrar la imagen en una página que se cargue mediante https://, la URL de la imagen también debe contener https://. De lo contrario, aparecerá una advertencia sobre contenido no seguro en el explorador. En la tienda, las páginas aparecen, por ejemplo, después de las páginas https de cesta de la compra.

Insertar y editar Apps y canales RSS

Los Apps son elementos que puede incluir en su sitio web para mejorar su aspecto o para incorporar contenido externo. Por ejemplo, pueden consistir en vídeos, mapas o canales RSS.

Inserte un App como se indica a continuación:

1. En la barra multifunción, haga clic en **App**.
2. Seleccione una categoría de App, por ejemplo **Canal RSS**.
3. Indique la información necesaria.
4. Haga clic en **Aplicar** para insertar el elemento en el campo de texto.

Contenido de página RSS

En el contenido de las páginas RSS (canales RSS), figuran listas con mensajes cortos que puede incluir en su sitio web. Hay canales RSS de distintos proveedores y sobre temas variados. Tienen un formato parecido al de los titulares de noticias en un teletipo desplazable. Un canal RSS ofrece información resumida sobre una noticia con un enlace que lleva a la noticia completa.

Insertar enlace / Quitar enlace

Para añadir un enlace:

1. Seleccione el texto para el enlace.
2. Haga clic en el botón para añadir un enlace.
3. Introduzca una dirección de Internet o seleccione una página.
4. Seleccione la casilla de verificación correspondiente si la página enlazada debe abrirse en su propia ventana.
5. Haga clic en **Aplicar** para añadir el elemento al campo de texto.

La lista contiene también todos los anclajes que haya añadido al texto en la parte inferior.

Para eliminar un enlace asignado, mueva el cursor al enlace y haga clic en el icono. El enlace se elimina y el texto pierde la función de enlace.

Insertar anclaje

Con los anclajes, puede establecer marcas de destino en el texto, a los que puede saltar mediante enlaces especiales.

Haga clic en el icono para colocar un anclaje. Introduzca el nombre del anclaje en el campo *Nombre del anclaje* y haga clic en **Insertar**.

Si desea insertar un enlace a un anclaje, siga las instrucciones de *Insertar enlace / Quitar enlace, en la página 28*. Seleccione el anclaje correspondiente en la lista de selección de páginas.

Cargar imágenes

Las imágenes se cargan mediante el cuadro de diálogo *Abrir archivo*. Además, hay un botón o un símbolo de **Cargar archivo** en los lugares correspondientes.

Utilice el proceso siguiente para cargar imágenes:

- Mediante el cuadro de diálogo Cargar archivo

A continuación, puede cargar el *archivo* directamente desde el cuadro de diálogo de carga que hay en el explorador. En algunos lugares de la aplicación, se puede modificar el tamaño de la imagen durante la carga. Si es posible hacerlo, habrá una casilla de verificación para ello.

- Mediante el administrador de archivos

Se abrirá la administración de archivos. Puede seleccionar el archivo deseado de la lista de archivos. Para obtener más información al respecto, véase *Administración de archivos, en la página 30*. Puede abrir los tipos de archivos permitidos para la operación actual.

Nota: Puede utilizar el cuadro de diálogo *Abrir archivo* para cargar imágenes externas. En el campo del nombre de archivo, introduzca la URL externa del archivo (http://...). Si se supone que la imagen debe mostrarse en una página cargada con *https://*, la URL de la imagen también debe contener *https://*. De lo contrario, aparecerá en el explorador un aviso de contenido no seguro. En la tienda, todas las páginas tras la cesta de la compra son páginas *https*.

Para las imágenes de fondo, hay una serie de puntos especiales a tener en cuenta. Lea *Notas sobre las imágenes de fondo, en la página 113*.

Selector de color

El selector de color es una herramienta que ayuda a seleccionar colores. El selector de color se emplea en aquellos casos en que se pueden definir colores para un texto, un color de fondo, etc.

Todos los elementos para los que se puede definir un color se identifican mediante el icono correspondiente, que muestra el color actual. Haga clic en ese icono para abrir el selector de color en una nueva ventana.

En la parte superior derecha del cuadro de pintura se puede ver el color actual y, debajo, una serie de colores a juego. Los colores definidos por el usuario aparecen debajo el campo de color. El color seleccionado aparece rodeado con un círculo en el campo de color. Para eliminar los cambios realizados y restaurar el color original, basta con hacer clic en la mitad inferior derecha del cuadro de pintura.

Selector de color

Se puede establecer el color de las formas siguientes:

- Entrada directa (código de color)

Se puede introducir el código de color con el formato RRGGBB (RR: componente rojo, GG: componente verde, BB: componente azul) con un símbolo numérico (#) al principio. Si no se introduce este símbolo, se agregará automáticamente en los códigos de color válidos al guardar. En este documento no se explica la codificación de colores en HTML. Para obtener información al respecto, consulte la documentación especializada pertinente.

- Selección mediante el campo de color

Con el ratón, seleccione el color deseado. Utilizando el control deslizante vertical, podrá modificar el color del campo de color. Establezca el tono adecuado en el campo de color.

Para utilizar el color actual, haga clic en **Aplicar**.

Colores a juego

En *Colores a juego*, se muestra una serie de colores. Estos son colores complementarios que coinciden perfectamente con el actual color principal del estilo. Los colores se determinan a partir de reglas básicas de diseño. Para establecer uno de los colores de la serie como el color actual, debe hacer clic en la casilla de verificación adecuada.

Colores definidos por el usuario

En los campos de colores definidos por el usuario puede almacenar los colores que vaya a utilizar varias veces. Para almacenar un color en este espacio, haga clic en el color que desea sustituir y, a continuación, almacénelo seleccionando un color de la forma descrita anteriormente.

Algunos de los colores definidos por el usuario se introducen inicialmente mediante la plantilla de diseño seleccionada.

Para definir un color definido por el usuario como color activo, basta con hacer clic en el cuadro de color correspondiente. Al hacerlo, el color se mostrará en el cuadro del color activo, donde puede aplicarse.

Administración de archivos

Puede utilizar la función de administración de archivos para cargar y administrar diversos tipos de archivo. Puede acceder a este archivo desde el Editor WYSIWYG. Los logotipos y las imágenes de fondo también se pueden cargar desde el administrador de archivos.

El Administrador de archivos se divide en cuatro carpetas principales: *Sus archivos*, *Imagen del encabezado*, *Imágenes de fondo* y *Base de datos de imágenes*.

En la carpeta principal *Sus archivos*, puede crear una estructura de carpetas que permita clasificar y archivar los archivos. A continuación, debe transferir el archivo deseado al sitio web desde esta estructura.

Su proveedor pondrá a disposición las imágenes del encabezado, las imágenes de fondo y la base de datos de imágenes. En estas carpetas, encontrará una selección de imágenes que puede transferir directamente al sitio web.

La estructura de carpetas se ubica en la parte izquierda del Administrador de archivos. En el área central, figura una lista de los archivos que hay en la carpeta seleccionada. En la sección de la derecha, puede ver una vista previa del archivo seleccionado.

En la sección central, haga clic en un archivo y confirme haciendo clic en **Aplicar** para insertarlo en su sitio web.

Para seleccionar varios archivos a la vez, mantenga pulsada la tecla CTRL.

Para cargar archivos, haga clic en **Cargar archivos**. Consulte *Cargar imágenes, en la página 29*. En el cuadro de diálogo es posible seleccionar y cargar varios archivos a la vez.

Importar y exportar

Utilice las funciones de importación y exportación para compartir Información con otros sistemas. Puede utilizarlas si ha preparado la información utilizando otro sistema o programa y desea emplearla en el sitio web; véase *Archivo de importación, en la página 32*. O bien, puede querer utilizar la información del sitio web en otro sistema; véase *Exportar, más adelante*.

Para importación y exportación, se emplean archivos CSV. Un archivo CSV es un archivo de texto sencillo que contiene una lista de valores separados por un delimitador específico. Cada objeto ocupa una línea en el archivo. Para saber más sobre los archivos CSV, véase también *Editar archivos CSV con Microsoft Excel, en la página 33*. Si usa un archivo de exportación como plantilla para el archivo de importación, seguro que los nombres de campos y de columnas estarán bien escritos.

Los detalles para la importación y exportación de objetos concretos se explican en los capítulos respectivos.

Nota: Antes de importar un archivo con un número elevado de registros, es recomendable probar el proceso de importación con un archivo o simplemente con unos pocos registros.

Exportar

La exportación se puede hacer de los siguiente modos:

- Exportar los objetos seleccionados mediante procesos por lotes.

En ese caso, se puede utilizar el comando *Exportar* en tablas para objetos específicos, como productos o clientes. Así se puede exportar los objetos seleccionados en las tablas. Para saber más sobre el proceso por lotes, véase *Procesos por lotes en tablas, en la página 22*.

- Exporte todos los objetos de un tipo concreto mediante la opción de menú **Importar y exportar**.

Estos son los significados de los distintos campos para la exportación:

Tabla 2: Parámetros para exportar datos de producto

Nombre de campo	Descripción
Tipo de objeto	
Formato	Opción regional del formato de los datos en el archivo de exportación, por ejemplo, para información de moneda o fecha. La selección determina asimismo el símbolo separador correspondiente.
Codificación	Selección del juego de caracteres que se va a emplear. El <i>Valor predeterminado</i> es el juego de caracteres predeterminado para el idioma de administración. Si utiliza caracteres adicionales, seleccione Unicode. De lo contrario, este carácter se mostrará como un interrogante.
Delimitador	Delimitador empleado para dividir campos de datos en el archivo de exportación Esta opción sobrescribe la opción del delimitador indicada en <i>Formato</i> .
Idiomas	Opción que define qué campos relevantes para un idioma se van a exportar

Una vez introducidas todas las opciones, haga clic en Exportar para iniciar el proceso de exportación.

Nota: Algunas funciones de la aplicación abrirán nuevas ventanas del explorador. Por este motivo, su explorador debe permitir que se abran ventanas emergentes. De lo contrario, no se podrán utilizar ciertas funciones.

Archivo de importación

Antes de importar, tiene que crear un archivo CSV correctamente formateado. Es de especial importancia utilizar los nombres de campo correctos en la cabecera.

Los nombres de campo de la cabecera tienen dos partes: el nombre y el identificador. El nombre corresponde al nombre de los campos de la vista detallada del producto. Si es preciso, puede modificar este nombre. Los nombres internos (identificadores) están entre corchetes y **nunca** se deben cambiar. También puede intercambiar columnas, siempre que cada columna mantenga su propio encabezado.

Nota: Utilice el archivo de exportación como ejemplo para tener una plantilla para los encabezados.

Se aplican las reglas siguientes a los valores del archivo de importación:

- Si una columna del archivo de importación no está disponible, los valores de la base de datos no se cambiarán.
- Si una columna del archivo de importación está disponible y no contiene valores para uno o más registros, las entradas respectivas se borrarán de la base de datos.
- Si una columna del archivo de importación existe y contiene entradas, los datos correspondientes se sustituyen en la base de datos por los datos del archivo.

Estos son los significados de los distintos campos para la importación:

Tabla 3: Parámetros para importar datos de producto

Nombre de campo	Descripción	Tipo de campo	Ejemplo
Tipo de objeto		Menú desplegable	
Formato	Define cómo se interpretan los formatos de números, moneda y fecha en la importación. La selección determina asimismo el símbolo separador correspondiente.	Menú desplegable	
Delimitador	Opción para el delimitador empleado para dividir campos de datos en el archivo de importación Esta opción sobrescribe la opción del delimitador indicada en <i>Formato</i> .	Menú desplegable	
Idiomas	Irrelevante para la importación.	Menú desplegable	
Archivo de importación CSV	Introduzca el nombre del archivo de importación en este campo. Haga clic en Examinar para buscar el archivo. El tamaño del archivo de importación es limitado. Bajo el campo de entrada se muestra el valor máximo actual.	Campo de entrada, alfanumérico	C:\temp\import.csv

Cuando todos los parámetros han sido definidos correctamente, inicie la importación haciendo clic en **Importar**. Si se producen problemas durante la importación, recibirá el mensaje correspondiente. En el caso de archivos grandes, el número total de errores se limita a 100 mensajes de error.

Editar archivos CSV con Microsoft Excel

Los archivos CSV se pueden editar con Microsoft Excel, por ejemplo. El formato de celdas automático en Microsoft Excel puede provocar que algunos datos se interpreten o se visualicen de forma incorrecta. Esto sucede en los ejemplos siguientes, entre otros casos:

- Los números largos se pueden mostrar como exponenciales (p. ej. un número de teléfono como 123456789123654 se convierte en 1.234567 E+14).
- Las fechas y horas se pueden mostrar en formato numérico (p. ej. 02.05.2008 se convierte en 39570).
- Los ceros a la izquierda de los números pueden desaparecer (p. ej. en los códigos postales, 07743 puede pasar a ser 7743).

En esos casos, debe verificar las celdas o columnas correspondientes y corregir el formato para que los datos cumplan los requisitos del archivo de exportación. Puede definir por ejemplo el formato de las celdas especificadas a *Texto*. También puede utilizar un programa distinto para editar sus datos de importación.

URL breve

Las URL breves son direcciones de Internet cortas y con sentido para un sitio web. Son más prácticas y fáciles de usar que las largas y crípticas URL que genera el sistema. Aquí tenemos dos URL para la misma página como ejemplo:

URL larga

- http://www.dominiotienda.de/epages/nombretienda.sf/de_DE/?ObjectPath=/Tiendas/nombretienda/Productos/lt_0401107001

URL breve

- <http://www.dominiotienda.de/Leatherman>

La comparación muestra las ventajas de una URL breve:

- El cliente puede leer la URL breve de forma más rápida y sencilla.
- El cliente puede entender la URL en la página con los resultados de búsqueda de Google de forma más rápida y sencilla.
- El cliente puede recordar la URL.
- El cliente puede ver el contenido del sitio web a partir del nombre.

Puede asignar URL breves para páginas de productos, categorías e información. El requisito previo para asignar una URL breve es su propio dominio.

Puede crear URL breves para todas las páginas relevantes con un comentario en la página inicial de la administración. Más tarde, también puede cambiar o crear manualmente la URL breve en los detalles generales de la página correspondiente.

Creación de una URL breve para todas las páginas

Asegúrese de que el proveedor de su sitio web haya incluido un nombre de dominio.

Para crear una URL breve para todas las páginas:

1. Haga clic en este enlace para abrir la página inicial de Administración.
2. Haga clic en **Generar URL breves**.
3. Lea el mensaje siguiente detenidamente y haga clic en **Generar URL breves**.

Para editar una URL breve para todas las páginas:

1. Abra los detalles generales de una página concreta, como un producto o una categoría.
2. Introduzca un nombre descriptivo en el campo *URL breve*, por ejemplo, el nombre de producto.
3. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Si quiere utilizar la URL en otros canales, haga clic en **Usar enlace externamente**. La URL aparecerá entonces en la forma normal y en HTML. Copie y pegue la URL en otros medios.

4. Datos del administrador

Aquí puede configurar las opciones personales que controlan el modo en que trabaja en el área de administración. Esto incluye, por ejemplo, datos para acceder al área de administración y la dirección de correo electrónico empleada para enviarle avisos del sistema.

En gran medida, estos datos del administrador corresponden a los datos de identificación generales para usuarios. Véase también *Detalles de administrador – Datos de identificación*, en la página 41.

El campo *Permitir identificación* no se muestra, ya que no puede bloquear el acceso de la cuenta de administrador al sitio web.

Una opción adicional es *Mostrar siempre la Ayuda de las páginas no vistas anteriormente*. Esto le permite gestionar la visualización de las páginas de Ayuda. Si el valor es *Sí*, se mostrarán los temas de Ayuda de todas las páginas que se visiten por primera vez. Véase también *Barra lateral*, en la página 18.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Nota: En algunas situaciones, puede haber más idiomas disponibles para el sitio web que para el área de administración.

Pregunta de seguridad para acciones de eliminación

Por motivos de seguridad, se le pedirá una confirmación adicional con cada comando de eliminación. El comando de eliminación se ejecutará después de su confirmación. Puede desactivar la confirmación de eliminación mediante la casilla de verificación *Confirmación de eliminación*.

¡Atención! Si anula la casilla de verificación *Confirmación de eliminación*, todas las eliminaciones se ejecutarán inmediatamente, sin necesidad de confirmación. No podrá cancelar la acción más adelante. Es recomendable que sólo lo desactiven usuarios avanzados.

5. Opciones

Opciones generales

Utilice las Opciones generales para definir la dirección de su sitio web e indicar el horario comercial. Además, puede controlar el acceso de los clientes a su sitio web y la velocidad con que se presentan (se visualizan) las páginas.

General

Página: Opciones » Opciones generales » General

Están disponibles las fichas siguientes:

Presentación

Aquí puede editar el nombre y el eslogan de su sitio web. Coloque estos datos mediante el elemento de página *Nombre del sitio web con eslogan*. Se suelen mostrar en el *Encabezado 2*. Véase *Fundamentos de diseño, en la página 111*.

Aquí puede cargar una imagen para el logotipo de su sitio web en tamaño óptimo. Véase *Cargar imágenes, en la página 29*. Coloque el logotipo mediante el elemento de página *Logotipo*. Se suelen mostrar en el área *Encabezado 2*.

Un favicon es una pequeña imagen que aparece en la barra de direcciones del explorador, a la izquierda de la dirección del sitio web (URL). El archivo debe contener una imagen de tamaño 16x16 píxeles o 32x32 píxeles. Puede hacer lo siguiente para crear el Favicon:

- Directamente desde el logotipo: Para ello, haga clic en el enlace **Crear favicon propio a partir del logotipo**.
- Crear a partir de otra imagen: Para cargar la imagen directamente, véase *Cargar imágenes, en la página 29*. Sólo puede utilizar para ello imágenes *.ico o *.cur.

Estado

Puede cerrar su sitio web. En lugar de su sitio web, aparecerá un mensaje. Puede editar el contenido del mensaje. Si no utiliza un texto propio, se mostrará un mensaje estándar.

Opciones avanzadas

Puede añadir su propio código a cada página en el código HTML del encabezado. Puede tratarse, por ejemplo, de su propia información de estilo.

Puede indicar instrucciones, por ejemplo, para no indicar la disponibilidad de los productos. Introduzca el código en el campo de texto y guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

¡Atención! No haga uso de esta función si no es un usuario experto. Los errores de código pueden interferir en el funcionamiento de todo el sitio web.

Caché de página

Página: Opciones » Opciones generales » Caché de página

Esta función controla la velocidad con que se muestran sus páginas.

El contenido dinámico incluye datos e información leídos de la base de datos, y se inserta en la página justo antes de mostrar la página web. De este modo, se asegura que los valores están actualizados. Se incluyen los datos sobre precios, cantidades, etcétera.

Las páginas cuyo contenido raramente varía se pueden almacenar en caché y mostrarse más rápidamente.

Sus clientes esperan páginas actualizadas con tiempos de carga rápidos. Por este motivo, es aconsejable buscar el equilibrio óptimo entre mostrar el contenido actualizado y la disponibilidad más rápida de la página.

La caché de página le permite configurar la frecuencia con que se actualizan ciertas páginas. Al tomar esa decisión, tenga en cuenta la frecuencia con que modifica y actualiza los datos de esas páginas.

Por ejemplo, si cambia los precios de sus productos semanalmente, es recomendable actualizar las páginas de productos y categorías, así como las estadísticas, cada semana después de que cambien los precios. El resto de la semana, estas páginas se pueden cargar y mostrar desde la caché.

Lo mismo sucede con los datos de existencias. Cuando se evalúan los niveles de inventario de productos para mostrarlos en la tienda, la caché de página debe estar configurada de manera que, cuando varíe el nivel de inventario durante el proceso del pedido, se actualicen las páginas correspondientes. Para obtener más información al respecto, véase *Disponibilidad, en la página 56*.

El estado de la caché de página se muestra en el menú del administrador; véase *Navegación por la administración, en la página 17*.

Utilice la casilla de verificación *Activar caché de página...* para activar o desactivar la función de caché de página.

Una vez que haya activado la caché de página, seleccione los intervalos de actualización deseados para las páginas indicadas en la pantalla. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Si ha realizado cambios importantes en los datos y la información, puede actualizar todas las páginas con un clic. Para ello, haga clic en **Actualizar inmediatamente**.

Si hace clic en la opción de la barra de menús **Vea su sitio**, se actualizarán todas las páginas a la vez.

Nota: Si realiza modificaciones en el área de administración y no se ven inmediatamente en el sitio web, compruebe la opción del periodo de validez. Si es preciso, haga clic en *Actualizar inmediatamente*.

Recuerde lo siguiente:

- La caché de página sólo se aplica a los usuarios no identificados.
- Los clientes no verán los cambios hasta después de que el administrador haya iniciado la actualización o de que se haya realizado automáticamente.

Recomendamos que, al configurar el sitio web, desactive la opción de caché de página, para aplicar los cambios frecuentes de inmediato. Cuando la tienda pase a funcionamiento *Real*, haga clic en la casilla de verificación y establezca los periodos de validez más largos posibles.

Utilización

Página: Opciones » Opciones generales » Utilización

Su sitio web cuenta con una amplia funcionalidad con límites definidos. La ficha **Utilización** le muestra las funciones disponibles en cada ámbito, y en qué medida se utilizan los valores máximos.

Si ha alcanzado el límite o desea utilizar nuevas funciones, póngase en contacto con su proveedor.

Dirección

Página: Opciones » Opciones generales » Dirección

Estos datos se emplean cuando se hace pública la información de la dirección del sitio web. Es el caso, por ejemplo, de la dirección del remitente en las facturas y los albaranes. Esta información se utiliza también cuando hay que enviar información de la dirección a sistemas terceros, como por ejemplo, al registrarse en portales de productos como Pangora o Kelkoo.

Horario comercial

Página: Opciones » Opciones generales » Horario comercial

En esta página, puede administrar su horario comercial habitual. Se trata de las horas durante las que ofrece habitualmente sus servicios o durante las que sus clientes pueden reservar. Las horas de esta página son las horas predeterminadas mantenidas centralmente. Se aplican, por ejemplo, al sistema de reservas como predeterminadas, y se pueden sobrescribir para reservas concretas.

Puede configurar el mismo horario para todas las semanas, o bien establecer un horario distinto para las semanas pares y las impares.

Al indicar un horario, tenga en cuenta que:

- Puede dividir un día en dos, y establecer un horario de apertura para la mañana y otro para la tarde.
- En caso de operar todo el día, introduzca un horario de 00 a 00 (no de 00 a 24)
- La hora final debe ser siempre más tarde que la hora inicial. Por tanto, para especificar un horario comercial de 22.00 a 04.00, introduzca 22 - 0 para la noche y 0 - 4 para el día siguiente.

Para ver el horario comercial del sitio web, debe crear una página con el tipo *Horario comercial* y definirla como visible. Véase también *Horario comercial, en la página 100*. Además, puede colocar el elemento de página *Horario comercial como cuadro* en sus páginas. Para obtener más información, véase *Elementos de página y navegación, en la página 119*.

Administración de usuarios

Usuarios

Página: Opciones » Administración de usuarios » Usuarios

Los usuarios son visitantes de su sitio web que se han registrado y disponen de un nombre de usuario y una contraseña.

Esto permite que a ciertas páginas, o incluso a todo su sitio web, sólo puedan acceder usuarios registrados. También puede asignar precios específicos de usuarios. Otra opción es restringir el uso de foros y blogs a los usuarios registrados.

Detalles de usuario – Datos de identificación

Página: Opciones » Administración de usuarios » Usuarios » Datos de identificación

Una casilla de verificación en el campo *Proceso de registro finalizado* significa que el usuario ha finalizado el registro siguiendo el proceso de doble alta voluntaria. Puede determinar si hay que llevar a cabo este proceso de registro especial en la ficha **Identificarse**, en la opción *Usar registro seguro (proceso de doble alta voluntaria)*. Véase también *Identificación, en la página 41*.

Si un usuario ha olvidado su contraseña, puede darle la posibilidad de crear una nueva. Haga clic en **Enviar correo electrónico**. Este correo electrónico contiene un enlace que el cliente puede utilizar para introducir una nueva contraseña.

Si asigna manualmente una nueva contraseña, debe enviar la contraseña nueva usted mismo.

Nota: Al crear un nuevo usuario manualmente en el MBO, la contraseña no se genera automáticamente. Debe introducir una contraseña para que el usuario pueda identificarse en el sitio web.

Detalles de usuario – Mensajes

Página: Opciones » Administración de usuarios » Usuarios » Mensajes

Aquí se muestra una lista de todos los mensajes escritos por el usuario en todos los foros, blogs y libros de visitas de su sitio web.

Detalles de usuario – Newsletters

Página: Opciones » Administración de usuarios » Usuarios » Newsletters

En la tabla, se indican todas las campañas de newsletters. Puede ver inmediatamente a cuáles está suscrito cada usuario.

Si suscribe o anula la suscripción del usuario en cuestión aquí, éste será informado por correo electrónico.

Grupos de usuarios

Página: Opciones » Administración de usuarios » Grupos de usuarios

Necesita grupos de usuarios si desea dar permiso a sus usuarios para llevar a cabo determinados comandos. Estos tipos de permiso se asignan siempre por medio de grupos de usuarios. Por ejemplo, si desea restringir una página a unos usuarios concretos, primero debe enlazar la página oportuna al grupo de usuarios correspondiente. También debe asignar los usuarios correspondientes a dicho grupo de usuarios.

Para crear un nuevo grupo de usuarios, dispone de las opciones siguientes:

- Introduzca el nuevo grupo de usuarios en la tabla. Para obtener más información, véase Añadir registros, en la página 21.
- Al crear un grupo de clientes en **Clientes » Grupos de clientes**, se crea automáticamente un grupo de usuarios con el mismo nombre. Para obtener más información sobre los grupos de clientes, véase Grupos de clientes, en la página 88.

Para ver una lista de los usuarios asignados, haga clic en el identificador del grupo de usuarios. Para añadir usuarios a la lista, dispone de las opciones siguientes.

- Proceda según lo descrito en Añadir registros, en la página 21.
- Añada un cliente registrado a un grupo de clientes.
Este cliente se añadirá automáticamente como usuario al grupo de usuarios del mismo nombre que el grupo de clientes.

Registro

Página: Opciones » Administración de usuarios » Registro

Esta sección define el contenido del formulario de registro. Sus visitantes deben rellenar este formulario al registrarse. Por el hecho de registrarse, los usuarios pasan a ser usuarios.

Las opciones de registro se describen en *Registro, en la página 56*.

Identificación

Página: Opciones » Administración de usuarios » Identificación

Esta sección le permite definir las opciones para acceder a su sitio web.

Mediante la opción *Es necesario identificarse*, puede hacer que la identificación sea obligatoria para sus usuarios. Esto significa que sólo los visitantes que tengan una cuenta de usuario podrán navegar por su sitio web. Los nuevos visitantes sólo podrán acceder al sitio web cuando se hayan creado perfiles de usuario en el área de administración.

Introduzca un texto pertinente en el campo *Texto si es necesario identificarse* para informar a los visitantes no registrados de la configuración y explicar los pasos necesarios para registrarse.

El *Proceso de doble alta voluntaria* ofrece un registro seguro a usted y a sus clientes. El cliente recibe un correo electrónico tras el registro. Sólo cuando el cliente haga clic en un enlace especial finalizará el proceso de registro. El cliente tiene que confirmar que ha realizado el registro él mismo.

Una vez que empiece a utilizar la información de clientes para fines no restringidos al proceso de pedido, debe informar a sus clientes de los motivos por los que usa su datos, y los clientes deben aceptar dicho uso. Puede habilitar la opción *Activar política de privacidad...* para pedir a los clientes su consentimiento para guardar sus datos personales. Este paso garantiza que sus clientes están de acuerdo con esto antes de registrarse. Si la opción está activa, se pedirá la aceptación en los momentos siguientes:

- durante el registro
- en el caso de los clientes no registrados, al introducir su dirección en el proceso de pedido

Para obtener información sobre la política de privacidad, véase también *Política de privacidad, en la página 99*.

Administradores

Página: Opciones » Administración de usuarios » Administradores

Son administradores todos los usuarios que estén registrados en su sitio web y puedan trabajar en él.

Nota: El administrador creado por su proveedor no se puede eliminar desde la administración.

Detalles de administrador – Datos de identificación

Página: Opciones » Administración de usuarios » Administradores » Datos de identificación

Para ver más detalles sobre la pregunta de seguridad para la eliminación, véase *Pregunta de seguridad para acciones de eliminación, en la página 35*.

Nota: Para administradores de reciente creación, el sistema asigna la contraseña predeterminada *admin*. Debe introducirla como contraseña antigua al cambiar la contraseña por primera vez.

Detalles de administrador – Mensajes

Página: Opciones » Administración de usuarios » Administradores » Mensajes

Aquí se muestra una lista de todos los mensajes escritos por el administrador en todos los foros, blogs y libros de visitas de su sitio web.

Cálculo de impuestos

Matriz fiscal

Página: Opciones » Cálculo de impuestos » Matriz fiscal

Su proveedor le proporcionará una tabla con los tipos fiscales más empleados en las principales zonas fiscales. Esto se denomina matriz fiscal.

El tipo fiscal predeterminado y la zona fiscal predeterminada se marcan con un * en la tabla.

La opción predeterminada de la matriz fiscal es *sólo lectura*. Lo administra su proveedor. Si es preciso, también puede editar las entradas usted mismo. Para ello, haga clic en **Personalizar**. Después de confirmarlo, puede editar los valores de la matriz. Se aplica lo mismo a las zonas fiscales y los tipos fiscales.

Zonas fiscales

Página: Pedidos » Cálculo de impuestos » Zonas fiscales

Nota: No puede modificar las zonas fiscales hasta que haga clic en **Personalizar** en la página de la **Matriz fiscal**. Véase *Matriz fiscal, más atrás*.

Para definir una zona fiscal como predeterminada, haga clic en el botón de la fila correspondiente. La opción predeterminada de la zona fiscal se aplica en los momentos siguientes:

- Durante el cálculo de impuestos para precios de producto en el MBO

Si guarda precios brutos, se guardarán también los precios netos. Por otra parte, se utilizará el nivel de impuesto de la zona fiscal predeterminada.

- Durante la selección de la zona fiscal en la cesta de la compra

Si el cliente puede seleccionar su zona fiscal en la cesta de la compra, se mostrarán las zonas disponibles en un cuadro desplegable. La zona fiscal predeterminada aparece preseleccionada en este campo. Véase también *Cesta de la compra, en la página 55*.

La zona fiscal es la base para el cálculo de impuestos del cliente especificado. Por tanto, debe asignarse una zona fiscal a cada cliente. La asignación se puede hacer manual o automáticamente. Véase también *Cesta de la compra, en la página 55*. Durante la asignación automática, se analiza el país de la dirección del cliente y se determina la zona fiscal.

Asignación a países

En la sección **Asignación a países**, verá una lista de los países asignados a las distintas zonas fiscales. Los países contenidos en la lista se pueden organizar en las opciones de país. Véase *Países, en la página 53*.

Nota: Si desea modificar la asignación de país, debe ir a la página **Matriz de impuestos** y hacer clic en **Personalizar** para activar el modo de entrada. Véase *Matriz fiscal, más atrás*.

En el modo de entrada, para cada país aparece un menú desplegable con una lista de las zonas fiscales creadas en **Zonas fiscales**. Puede utilizarlos para cambiar la asignación de las zonas fiscales.

Por otra parte, puede crear "Zonas fiscales especiales" para cada país. Se trata de zonas de un país donde se aplican impuestos distintos. Para asignar a una zona así sus propios impuestos, haga lo siguiente:

1. Cree una zona fiscal en la sección **Zonas fiscales**.
2. Vaya a **Asignación a países**.
3. Haga clic en **Añadir excepción** para el país correspondiente.
4. Introduzca el nombre y el código postal de la zona especial y seleccione la zona fiscal recién creada en el menú desplegable.
5. Haga clic en **Guardar**.
6. Pase a la ficha **Matriz fiscal**.
7. Introduzca los datos fiscales correspondientes en la fila de la nueva zona fiscal.
8. Haga clic en **Guardar**.

Tipos fiscales

Página: Pedidos » Cálculo de impuestos » Tipos fiscales

Nota: No puede modificar los tipos fiscales hasta que haga clic en **Personalizar** en la página **Matriz fiscal**. Véase *Matriz fiscal, en la página 42*.

Para definir un tipo fiscal como predeterminado, haga clic en el botón de la fila correspondiente. El tipo fiscal *predeterminado* será el predeterminado cuando se añadan nuevos productos.

Modelo fiscal

Página: Pedidos » Cálculo de impuestos » Modelo fiscal

Aquí puede configurar si los precios indicados son netos o con impuestos incluidos al mostrarse en la tienda.

Mostrar y calcular precios en la tienda

El modo en que se muestran y se calculan los precios en la cesta de la compra también depende del modelo fiscal definido.

En función del modelo fiscal que se haya configurado, se genera un texto para el precio junto con éste. Véase *Textos, en la página 57*.

Puede especificar un modelo fiscal diferente para cada cliente. Véase *Detalles del cliente – General, en la página 85*.

Al seleccionar el modelo fiscal *Bruto*, puede determinar si se muestra el IVA en la cesta de la compra y en todos los correos electrónicos y documentos asociados al pedido. En algunos casos, los comerciantes no tienen que mostrar los impuestos. Tenga en cuenta que estas opciones también deben ajustarse al texto mostrado además de los precios de los productos. Para obtener más información, véase *Textos, en la página 57*.

Introducir precios

La opción *Introducción de precios en la administración en función de* estipula si los precios indicados son netos o incluyen IVA. Esto afecta a los precios de productos asociados a un tipo fiscal.

El modelo fiscal no diferencia entre precios para los que no se ha asignado ningún tipo fiscal. Dichos precios incluyen, por ejemplo, los valores de cupones.

Entrega

Aquí puede administrar y configurar las formas de entrega que ofrece en la tienda. El sistema proporciona tipos relevantes que constituyen la base para las distintas formas.

Formas de entrega

Página: Opciones » Entrega » Formas de entrega

El sistema proporciona los siguientes tipos internos como base para las formas de entrega:

Entrega gratuita	Base para formas de entrega que no incluyen costes adicionales.
Precio fijo	Base para formas de entrega con precio fijo.
Límite de exención	Base para formas de entrega con límites de precio. Con esto, puede ofrecer a sus clientes <i>Entrega gratuita</i> para artículos a partir de un determinado valor total. Véase <i>Formas de entrega con límite de exención</i> , en la página 45.
Total de la cesta de la compra	Base para formas de entrega en que el precio depende del valor del pedido. Además de los precios de los productos, se pueden tener en cuenta cupones y descuentos al calcular el valor del pedido; véase <i>Forma de entrega Total de la cesta de la compra</i> , en la página 45.
Peso de los productos de la cesta de la compra	Base para formas de entrega en que el precio depende del peso del pedido. Los costes de entrega dependen del peso de los productos de la cesta de la compra; véase <i>Forma de entrega Peso de los productos de la cesta de la compra</i> , en la página 45.
Cantidad de productos de la cesta de la compra	Base para formas de entrega en que el precio depende del número de productos del pedido. Los costes de entrega dependen del número de productos de la cesta de la compra; véase <i>Forma de entrega Número de productos en la cesta de la compra</i> , en la página 46.

Puede establecer la secuencia de todas las formas de entrega mediante la clave de clasificación de la tabla. Para obtener más detalles, véase *Clasificación mediante claves de clasificación*, en la página 22.

Propiedades generales de las formas de entrega

Página: Opciones » Entrega » Formas de entrega » [forma de entrega] » General

Las propiedades y los parámetros de las distintas formas de entrega se basan en diferentes tipos. Las propiedades generales son las mismas para todas las formas de entrega.

Puede restringir la selección de métodos de envío en la cesta de la compra para productos independientes. Para ello utilice el campo *Permitir para todos los productos*. Si selecciona "Sí", todos los productos se pueden enviar con este método de envío sin realizar cambios adicionales. Si selecciona "No", el envío con este método solo se puede realizar para productos que se activen individualmente para este método.

El uso de una forma de entrega puede verse limitado por la región geográfica. Seleccione la región en el campo *Permitir uso para las siguientes direcciones de entrega*. Estas regiones deben definirse de antemano. Para obtener más información, véase *Regiones*, en la página 53.

Dentro de *Nota*, puede indicar información adicional sobre la forma de entrega. Durante el proceso del pedido se muestra al cliente el texto dependiente del idioma, justo debajo de la forma, y se imprime el albarán.

Los campos *Visible* y *Predeterminada* no están activos para la forma marcada como *Predeterminada*. Si desea editar las opciones de esta forma, primero tendrá que definir otra forma como predeterminada.

Para todas las formas de entrega cobrables hay una ficha adicional **Opciones** que contiene opciones concretas para cada forma. Esta ficha se emplea para definir el tipo fiscal, los valores máximos y las bases de cálculo. Se muestra el modelo fiscal actual para los precios; véase *Modelo fiscal*, en la página 43.

Formas de entrega con límite de exención

En la factura para el cliente se utilizará el precio base, siempre que el valor del pedido sea inferior al límite definido.

En el campo *Gratuito si se supera un valor de pedido de*, puede definir el valor de la cesta de la compra por encima del cual la entrega será gratuita para el cliente.

También puede definir cómo se determina el límite.

Forma de entrega *Total de la cesta de la compra*

Indique a partir de qué precios parciales se calcula el precio total. En función de ese precio total, puede escalar los costes de entrega.

Para cada área de precio, puede definir un precio base y un multiplicador de cálculo. El multiplicador determina la parte variable del precio de entrega, el precio base y la parte constante. Los costes de entrega se calculan según la fórmula de debajo de la tabla.

Para crear precios escalonados:

1. Introduzca el área de 0 a *ilimitado* para cada moneda, el multiplicador y el precio base para el primer valor límite (por ejemplo, 50 euros).
2. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.
3. Introduzca el primer límite en el campo de la columna *Precio de la cesta de la compra desde*, como 50 €.
4. Introduzca el multiplicador y el precio base. Estos valores se aplican desde el límite a *ilimitado*.
5. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Forma de entrega *Peso de los productos de la cesta de la compra*

Indique en qué unidad de peso se calcula el peso de los productos de la cesta de la compra. Utilice esta unidad de peso para definir las escalas de precios para sus costes de entrega.

Para cada nivel de peso, puede definir un precio base y un multiplicador de cálculo. El multiplicador determina la parte variable del precio de entrega, el precio base y la parte constante. Los costes de entrega se calculan según la fórmula de debajo de la tabla.

Para crear precios escalonados:

1. Introduzca en el área de 0 a *ilimitado* un factor y un precio base para cada moneda para el primer valor límite (por ejemplo, 500 g).
2. Puede guardar todas las modificaciones con **Guardar**.
3. En el nuevo campo de entrada de la columna *Peso desde*, introduzca el primer valor límite (por ejemplo, 500 g).
4. Introduzca el multiplicador y el precio base. Estos valores se aplican desde el límite a *ilimitado*.
5. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

También se pueden emplear valores negativos para el precio base. Esto le permite utilizar modelos como: hasta 20 kg, costes de entrega de 5 euros, más de 20 kg, every additional Kg costs 0.50 cents.

Forma de entrega *Número de productos en la cesta de la compra*

Para cada cantidad, puede definir un precio base y un multiplicador de cálculo. El multiplicador determina la parte variable del precio de entrega, el precio base y la parte constante. Los costes de entrega se calculan según la fórmula de debajo de la tabla.

Así se crean precios escalonados.

1. Introduzca en el área de 0 a *ilimitado* un factor y un precio base para cada moneda para el primer valor límite (por ejemplo, 50 g).
2. Puede guardar todas las modificaciones con **Guardar**.
3. En el nuevo campo de entrada de la columna *Cantidad desde*, introduzca el primer valor límite (por ejemplo, 50).
4. Introduzca el multiplicador y el precio base. Estos valores se aplican desde el límite a *ilimitado*.
5. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Forma de envío DHL

DHL ofrece la posibilidad de franqueo en línea. Así puede pagar, crear e imprimir sellos de franqueo para su envío de forma rápida y sencilla. Para obtener más información al respecto, vaya a www.dhl.de/onlinefrankierung.

Para poder utilizar estas funciones en su tienda, tiene que crear una forma de entrega *Entrega mediante DHL*. Para pedidos con esta forma de entrega, cree un albarán de DHL. Puede generar y pagar el franqueo de envío mediante ese albarán.

En **Pedidos » Envíos » Envío DHL**, encontrará todos los pedidos a los que se ha asignado un número de envío de DHL.

En **Pedidos » Transacciones » Franqueo en línea DHL**, encontrará todas las transacciones en las que ha pagado franqueo de entrega en línea.

Para crear y pagar pedidos de sellos de franqueo de DHL en línea, haga lo siguiente:

1. Cree una forma de entrega *Entrega mediante DHL*.
2. Abra los detalles de la ficha **Opciones**.
3. Seleccione la forma de pago que desea utilizar para pagar los costes de entrega con DHL.
4. Seleccione para ello las casillas de verificación correspondientes. La casilla de verificación para confirmar las Condiciones generales es un campo obligatorio.
5. Introduzca los valores para calcular los costes de entrega.
6. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.
7. Abra la ficha **Texto**. Introduzca un texto si desea que el cliente lo vea en el correo electrónico de confirmación del pedido.
8. Ajuste la forma de entrega de la ficha **General** a Visible.
9. Después de realizar un pedido con la forma de entrega *Entrega using DHL*, recibirá una alerta por correo electrónico. (Si tiene la opción correspondiente activada en **Opciones**.) De lo contrario, tendrá que buscar periódicamente entre los pedidos aquellos con DHL.
10. Abra la ficha **Documentos** en los detalles de los pedidos con DHL.
11. Cree una etiqueta de Envío DHL.
12. Abra los detalles de la etiqueta de envío DHL e introduzca todos los datos necesarios.
13. Guarde todas las modificaciones.
14. Haga clic en **Proceder al franqueo en línea DHL**.
15. Pague el importe con la forma de pago que tenga definida en las opciones. Recibirá un correo electrónico de confirmación. Durante el pago, DHL creará una cesta de la compra para usted, que puede utilizar para imprimir el franqueo del envío.
16. Volverá al MBO y verá la cesta de la compra de DHL.
17. Desde esta cesta de la compra, puede imprimir y guardar el franqueo de envío.
18. Después de realizar una prueba de impresión correcta, empiece a imprimir el franqueo.

19. El número de envío se indica en la cesta de la compra de DHL y en la lista de envíos de DHL.
20. Una vez recibido y registrado el envío por DHL, usted y su cliente serán informados por DHL de la posibilidad de hacer un seguimiento del envío mediante el número de envío.

Puede utilizar acciones por lotes para crear sellos de franqueo para varios pedidos al mismo tiempo. Para ello, seleccione los pedidos de DHL en la tabla de pedidos y active el comando correspondiente de proceso por lotes.

A continuación, se crearán las etiquetas de envío de DHL y se mostrarán una tras otra. Introduzca los datos de entrega de cada etiqueta de envío de DHL. Al final, pague el importe total e imprima el franqueo de entrega.

Entrega con SEUR

Para añadir SEUR como forma de entrega primero tendrás que configurar los servicios logísticos de SEUR. Ten en cuenta que deberás abrir una cuenta con SEUR para poder integrar sus servicios en tu tienda.

Sigue los siguientes pasos para configurar SEUR como operador logístico:

1. En la sección **Entrega** dirígete a la pestaña **Logística**.
2. En el menú desplegable selecciona SEUR, haz clic en **Guardar** y a continuación en **Completarlo**.
3. En la siguiente pantalla te aparecerán los campos para configurar SEUR.

Nota: Si todavía no tienes una cuenta con SEUR, podrás crear una ahora desde el vínculo que aparece en el primer punto de las instrucciones.

Una vez hayas configurado SEUR como operador logístico, tendrás que crear un método de envío para usar SEUR. Para ello, sigue los siguientes pasos:

1. Dirígete a la pestaña **Formas de entrega** y en el menú desplegable selecciona entre las opciones de *Peso de los productos de la cesta de la compra* y *Precio fijo*.
2. En el campo de la izquierda escribe el nombre que le quieras dar a esta forma de entrega, por ejemplo, Entrega con SEUR. Haz clic en **Guardar** y a continuación en **Completarlo**.
3. En la pestaña **General** puedes definir el nombre, texto y logotipo del tipo de entrega.
4. En **Opciones** puedes escoger el tipo fiscal y determinar los costes de envío (dependientes o no del peso).
5. Cuando hayas acabado, haz clic en **Guardar**.

Por último, tendrás que asignar las **Dependencias** para que esta forma de entrega esté operativa:

1. En la pestaña de **Logística**, haz clic en **Dependencias**.
2. A continuación, selecciona SEUR en el menú desplegable y haz clic en **Guardar**.

Una vez realizado este último paso, SEUR ya estará disponible en tu tienda.

Dependencias

Página: Opciones » Entrega » Dependencias

Página: Opciones » Pago » Dependencias

Aquí puede definir qué formas de pago se pueden utilizar para formas de entrega específicas y pueden ser seleccionadas por los clientes.

Se establece una asignación especial mediante la columna *Sin entrega*. Puedes vender bienes o servicios para los que la entrega no es necesaria o útil, pero que debe pagarse. Utilice la columna *Sin entrega* para asignar los productos o servicios que no se envían a las formas de pago correspondientes. Una vez creada una forma de pago, se selecciona la casilla de verificación de forma predeterminada.

Nota: Después de haberse creado, se asigna de manera predeterminada una forma de pago a todas las formas de entrega. Del mismo modo, se asignan nuevas formas de entrega a todas las formas de pago. Quite las marcas de verificación para las combinaciones que no ofrezca.

Asegúrese de que hay al menos una combinación activada. De lo contrario, no se podrán realizar pedidos en la tienda.

Opciones de entrega

Página: Opciones » Entrega » Opciones de entrega

Mediante las opciones de entrega, puede ofrecer a sus newsletter un servicio asociado al pedido. Aquí es donde puede preparar servicios como envoltorios para regalo o similares. El cliente puede acceder a este servicio haciendo clic en un enlace de la cesta de la compra.

Puede definir el nombre del enlace en el campo *Mostrar nombre en la cesta de la compra*.

Opciones de entrega: Detalles - generales

La descripción se muestra al cliente durante la selección de las opciones. Utilícelos para ofrecer a los clientes toda la información necesaria sobre la opción de entrega concreta.

Si activa la opción *Mostrar campo de entrada*, el cliente puede indicar un texto sobre la opción de entrega. Esto resulta útil para opciones de entrega como tarjetas de felicitación.

Opciones de entrega: Detalles - Selección

En **Selección**, puede crear todas las variantes de una forma de entrega que podrá seleccionar su cliente. Puede tratarse, por ejemplo, de varias imágenes para la tarjeta de felicitación o del tipo de envoltorio.

Puede describir cada variante con un nombre o una descripción breve. Los nombres se muestran en los campos de entrada. Introduzca los cambios directamente en el campo correspondiente.

También tiene la posibilidad de añadir una imagen. Para obtener más detalles sobre el uso de imágenes, véase *Cargar imágenes*, en la página 29. Haga clic en la imagen para verla en su tamaño original.

Nota: La variante seleccionada se aplica a toda la cesta de la compra, y no a productos particulares.

Pago

Formas de pago

Página: Opciones » Pago » Formas de pago

Hay diversas formas de pago disponibles que puede ofrecer a sus clientes pago. Hay tanto formas internas como ofertas de proveedores externos.

El sistema proporciona los tipos para las formas internas. Debe confirmar manualmente todos los procesos. Los tipos internos son:

Gratis	Si se emplea esta forma, no se cobra ningún otro gasto al cliente.
Precio fijo	Puede definir el importe adicional que debe pagar el cliente si usa esta forma de pago.

Límite de exención	Puede definir el importe adicional que debe pagar el cliente si usa esta forma de pago. Además, puede definir un valor límite (<i>Límite</i>) por encima del cual el cliente debe pagar un pedido.
Domiciliación bancaria	Si se emplea esta forma, no se cobra ningún otro gasto al cliente. Este tipo comprueba que se piden los datos bancarios del cliente durante el proceso de pedido en la tienda. Se comprueba la integridad de la información introducida, pero no su exactitud. No se lleva a cabo ninguna prueba de la existencia de la cuenta introducida ni de la existencia de fondos suficientes.
Domiciliación bancaria vía fax	Si se emplea esta forma, no se cobra ningún otro gasto al cliente. El cliente descarga un formulario de fax durante el proceso del pedido, y lo utiliza para enviar sus datos bancarios.
Tarjeta de crédito	Utilice esta forma si desea ofrecer a sus clientes pago con tarjeta de crédito y editar los datos manualmente.

Para las formas de pago externas, las transacciones se realizarán en las plataformas de los proveedores externos. Se trata de proveedores como PayPal o Skrill. El cliente será transferido al sistema del proveedor para el proceso de pago, donde se recabarán, comprobarán y procesarán todos los datos necesarios. Después de eso, el cliente vuelve a la tienda. Los pedidos correspondientes se pueden organizar por números de transacción. Hay una lista de transacciones para cada proveedor, que puede ver en **Pedidos**.

Establezca como predeterminada la forma de pago más utilizada por sus clientes.

Cada forma de pago se puede asignar a grupos de clientes. Esto significa que sólo aquellos clientes pertenecientes a un grupo de clientes asignado pueden utilizar esta forma de pago. Así pues, sólo se muestra para estos clientes. La asignación se gestiona en la ficha **Grupos de clientes**, en los detalles de cada forma de pago.

Propiedades generales de las formas de pago

Página: Opciones » Pago » Formas de pago » [forma de pago] » General

Las propiedades generales son básicamente las mismas para todas las formas de pago. Si una de estas opciones para una forma no está disponible, no aparecerá, o bien estará sombreada.

Pago aplazado disponible

Permite a sus clientes utilizar su oferta de financiación. Para ello, es preciso configurar el pago diferido. Véase *Pago aplazado*, en la página 50.

Restricción de disponibilidad

Especifique un valor mínimo y uno máximo del pedido para cada forma de pago. La forma de pago no se muestra en el proceso de pedido si el valor del pedido no coincide con los parámetros especificados. Si no desea establecer un valor mínimo o máximo del pedido, no complete estos campos.

Debe especificar el valor mínimo del pedido para todos los pedidos, sea cual sea la forma de pago utilizada, en *Opciones » Opciones de la cesta*. Para obtener más información, consulte *Cesta de la compra*, en la página 55.

Descuento o cuota

Aquí puede indicar un descuento o una cuota para la forma de pago. Indique un descuento para las formas de pago que prefiere que los clientes utilicen con mayor frecuencia. También es posible cargar los costes de una forma de pago aplicando una cuota.

Creación del pedido

Esta opción resulta útil para formas de pago de proveedores externos. Le ayuda a gestionar si el sistema debe guardar el pedido antes o después del proceso de pago. Si guarda el pedido de antemano, siempre tendrá los datos del pedido, aunque el proceso de pago dé errores en el sistema externo. Luego puede comentar el pedido con el cliente y resolver el problema.

Permitir el uso para las siguientes direcciones de facturación

Aquí puede limitar las formas de pagos a regiones específicas. Para obtener más información, véase *Regiones, en la página 53*.

Comentario

Este texto se muestra al cliente el contenido dependiente del idioma, justo debajo de la forma, y se imprimen los documentos del pedido.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

¡Atención! Debe haber una forma de pago visible para que pueda ser seleccionada en la tienda.

Los campos *Visible* y *Predeterminada* no están activos para la forma marcada como *Predeterminada*. Si desea editar las opciones de esta forma, primero tendrá que definir otra forma como predeterminada.

Para las formas de pago con opciones especiales, hay una ficha de **Opciones** adicional. Esta ficha se emplea para definir valores como el tipo impositivo, los valores máximos y las bases de cálculo, entre otros parámetros. Se muestra el modelo fiscal actual para los precios; véase *Modelo fiscal, en la página 43*.

Forma de pago con tarjeta de crédito, manual

Página: Opciones » Pago » Formas de pago » [tarjeta de crédito, manual] » Opciones

La tabla muestra todas las tarjetas de crédito con procesamiento manual. Mediante los menús desplegables, puede definir qué información adicional debe introducir el cliente para qué tarjeta de crédito, y los campos de entrada correspondientes son obligatorios u opcionales.

De forma predeterminada, se muestran los campos de entrada *Número de tarjeta*, *Titular de la tarjeta* y *Fecha de caducidad*. Esto no se puede modificar.

Utilice un elemento de página para mostrar en la tienda las tarjetas de crédito aceptadas. En la sección **Logotipos de tarjetas de crédito**, seleccione los logotipos oportunos. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**. Para obtener más información, véase la sección *Elementos de página y navegación*, en el capítulo *Elementos de página y navegación, en la página 119*.

Los datos de la tarjeta de crédito se eliminan después de establecer el estado como *Pagado* o *Rechazado*. La única información que permanece es una nota indicando que el pedido ha sido pagado con tarjeta de crédito. A efectos de protección de datos, recuerde configurar el pedido como *Pagado* o *Rechazado* lo antes posible.

Pago aplazado

Página: Opciones » Pago » Pago aplazado

Puede ofrecer a sus clientes pago aplazado para diversas formas de pago. Puede activarlo en las opciones generales haciendo de la forma de pago correspondiente en el botón de opción *Posibilidad de pago aplazado*; véase *Propiedades generales de las formas de pago*, en la página 49.

Los distintos campos del pago aplazado tienen los significados siguientes:

Tabla 4: Campos para pago aplazado

Nombre de campo	Descripción	Tipo de campo	Ejemplo
Texto para el paso "Financiación" del proceso de pedido	Este texto se muestra en el sitio web con la tabla de opciones de financiación. Proporcione a sus clientes toda la información y las notas relacionadas con sus opciones de pago aplazado.	Campo de texto	Podemos ofrecer opciones de pago aplazado para su pedido. Seleccionar...
Moneda	Moneda en la que define la cuota mensual; Una tabla por moneda	Menú desplegable	
Cantidad mínima	Cantidad de pedido por encima de la que ofrece pago aplazado	Campo de entrada, alfanumérico	1000
Tipos de interés para el número de plazos mensuales	Tipo de interés anual para el plazo; Las duraciones posibles se indican en meses en los encabezados de columna. Introduzca los valores para las duraciones que ofrezca.	Campo de entrada, alfanumérico	5

Nota: Para los tipos de interés, basta con introducir el tipo de interés anual; el sistema calculará las cantidades mensuales.

Se ofrecerá a los clientes una selección de los modelos de financiación disponibles en el proceso de pedido. En el resumen del pedido, se muestra la financiación seleccionada.

En la línea *Forma de pago*, además de los parámetros del pago aplazado, se indica la cantidad adicional que debe pagar el cliente para usar esta forma de pago.

Las cuotas se calculan de acuerdo con la fórmula siguiente:

$$R = \frac{P \cdot q^Z \cdot (q - 1)}{q^Z - 1} \text{ (when } q = 1 + \frac{IR}{12 \cdot 100} \text{ for continual, monthly payments)}$$

Aquí, Z es la duración en meses y P el valor del pedido en la moneda indicada.

En el proceso de pedido, también se especifica el APR junto con el tipo de interés y la cuota mensual. Éste es el cálculo compuesto. El procedimiento se define para Alemania en la Normativa alemana de indicación de precios (Preisangabenverordnung – Pangv).

Opciones del país

En las opciones del país, puede definir los idiomas, las monedas, los países y las regiones que se utilizan en su sitio web. Corre de su cargo el contenido dependiente del idioma, como las descripciones de producto, el contenido de las newsletter o el precio correcto en los clientes seleccionados.

Idiomas

Página: Opciones » Opciones del país » Idiomas

En esta página, puede preparar los idiomas para el sitio web y las áreas de administración. Para consultar una introducción a esto, véase *Dependencia del idioma, en la página 22*.

La tabla recoge todos los idiomas que ha activado para el sitio web. Se muestran automáticamente los países oportunos con el idioma.

Para cada país, al hacer clic en el icono , aparecerán los formatos específicos que deben tenerse en cuenta al introducir información.

Utilice el botón de opción de la columna *Predeterminado*, para definir el idioma predeterminado del sitio web. Las entradas deben hacerse visibles antes de poder establecerse como predeterminadas.

Mediante la clasificación de la columna *Idioma de clasificación*, puede indicar en qué secuencia se muestran los idiomas en el campo de selección. Véase *Dependencia del idioma, en la página 22*.

Mediante la clasificación de la columna *País de clasificación*, puede indicar en qué secuencia se muestran los países en el sitio web.

Para activar un nuevo idioma, selecciónelo del menú desplegable al final de la tabla y confírmelo con **Guardar**.

Nota: Los idiomas enumerados en el menú desplegable son parte de la instalación. Si necesita más idiomas, póngase en contacto con su proveedor.

Antes de poder desactivar un idioma, debe asegurarse de que ninguno de los países asociados está definido como *Predeterminado*, y de que todos los países asociados están configurados como *No visibles*. Una vez satisfechos estos requisitos, puede desactivar el idioma tal como se describe en *Eliminación de registros, en la página 21*. El idioma seguirá disponible en el menú desplegable.

¡Atención! Cuando active un nuevo idioma, compruebe en todos los objetos (productos, categorías, etc.) los campos dependientes del idioma e introduzca una traducción. Si no existen datos de texto en los idiomas correspondientes, no se podrá mostrar.

Si ha configurado más de un idioma para su sitio web, debe ofrecer a sus visitantes la opción de seleccionar un idioma de preferencia. Hay un elemento de página correspondiente para esto. Para saber más al respecto de trabajar con elementos de página, véase *Elementos de página y navegación, en la página 119*.

Monedas

Página: Opciones » Opciones del país » Monedas

En esta página, puede preparar las monedas entre las que podrán seleccionar sus clientes. La moneda seleccionada por el cliente permanece activa hasta que se seleccione explícitamente otra o hasta que finalice la sesión.

Utilice el botón de opción de la columna *Predeterminada* para definir la moneda predeterminada de la tienda. Las entradas deben hacerse visibles antes de poder establecerse como predeterminadas.

Para activar una nueva moneda, selecciónela del menú desplegable al final de la tabla y confírmela con **Guardar**.

Para eliminar una moneda, siga los pasos descritos en *Eliminación de registros, en la página 21*. La moneda seguirá estando disponible en el menú desplegable.

¡Atención! Los productos cuyo precio no se indique en una moneda concreta no podrán ponerse en la cesta de la compra ni pedirse en esa moneda.

Si desea ofrecer productos sin cargo, como panfletos o folletos, introduzca un precio de 0,00.

Caso especial: francos suizos

Debido al hecho de que, en Suiza, la unidad de moneda más pequeña son 5 rappen, todos los precios deben redondearse en incrementos de 5 rappen; es decir, el precio debe acabar en 5 o en 0.

Cuanto introduzca precios en la moneda *Francos suizos*, el sistema verificará la entrada y redondeará el precio si es preciso.

Países

Página: Opciones » Opciones del país » Países

Aquí puede especificar los países disponibles para los usuarios al registrarse en su sitio web, o al introducir su dirección.

Para añadir un nuevo país a la lista, selecciónelo en el menú desplegable debajo de la tabla y haga clic en **Guardar**.

Para eliminar un país de la tabla, proceda según se describe en *Eliminación de registros, en la página 21*. Con ello, se eliminará la entrada de la tabla. Sin embargo, el país seguirá disponible en el menú desplegable debajo de la tabla, y se puede volver a añadir en cualquier momento.

Nota: Tenga en cuenta que, si selecciona un país de la lista, debe poder garantizar el proceso de pedido y la entrega en ese país. Incluya únicamente en su lista aquellos países en los que puede entregar en las condiciones dadas.

Regiones

Página: Opciones » Opciones del país » Regiones

Las regiones son la base de las formas de entrega y de pago específicas de áreas. Puede utilizar las regiones para definir qué formas de entrega y de pago están disponibles para sus clientes en varios países.

Las regiones se basan en países definidos en *Opciones » Opciones del país » Países*. Para saber más al respecto, véase *Países, más atrás*. Durante el proceso de pedido, el país de la dirección de entrega y de facturación se verifica para su asignación a una región.

Para crear una nueva región, introduzca el nombre de la misma en el campo de entrada de la última fila. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**. Asigne los países respectivos a los detalles de la región. Para obtener más información al respecto, véase *Regiones - Detalles - General, en la página 54*.

Para asignar una forma de entrega o de pago a una región específica, haga lo siguiente:

1. Añada el país a la lista de países para la región en *Opciones » Opciones del país » Países*. Para saber más al respecto, véase *Países, más atrás*.
2. Crear una nueva región.
3. Seleccione los países correspondientes en los detalles de la región. Para obtener más información, véase *Regiones - Detalles - General, en la página 54*.
4. Abra la forma de entrega o de pago y seleccione la región deseada del menú desplegable *Permitir uso para las direcciones siguientes*. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Tenga en cuenta lo siguiente al utilizar regiones:

- Hay una nueva forma de entrega o de pago disponible en todos los países de la tienda de forma predeterminada.
- Si no hay ningún país asignado a una región, no se pueden introducir para una forma de entrega o de pago.
- Si se eliminan todos los países de una región, las formas de entrega y de pago asociadas se aplican a todos los países de la tienda.
- El cliente recibe un aviso si cambia el país o de la dirección de entrega o de facturación, y la forma de entrega o de pago seleccionada anteriormente deja de estar disponible.
- PayPal Express y Google Wallet no se pueden limitar a una región porque la dirección de facturación es desconocida. Por lo tanto, estas formas de pago no requieren las opciones descritas en la administración. Las formas de entrega que están asignadas a estas formas de pago deben admitir los países que se pueden seleccionar como países de entrega en el sistema de pago.
- Mediante las regiones, puede definir varios precios para varias zonas de entrega:
Por ejemplo, puede tener un precio diferente para la entrega mediante UPS en Alemania que para la entrega mediante UPS a otros países de la UE. Para ello, debe crear dos regiones: Alemania y UE. A continuación, cree dos formas de entrega: *UPS Alemania* y *UPS No UE (excepto Alemania)*. Asigne las formas de entrega a las regiones correspondientes.
- Los nombres de las regiones deben asignarse de forma que el cliente pueda ver inmediatamente a qué regiones se aplica una forma.

Regiones - Detalles - General

El nombre de la región se puede editar en el campo *Identificador*.

La tabla enumera todos los países que haya asignado en **Opciones » Opciones del país » Países**.

Eventos de correo electrónico

Página: Opciones » Eventos de correo electrónico

Para determinados eventos, su sitio web envía correos electrónicos a usted y a sus clientes. Por ejemplo, un cliente recibe un correo electrónico cuando se registra por primera vez. Puede indicar los eventos para los que desea que se envíen mensajes de correo electrónico. Además, puede editar el texto de los mensajes de correo electrónico, especificar los destinatarios y enviarse a sí mismo un correo electrónico de prueba.

La página *Opciones » Eventos de correo electrónico* contiene una lista de todos los eventos de correo electrónico. Se desglosan por destinatario: Hay una subpágina para **Correos electrónicos al usuario** y una para **Correos electrónicos al administrador**.

Active o desactive los eventos directamente en la tabla haciendo clic en los cuadros de control pertinentes en la columna "Activado".

Si desea cambiar los destinatarios o el texto de un correo electrónico, haga clic en los nombres. En *Copia*, puede indicar más direcciones de correo electrónico a las que enviar este correo electrónico. El destinatario principal puede ver las direcciones de estos otros destinatarios. En *Copia oculta*, indique las

direcciones de correo electrónico a las que va dirigido este correo electrónico pero que no debe ver el destinatario principal.

Todos los correos electrónicos tienen un texto principal que no puede editar. En función del evento de correo electrónico, puede modificar el texto antes y después de este texto no editable, así como cambiar la firma. Si cambia la firma, estos cambios se aplican en todos los eventos de correo electrónico.

Opciones de la cesta de la compra

Aquí puede configurar el comportamiento de la cesta de la compra ante determinados eventos y definir las opciones básicas del proceso de pedido.

Cesta de la compra

Página: Opciones » Opciones de la cesta de la compra » Cesta de la compra

A continuación se enumeran algunas de las acciones y opciones que se especifican:

Utilice la opción *comando “Añadir a la cesta de la compra”* para determinar qué sucede cuando un cliente mete un producto en la cesta de la compra.

Utilice la opción *Añadir a la cesta de la compra* para determinar qué sucede cuando un cliente mete en la cesta de la compra un producto que ya estaba.

Utilice la función *Mostrar función “Añadir a la cesta de la compra”* para determinar el aspecto del botón que utilizan los clientes para añadir productos a la cesta de la compra.

Proceso de pedido permite especificar si el proceso de pedido debe seguir el esquema clásico o un esquema con pasos individuales (con dos pasos o más).

Si define un valor mínimo del pedido, puede establecer qué partes de la cesta de la compra se utilizan para calcular el valor del pedido. Seleccione una posibilidad en el campo de selección *El precio del valor mínimo del pedido se refiere a un total de...* El valor del pedido calculado de este modo se compara con el valor mínimo del pedido. Esta opción es independiente del modelo fiscal utilizado, de manera que se aplica igualmente a precios brutos y netos. Por lo tanto, no puede tener opciones de pedido mínimo distintas para diferentes modelos fiscales.

El estándar es que la zona fiscal se asigna automáticamente en función de la dirección del cliente. Mediante *Habilitar selección de la zona fiscal en la cesta de la compra*, puede permitir a sus clientes definir la zona fiscal ellos mismos. Recuerde que usted, como comerciante, debe verificar si la dirección de facturación del cliente se corresponde con la zona fiscal seleccionada o si el cliente puede realizar compras en la zona fiscal seleccionada.

Puede especificar si el procesamiento de pedidos solo está disponible para clientes registrados. Esta opción se aplica también en caso de las reservas.

Textos

Página: Opciones » Opciones de la cesta de la compra » Textos

Con frecuencia, es necesario mostrar la información del pedido e información adicional al cliente en la tienda. Para ello, dispone de los lugares siguientes:

- encima de la cesta de la compra
- debajo de la cesta de la compra
- en la página de confirmación del pedido

Puede pedir a sus clientes que acepten sus Condiciones generales durante el proceso de pedido. Hay una casilla de verificación con un texto para ello; si es preciso, puede modificar el texto.

Texto para la página de confirmación/Código de seguimiento de afiliación

Si su tienda forma parte de un programa de socios afiliados, puede integrar aquí el código de seguimiento pertinente. Los clientes de su tienda no pueden ver este código.

El código de seguimiento proporciona al socio afiliado información sobre el pedido que le permite registrar las transacciones de compra en su tienda.

El socio afiliado proporciona el código de seguimiento. Quizá haga falta incorporar marcadores de posición en el código; en el caso de un pedido, se sustituirán automáticamente por los datos pertinentes. Por ejemplo, el marcador de posición `#OrderTotalAmountNet` se sustituirá automáticamente por el importe neto total del pedido. Si desea ver un resumen de los marcadores de posición disponibles, en el área de administración haga clic en el símbolo ⓘ junto a *Texto para la página de confirmación/Código de seguimiento de afiliación*.

Registro

Página: Opciones » Opciones de la cesta de la compra » Registros

Esta opción le permite definir el contenido de los formularios que los visitantes deben rellenar en el sitio web. Son los siguientes:

- Formulario de alta para registrarse (nuevos clientes)
- Entrada de la dirección de facturación en el registro, el pedido o en **Mi cuenta**
- Entrada de la dirección de entrega en el pedido o en **Mi cuenta**

Haga clic en la casilla de verificación del campo deseado en la columna *Visible* para mostrar el campo correspondiente en el formulario.

Haga clic en la casilla de verificación del campo deseado en la columna *Obligatorio* para mostrar el campo como obligatorio en el formulario.

Los campos de dirección se incluyen en el formulario específico del país. La base para ello es el idioma seleccionado por el cliente para la tienda.

En la parte superior de la tabla, puede ver los atributos del sistema. Se crean de forma predeterminada. Puede utilizar estos campos pero no modificarlos.

En la parte inferior de la tabla, puede activar los atributos que haya creado usted mismo en **Clientes » Atributos del cliente**. Véase también *Atributos del cliente, en la página 88*. Haga clic en el nombre para editar los detalles.

Nota: Para enviar a sus clientes correos electrónicos de confirmación de pedidos y otros sucesos, debe definir el campo *Correo electrónico* como obligatorio.

Opciones de producto

General

Página: Opciones » Opciones de producto » General

Aquí puede definir si los números de producto de la tienda se muestran en listas de productos y en las páginas de detalles del producto como números de pedido.

Si los precios de las variantes de un producto concreto son distintos, puede introducir la información de precio correspondiente. Si muestra la variante más barata como predeterminada, debe escribir para los precios: “desde xx €”.

Disponibilidad

Página: Opciones » Opciones de producto » Disponibilidad

En esta página, puede definir cómo debe continuar el proceso del pedido en la tienda si un producto ya no está disponible, es decir, si su nivel de inventario es igual o inferior a 0.

La función requiere que rellene el campo Nivel de inventario para los productos. Si este campo no se rellena, la opción seleccionada no se tendrá en cuenta.

Si el nivel de inventario de un producto llega a 0 durante un pedido, la cantidad disponible se añadirá a la cesta de la compra en el caso de opciones con tope de pedido. Ejemplo: Por ejemplo, hay dos artículos en existencias pero se han pedido cuatro. Sólo se añadirán los dos artículos existentes a la cesta de la compra.

Si aumenta el nivel de inventario de un producto previamente agotado, el producto no se volverá a hacer *Visible* automáticamente, puesto que puede haber otras razones por las que sea *No visible*. Debe definir el producto como *Visible* en los detalles o mediante el proceso por lotes; véase *Productos, en la página 63*.

Puede configurar el sistema para que le avise en cuanto un producto haya alcanzado el nivel de inventario 0, o cuando haya alcanzado o descendido por debajo del nivel mínimo de inventario. Para ello, configure los mensajes de correo electrónico correspondientes en las opciones de correo electrónico. Para obtener más detalles, véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*.

Decida la información sobre disponibilidad y entrega que se mostrará según las existencias. Para ello, utilice marcadores de posición y visualizaciones condicionales. En el área de administración encontrará más información.

Venta cruzada automática

Página: Opciones » Opciones de producto » Venta cruzada automática

Al contrario que la venta cruzada manual (véase *Detalles del producto – Venta cruzada, en la página 77*), la venta cruzada automática se basa en el análisis de las conductas de compra del cliente (según el principio *Los clientes que han comprado este producto también han comprado estos otros productos*). En este proceso, se recogen datos sobre la frecuencia con que se compra un producto en relación a otro producto.

Establezca cuántos productos se muestran automáticamente como venta cruzada para un producto.

En el campo *Coincidencia mínima*, indique con qué frecuencia con que es necesario vender un producto junto con otro para que aparezca como producto de venta cruzada.

Nota: La función puede ralentizar la visualización de productos porque hay que leer varios productos de la base de datos y evaluar y gestionar información estadística. Por la misma razón, no está disponible la evaluación estadística inmediata y constante. Las estadísticas se calculan en los momentos en que hay menos usuarios identificados en el sistema.

Textos

Página: Opciones » Opciones de producto » Textos

En función del modelo fiscal, los precios de su tienda se mostrarán con o sin IVA incluido. Aparecerá un texto indicando que se muestra el modelo fiscal actual para los precios. Para mostrar precios en el sitio web, seleccione la sección que mejor se ajuste a su modelo fiscal.

Los textos deberían utilizarse también para informar a sus clientes de cualquier IVA que esté o no incluido y de cualquier gasto de entrega adicional. Por ejemplo, en Alemania, es habitual el texto *Precio inc. IVA ex entrega*.

Puede configurar el texto como desee, tanto para uno como para varios precios. Se puede dar formato a los textos. Para obtener más detalles sobre el formato, véase *Trabajar en los campos de texto, en la página 27*.

Por otra parte, puede mostrar un precio comparativo para el precio actual. Se puede prefijar un texto explicativo para el precio comparativo. Puede introducirlo en el campo *Texto antes de precio comparativo*. También puede seleccionar dar formato al texto con un efecto de tachado. Para ello, seleccione la casilla de verificación *Tachar precio comparativo*. La vista previa le muestra inmediatamente cómo se muestra el precio comparativo en la tienda. Para obtener más información sobre el precio de comparación y sobre cómo se usa, véase *Precio comparativo, en la página 68*.

Comparación de productos

Página: Opciones » Opciones de producto » Comparación de productos

Esta opción le permite dar la posibilidad a sus clientes de comparar productos en la tienda.

Si activa esta opción, el cliente puede seleccionar y comparar los elementos en cuestión en la tienda. Los productos se muestran en una tabla, con todos los atributos visibles. El cliente puede coger productos de esta tabla y ponerlos en su cesta de la compra, o guardarlos como lista de la compra.

Listas de la compra

Los clientes registrados pueden tener listas de la compra en *Mi cuenta*. En estas listas de la compra, se pueden guardar productos, cestas de la compra y pedidos. Para ello, hay enlaces en las páginas correspondientes.

Utilice esta opción para administrar la visibilidad de la función Listas de la compra.

Opciones de búsqueda

Puede establecer las opciones de la página de resultados de la búsqueda.

En *Visualización de resultados de búsqueda*, seleccione cómo quiere que se muestren los productos encontrados.

En *Consejos a tener en cuenta si la búsqueda no obtiene resultados*, puede especificar el texto que aparece si la búsqueda del usuario no genera ningún resultado. Por ejemplo, aquí puede incorporar un vínculo al formulario de contacto de su tienda.

Puede especificar que, en su tienda, la función de búsqueda se cambie automáticamente cuando un cliente obtenga un determinado nivel de categoría. Indíquelo mediante la opción *Cambiar para buscar a partir de esta profundidad de categoría*. Ejemplo: para esta opción, debe indicar el valor 2. Cuando un cliente acceda a la categoría *Chaquetas » Chaquetas de invierno*, aparecerá la búsqueda con filtro (véase a continuación).

Búsqueda con filtro

La búsqueda con filtro permite que los clientes filtren los resultados de búsqueda según criterios diferentes. De este modo, los clientes encuentran con más facilidad el producto que buscan.

Después de que un cliente haya buscado un término en su tienda, aparecen atributos junto a los resultados de la búsqueda con los que el cliente puede filtrar los resultados.

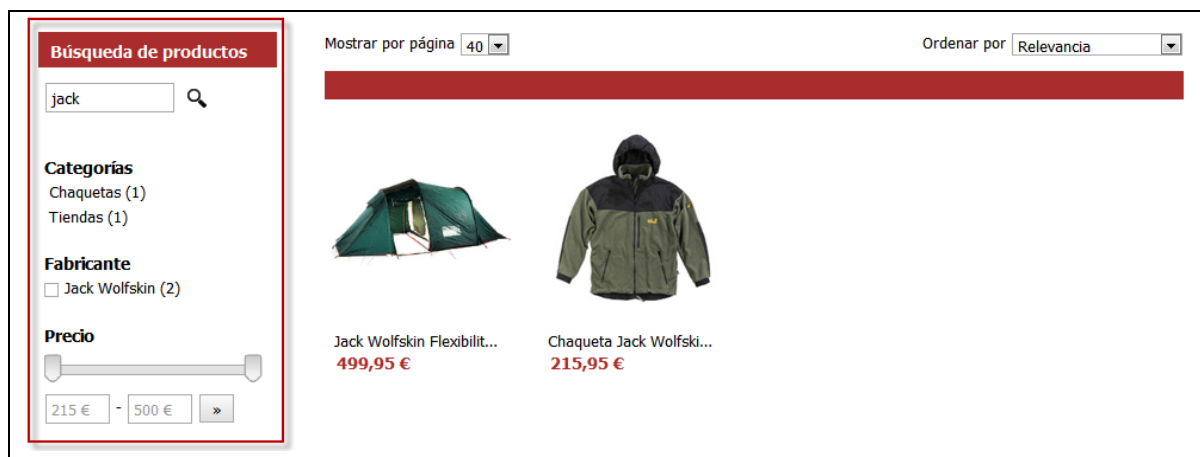


Figura 6: Búsqueda con filtro en la tienda s

Quizá sea preciso especificar en los atributos de producto qué atributos se utilizan para la búsqueda con filtro. Consulte *Atributos*, en la *página 80*. Algunos atributos de producto estándar como el precio, la evaluación de producto o la categoría siempre están activados en la búsqueda con filtro y no se pueden desactivar.

Estadísticas de la búsqueda

Página: Opciones » Búsqueda » Estadísticas de la búsqueda

Las estadísticas de la búsqueda proporcionan un resumen de los términos de búsqueda empleados en la tienda por sus clientes y la frecuencia con que se usan. La tabla contiene todos los términos de búsqueda empleados por su cliente. Se escriben todos en minúsculas, porque la búsqueda no distingue entre mayúsculas y minúsculas.

Puede ver la frecuencia con que se utiliza cada término de búsqueda y cuántos resultados se obtienen.

Se recomiendan las siguientes consideraciones o acciones:

- Utilice términos de búsqueda sin resultados en las descripciones o los nombres de productos.
- Utilice los términos de búsqueda como palabras clave para los productos que ofrece en estas áreas; véase el campo *Palabras clave para los buscadores*, en *Descripción*, en la *página 68*.
- Rellene los espacios existentes en su variedad añadiendo productos que se busquen a menudo.
- Muestre productos que se buscan a menudo en la página de inicio o en las categorías principales para que sus clientes los puedan encontrar inmediatamente.

Opciones de eBay

La interfaz de eBay le permite ofrecer sus productos en eBay. Encontrará la explicación y la manera de configurar y administrar ofertas en *eBay*, en la *página 147*.

Preparación

Para integrar eBay con ePages, debe comprender las funciones y las normas de la plataforma eBay. eBay ofrece esta información en su sitio web.

Regístrese con eBay como vendedor. Necesitará datos válidos de registro de vendedor para enviar artículos a eBay desde la tienda, ofrecerlos allí y recibir información de pedidos. Toda la información relevante para los vendedores se puede encontrar en la página de eBay dentro de *Vender*.

Configuración del correo electrónico de aviso

Al completar una oferta, el cliente recibe un correo electrónico del sistema con una nota sobre la realización del pago. Este correo electrónico es un correo automático del sistema con contenido estándar preconfigurado. No obstante, puede añadir sus propios consejos, información o anuncios. Abra el correo electrónico de remisión en *Opciones » Eventos de correo electrónico*. Para obtener más información, véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*.

Opciones generales

Página: Opciones » Opciones de eBay » General

Indique cuándo se actualiza el nivel de existencias del producto correspondiente, al publicar una oferta en eBay.

Defina un texto de opinión predeterminado que se utilizará para los artículos finalizados. Si es preciso, puede sobre sobrescribir esta opinión para cada oferta. A causa de las normas de eBay, como vendedor sólo puede indicar evaluaciones positivas.

Cuentas de eBay

Página: Opciones » Opciones de eBay » Cuentas de eBay

eBay utiliza plataformas de subasta distintas para cada país. Tiene que configurar su propia cuenta de eBay en la administración de la tienda para cada país donde desee crear ofertas de eBay. Esto determina ciertas opciones, como las listas de categorías o las formas de entrega y de pago disponibles.

Antes de crear una cuenta, debe configurar el idioma y la moneda necesarios. Véase también *Opciones del país, en la página 51*.

Para eliminar una cuenta, proceda según se describe en *Eliminación de registros, en la página 21*. Las cuentas siguientes no se pueden eliminar:

- Si aún existen artículos para esta cuenta
- Si la cuenta está definida como predeterminada en la configuración; véase *Valores predeterminados, en la página 151*.

Nota: Si desea crear una cuenta para un país que no está incluido en el menú desplegable, póngase en contacto con su proveedor.

Cuentas de eBay - Detalles

Página: Opciones » Opciones de eBay » Cuentas de eBay » [cuenta] » General

Introduzca la ubicación de su tienda. El contenido de los campos de selección lo proporciona la plataforma de subasta asignada.

Debe autenticar la cuenta actual de eBay a través de la plataforma de eBay. Para ello, es requisito previo tener una cuenta de vendedor en eBay.

Para mejorar la seguridad, eBay ha introducido un nuevo mecanismo de autenticación.

No puede intercambiar ningún dato con eBay sin autenticación. La autenticación tiene un límite de tiempo, y debe renovarse periódicamente. El sistema comprueba sus datos de autenticación con regularidad. Si ya

no son válidos, por el motivo que sea, recibirá un correo electrónico automático con el correspondiente informe de errores. Para recibir este correo electrónico, debe establecer la dirección de correo electrónico predeterminada del remitente en las opciones de correo electrónico. Para obtener más información, véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*.

Existen los métodos siguientes para autenticar una cuenta:

- Haga clic en el botón **Pedir autenticación**.

Después, debe identificarse en eBay. eBay verifica la información y genera el boleto correspondiente. Para transferirlo a su tienda, debe aceptar en la página de eBay. Volverá a la tienda. Verá la confirmación en el campo de autenticación en los detalles de la cuenta de eBay.

- Utilizar un boleto válido de otra cuenta.

Si ya dispone de una cuenta con una autenticación válida, puede utilizar el boleto de la otra cuenta. La función correspondiente se muestra en los detalles de la nueva cuenta.

Nota: La autenticación sólo se puede utilizar a partir de sistemas reales.

Plantillas

Página: Opciones » Opciones de eBay » Plantillas

eBay ofrece la posibilidad de presentar artículos utilizando su propio diseño y distribución. Puede utilizar esta opción en el área de administración de su tienda empleando las plantillas existentes o diseñando las suyas propias.

En la sección *Selección de patrones de plantilla*, hay plantillas preparadas que puede utilizar en la tabla y editar si es necesario.

Para añadir una nueva plantilla a la lista, dispone de las opciones siguientes:

- Proceda según lo descrito en Añadir registros, en la página 21.
- Vaya a la sección **Seleccionar plantillas de muestra**. Seleccione una plantilla de esta página y haga clic en **Aplicar**.

En la base de datos puede modificar el nombre y el texto de las plantillas; véase *Trabajar en los campos de texto, en la página 27*. Puede insertar marcadores de posición para los atributos del producto en el texto. Al crear el artículo, se emplean los valores reales del producto. Los marcadores de posición se encuentran a la derecha del campo de texto. Para insertar un marcador de posición, haga clic en su nombre. El marcador de posición se insertará en la posición actual del cursor.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Encontrará instrucciones sobre el empleo de estas plantillas con sus ofertas de eBay en la descripción del asistente de eBay en *Título, en la página 149*.

Nota: Por motivos de seguridad, eBay restringe el uso de contenidos de página activos, como JavaScript, Flash, etcétera. Si utiliza esos elementos en sus plantillas, es posible que sus páginas no se visualicen correctamente en eBay. Por consiguiente, compruebe cómo se ven sus artículos en eBay e introduzca las modificaciones necesarias en sus plantillas.

Opciones de documentos de pedido

Pueden crearse documentos de pedido como documentos PDF y enviarse por correo electrónico. Puede definir opciones básicas para textos y el envío de facturas.

Textos

Puede crear una plantilla de impresión para cada tipo de documento. También se utiliza para crear el documento PDF específico.

Esta plantilla se rellena con datos de ejemplo y áreas de entrada para texto. Haga clic en un campo de texto para editar la plantilla correspondiente.

Puede imprimir el encabezado y el pie mediante la opción *Mostrar encabezado y pie*. Si utiliza un membrete corporativo que ya tiene encabezado y pie, active *Sólo para documentos PDF*. En este caso, los encabezados y los pies sólo se muestran en la plantilla de impresión para los archivos PDF. Para imprimir en papel, no se sobrescriben.

Facturas en correos electrónicos

Puede hacer que, al definir un estado de pedido concreto, se envíe automáticamente un correo electrónico con la factura, como documento PDF.

La factura debe generarse previamente. Si existen varias facturas, se enviará la última que se ha creado.

Sólo se puede seleccionar la casilla correspondiente después haber activado el correo electrónico de evento al que pertenece. Para ello, haga clic en la casilla de verificación del evento de correo electrónico asociado. Configure la opción del evento en los detalles de *Activado* a *Sí*.

6. Productos

Página: Productos

La tabla enumera todos los distintos productos principales, así como las agrupaciones de productos. Para ver las variantes de los productos principales de la tabla, debe realizar una búsqueda.

Para abrir los detalles de un producto, haga clic en su nombre. Al hacer clic en el icono a la izquierda del número de producto, se abrirá una nueva ventana del explorador con los detalles del producto.

Dispone de comandos de proceso por lotes para administrar las entradas de la tabla. Para consultar una introducción a esto, véase *Procesos por lotes en tablas, en la página 22*. Se pueden efectuar las siguientes acciones especializadas:

Tabla 5: Comandos especializados de proceso por lotes para productos

Comando	Comentario
Duplicar	El sistema crea una copia como un nuevo producto con su propio número de producto único, ya que cada número de producto sólo puede existir una vez. El duplicado se crea como <i>No visible</i> .
Exportar	Exporte los productos seleccionados. Véase <i>Exportar, en la página 31</i> .
Asignar a categoría	Después de ejecutar el comando, se selecciona la categoría mediante un menú desplegable en el segundo paso. Cuando se supere un cierto número de categorías para la tienda, puede seleccionar una categoría de destino mediante un explorador de categorías especial.
Asignar a portales de productos...	La asignación de productos seleccionados a portales de producto activos se puede realizar en dos pasos: 1. Seleccione los productos deseados y ejecute el comando. 2. Seleccione los portales a cuyas listas de exportación hay que añadir los productos, y finalice el proceso haciendo clic en Asignar . Si la opción <i>Exportar todos los productos</i> está activada para un portal, no se podrá seleccionar aquí. Véase también <i>Portales de producto, en la página 140</i> .
Establecer un <i>Nuevo</i> marcador	Cada uno de los productos resaltados se marca inmediatamente como <i>Nuevo</i> .
Quitar un <i>Nuevo</i> marcador	Los productos marcados ya no se muestran como nuevos productos.

Para crear un nuevo producto, consulte *Crear un nuevo producto único, en la página 64*.

La función para eliminar todos los productos está disponible en las **Opciones de producto** en la ficha **General**.

Crear un nuevo producto

El submenú ofrece las siguientes posibilidades para crear un nuevo producto:

- Crear un solo producto; véase *Crear un nuevo producto único, en la página 64*
- Crear un producto con variantes; véase *Crear un producto con variantes, en la página 64*
- Crear una agrupación de productos; véase *Crear una agrupación de productos, en la página 64*
- Crear un producto descargable; véase *Crear un producto descargable, en la página 66*
- Crear un producto personalizable; véase *Creación de un producto personalizable, en la página 67*

Crear un nuevo producto único

Existen los métodos siguientes para crear un solo nuevo producto:

- Haga clic en **Añadir**
- Entrada directa en la tabla
- La función **Nuevo >> Producto** del submenú

Puede realizar entradas directas en los campos de entrada de la última fila de la tabla. Proceda según se describe en *Añadir registros, en la página 21*, y guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Las especificaciones siguientes se aplican a productos creados directamente en la tabla:

- el número de producto es un campo obligatorio
- el nombre introducido se asigna al idioma de la administración
- el precio introducido es válido para la moneda mostrada en la tabla
- el nuevo producto se define como *No visible*
- el nuevo producto no se asigna a ninguna categoría
- el nuevo producto no se asigna a ninguna categoría

Puede editar todos los demás parámetros en los detalles del producto; véase *Detalles del producto – General, en la página 67*.

Si crea un producto mediante el submenú **Nuevo**, accederá a una página donde podrá introducir los detalles generales del producto. Primero, introduzca un valor único en el campo *Número de producto*. Hecho esto, introduzca la información general adicional; véase *Detalles del producto – General, en la página 67*.

Una vez guardados los detalles generales del producto, se activarán otras fichas. Introduzca el resto de información según se describe en *Detalles del producto – Imágenes, en la página 69* y siguientes.

Nota: De forma predeterminada, la visibilidad está definida como *No visible*. Cuando haya introducido toda la información, defina el producto como *Visible* para mostrarlo en la tienda.

Crear un producto con variantes

Para crear un producto con variantes directamente, haga clic en **Añadir** en la página **Productos** y, a continuación, seleccione **Producto con variantes**, o bien haga clic en el enlace **Producto con variantes** del submenú **Nuevo**.

Esto le llevará a la página donde puede introducir los detalles generales del producto. Primero, introduzca un valor único en el campo *Número de producto*. Hecho esto, introduzca la información general adicional; véase *Detalles del producto – General, en la página 67*.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Hecho esto, accederá directamente al asistente de variantes de producto. Para obtener más información, véase *Asistente de variantes, en la página 72*.

Para saber lo básico sobre las variantes, véase *Detalles del producto - Variantes, en la página 72*.

Tras crear las variantes, se activan todas las demás fichas. Introduzca el resto de información según se describe en *Detalles del producto – Imágenes, en la página 69* y siguientes.

Crear una agrupación de productos

Una agrupación de productos es un paquete o conjunto de productos relacionados y que suelen ofrecerse conjuntamente por un precio combinado.

Para crear una agrupación de productos directamente, haga clic en **Añadir** en la página **Productos** y, a continuación, seleccione **Agrupación de productos**, o bien haga clic en el enlace **Agrupación de productos** del submenú **Nuevo**.

Esto le llevará a la página donde puede introducir los detalles generales del producto. Primero, introduzca un valor único en el campo *Número de producto*. Hecho esto, introduzca la información general adicional; véase *Detalles del producto – General*, en la página 67. Tenga en cuenta las excepciones siguientes:

- No puede introducir ningún valor en los campos *Nivel de inventario* y *Nivel mínimo de inventario*. Estos valores son el resultado de los valores más pequeños de cada uno de los distintos productos.
- El campo *Unidad de referencia* y el correspondiente *Cantidad en el producto* están inactivos. Esto es porque los paquetes no se pueden comparar con otros productos, ya que se recopilan individualmente.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Después de guardar, se activarán más fichas. Irá directamente a la ficha **Productos agrupados**. Esta ficha se muestra para agrupaciones de productos en lugar de la ficha **Variantes**. Introduzca aquí los productos asociados; véase *Productos agrupados, más adelante*. Hecho esto, introduzca el resto de información según se describe en *Detalles del producto – Imágenes*, en la página 69 y siguientes.

Productos agrupados

Para las agrupaciones de productos, debe seleccionar y recopilar los productos que forman el paquete. Esos son los productos agrupados.

La tabla incluye todos los productos que pertenecen a la agrupación de productos actual. Para abrir los detalles de un producto, haga clic en su nombre. Al hacer clic en el icono a la izquierda del número de producto, se abrirá una nueva ventana del explorador con los detalles del producto.

Para quitar un producto de la agrupación de productos, selecciónelo y haga clic en **Quitar asignación**. El producto se quitará de la tabla sin ninguna confirmación. El producto en sí mismo no se eliminará.

El precio total de los distintos artículos se compara con el precio de la agrupación debajo de la lista de productos. Se indica asimismo la diferencia de precio. La contribución de un producto al importe total se calcula mediante la cantidad y el precio de cada artículo. Estos valores se actualizan siempre que guarde.

Importación y exportación de agrupaciones de productos

La importación o exportación de agrupaciones es una combinación de la importación/exportación de los productos y sus asignaciones.

Los productos utilizados deben existir. Cree los productos utilizados manualmente o impórtelos antes de importar las asignaciones de las agrupaciones. Durante la importación de asignaciones de agrupaciones, los productos inexistentes no se muestran.

Las asignaciones de agrupaciones se incluyen en los archivos de importación y exportación para venta cruzada. Por lo tanto, después de la importación de productos, debe realizar también una importación de venta cruzada.

Para importar una agrupación de productos, proceda del siguiente modo:

1. Cree un archivo para la importación de productos que contenga los datos de todos los productos pertenecientes a la agrupación. Utilice el archivo de exportación como plantilla para ello.
2. Para el producto central de la agrupación (producto base), introduzca en la columna *Agrupación de productos [EsProductoAgrupado]* un *1*.
3. Importe los datos de producto para el tipo de objeto *Productos* con la importación.
4. Cree un archivo para importar asignaciones de agrupaciones. Utilice el archivo de exportación del tipo *Venta cruzada* como plantilla para ello.

5. Para cada fila con un producto agrupado, introduzca el valor [*MapaProductoAgrupado*] en la columna *Tipo [Clase]*.
6. Para cada fila con un producto agrupado, introduzca el número de producto del producto base en la fila *Producto base [Producto]*.
7. Rellene las otras columnas según la plantilla.
8. Importe las asignaciones de agrupaciones con la importación del tipo de objeto *Venta cruzada*.
9. Compruebe en la tabla de productos si el producto agrupado se ha creado correctamente.

Los campos obligatorios para importar las asignaciones de agrupaciones en la importación de venta cruzada son:

- [Clase]
- [Producto]
- [ProductoObjetivo]
- [Cargo]

Si la columna *Cantidad [CantidadAgrupada]* no está presente en el archivo de importación o está vacía, se considerará siempre el valor “1”.

Puede leer una descripción general sobre la importación y la exportación en el capítulo *Importar y exportar, en la página 31*.

Notas sobre agrupaciones

Cuando trabaje con agrupaciones de productos, debe tener en cuenta la información siguiente:

- El nivel de inventario y el nivel mínimo de inventario de la agrupación vienen determinados por el valor más pequeño de cada uno de los distintos productos.
- Después de realizar el pedido, se actualiza a la vez el inventario de todos los componentes asociados.
- Sólo se pueden asignar a una agrupación productos con el mismo tipo de IVA.
- El estado *No está en venta* es tenido en cuenta en los productos agrupados. Si uno de los productos agrupados está definido como *No está en venta*, toda la agrupación no podrá ser vendida.
- El precio unitario se calcula sumando los respectivos precios de lista de los distintos productos. Los posibles descuentos de precio definidos en las listas de precios no se tendrán en cuenta en este punto.
- Cuando se añadan productos, se mostrará el total de los precios de los distintos productos junto al precio de la agrupación. Se indica asimismo la diferencia de precio, y el ahorro posible.

Crear un producto descargable

Mediante los productos descargables, puede ofrecer productos digitales como imágenes, documentos y otros archivos.

Para crear un producto descargable directamente, haga clic en **Añadir** en la página **Productos** y, a continuación, seleccione **Producto descargable**, o bien haga clic en el enlace **Producto descargable** del submenú **Nuevo**.

Esto le llevará a la página donde puede introducir los detalles generales del producto. Primero, introduzca un valor único en el campo *Número de producto*. Hecho esto, introduzca la información general adicional; véase *Detalles del producto – General, en la página 67*.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Después de guardar, se activarán más fichas. Accederá inmediatamente a la ficha **Descargas**. Esta ficha sólo existe para los productos descargables. Cargue los archivos que le pertenecen. Véase *Descargas, en la página 67*. Hecho esto, introduzca el resto de información según se describe en *Detalles del producto – Imágenes, en la página 69* y siguientes.

En las **Opciones de producto**, en **Producto descargable**, puede configurar cuándo están disponibles los archivos para ser descargados. Puede definir si el cliente puede descargar los archivos justo al acabar el pedido o sólo después del pago.

En la vista detallada del pedido, puede enviar los enlaces para descargar manualmente. En el modo de edición, puede cambiar los límites de descarga del pedido en cuestión.

Descargas

En la tabla, puede ver todos los archivos que ha cargado para el producto descargable actual.

Si desea cargar archivos directamente, haga clic en **Cargar archivo**.

Si ha guardado los archivos en un servidor externo y el cliente debe descargarlos desde allí directamente, haga clic en **Archivo de enlace** e introduzca la URL del archivo.

Haga clic en el nombre de archivo para abrirlo.

El pedido en que se muestran los productos viene definido por los números de la columna Orden de clasificación; véase *Clasificación mediante claves de clasificación, en la página 22*.

Por otra parte, puede limitar la descarga del producto descargable actual por el cliente del siguiente modo:

- Por tiempo: Limitar el tiempo durante el que el cliente puede descargar los archivos.
- Cantidad: Limitar cuántas veces el cliente puede descargar los archivos.

Para la venta de productos descargables, puede resultar útil no poner ningún archivo aquí. Esto se aplica al software o los documentos que tenga que personalizar para el cliente. En este caso, será responsable de enviar los archivos usted mismo.

Creación de un producto personalizable

Los clientes pueden crear un producto personalizable con sus propios textos o imágenes, lo que permite, por ejemplo, la venta de camisetas o tazas personalizadas. Encontrará información básica sobre la personalización de productos en *Detalles del producto - Personalización, en la página 74*.

Un producto personalizable se crea en dos pasos:

1. Creación del producto e incorporación de los datos generales del producto.
2. Decisión de las opciones de personalización.

Para crear un producto personalizable, dispone de las opciones siguientes:

- a) Haga clic en **Añadir** y después, en **Producto personalizable**.
- b) En la barra de menú, haga clic en **Productos, Nuevo** y después, en **Producto personalizable**.
- c) Utilice la entrada directa en la tabla, tal como se explica en el capítulo *Crear un nuevo producto único, en la página 64*; a continuación, indique las opciones de personalización para los detalles del producto. Para obtener más información, consulte *Detalles del producto - Personalización, en la página 74*.

Si elige la opción a) o b), automáticamente accede a la página donde podrá introducir los datos generales del producto.

En primer lugar, escriba un valor exclusivo en el campo *Número de producto*. A continuación, especifique otros datos generales del producto. Para obtener más información, consulte *Detalles del producto – General, en la página 68*.

Guarde todas las entradas con la opción **Guardar**.

Ahora se muestra una página en la que se especifican las opciones de personalización. En *Detalles del producto - Personalización*, en la página 74, encontrará más información sobre las opciones de personalización.

Detalles del producto – General

Página: Productos » [producto] » General

En esta página, los atributos de producto se muestran en bloques distintos. Para facilitar el proceso, puede abrir y cerrar estos bloques o utilizar la función de arrastrar y soltar para cambiar su orden.

Precio comparativo

El precio comparativo es un precio que puede contrastar con el precio de venta actual de un producto. Esto le permite mostrar las reducciones de precio o los precios especiales de forma llamativa. Puede configurar un precio comparativo por moneda para cada producto.

Una vez introducido un precio comparativo para una moneda, se mostrará en la tienda para el producto correspondiente junto con el precio actual. Para describir la comparación de precios, puede añadir texto y definir la manera en que debe mostrarse el precio comparativo. Para obtener más detalles, véase *Textos*, en la página 57.

Nota: El precio comparativo sólo se usa a efectos de visualización. No se trata de un precio de venta, y no se emplea para calcular descuentos o precios por volumen.

Unidad de referencia

Para comparar los precios de productos similares de diferentes cantidades, tiene que haber un punto de partida común. Por tanto, según PangV en Alemania, hay que indicar una unidad de cantidad comparable como unidad de referencia. Esto significa que, por ejemplo, para un paquete de 375 g de cereales de desayuno, se indica el precio de 1 kg.

El sistema calcula el precio de referencia mediante los valores de los campos *Precio*, *Unidad de referencia* y *Cantidad en el producto*.

Descripción

Las descripciones de productos son importantes para la presentación de productos en su tienda. Además, se evalúan durante la búsqueda de productos en la tienda. Por otra parte, son también importantes para que sus productos se puedan encontrar en los buscadores. Cuanto más invierta en la descripción, más posibilidades tendrás sus páginas de productos de aparecer entre los primeros resultados de Google. Utilice el editor WYSIWYG para la entrada y el diseño.

El campo *Palabras clave para buscadores* se utiliza principalmente para la búsqueda que realizan los clientes en su tienda. Introduzca descripciones o formas alternativas por las que debería poder encontrarse el producto.

Nota: Trusted Shops desaconseja el uso de etiquetas y nombres de marca de empresas como palabras clave para un buscador. Se recomienda no utilizar términos de búsqueda cuestionables. Los términos de búsqueda cuestionables son aquellos que se pueden confundir con nombres registrados o aquellos idénticos a términos registrados.

Existencias y periodo de entrega

Gestione el nivel de existencias de sus productos para mostrar la disponibilidad a sus clientes. Recibirá un correo electrónico cuando el nivel de existencias llegue a “0”; véase *Eventos de correo electrónico*, en la

página 54. Por otra parte, puede definir el manejo en la tienda de aquellos productos que lleguen al nivel de existencias de “0”. Véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*.

Para las variantes, cree un nivel de existencias para el producto principal que se utilice siempre al crear una variante.

El nivel de existencias mínimo es el valor por debajo del cual debe pedir más unidades del producto. El nivel mínimo de inventario no debe ser inferior a la cantidad mínima por pedido. Puede configurar el sistema para que le envíe un correo electrónico si el inventario llega al nivel mínimo de inventario; véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*.

Nota: Si cancela un pedido (estado del pedido *Rechazado*), el nivel de inventario del producto en cuestión se corregirá automáticamente.

Detalles de la entrega

Si lo desea, también puede establecer datos de entrega para cada producto. Entre ellos, están el peso de la entrega y las dimensiones del producto.

También puede restringir el producto a formas de entrega concretas. De ese modo, podrá restringir formas de entrega específicas para productos concretos.

Atributos

Puede utilizar el menú desplegable *Tipo de producto* para asignar un tipo de producto al producto actual. Esto define atributos adicionales de productos; véase *Tipos de producto, en la página 79*.

Se mostrarán los atributos pertinentes en función del tipo de producto. Se pueden editar para adecuarse al producto actual. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Nota: Si un producto tiene variantes, ya no se podrá cambiar la asignación del tipo de producto.

Detalles del producto – Imágenes

Página: Productos » [producto] » Imágenes

Las imágenes de productos se muestran en distintos lugares: en los productos en promoción, como parte de las listas de productos y, obviamente, en los detalles de productos. Puede ofrecer imágenes en varios tamaños, así como agruparlas para formar galerías de imágenes y presentaciones.

Hay dos áreas en las que se gestionan las imágenes de un producto: **Vistas** y **Galería / presentación**.

Vistas

Las imágenes mostradas en la vista detallada del producto, en las listas de productos y en los productos en promoción se proporcionan aquí. Las imágenes se guardan en distintos formatos para poder aparecer en las páginas respectivas en diferentes tamaños.

Tabla 6: Formatos de imagen de producto

Formato	Descripción
Vista de lista	¿Dónde se muestra la imagen? - En las listas de productos cuando la distribución <i>Una columna</i> o <i>Cuadros pequeños</i> está seleccionada.
Página de detalles	¿Dónde se muestra la imagen? - En la página de productos. - En las listas de productos cuando la distribución de productos <i>Dos columnas</i>, <i>Tres columnas</i>, <i>Cuatro columnas</i>, <i>Efecto Cover flow (fondo negro)</i> o <i>Efecto Cover flow (fondo gris)</i> está seleccionada. Más información - La imagen se puede utilizar para una lista de imágenes o una presentación con otras imágenes en la sección galería / presentación. - El tamaño mínimo recomendado para esta imagen es de 1000 píxeles de ancho o 1000 píxeles de altura. - A partir de un tamaño determinado, la imagen se muestra a los clientes en un formato más pequeño. Por tanto, está optimizada para que se muestre en pantallas Retina (p. ej. en iPhones).
Vista ampliada	¿Dónde se muestra la imagen? - En la página de productos cuando el cliente hace clic en la imagen de productos. - En la vista ampliada de la función de zoom para imágenes de productos. Más información - Puede configurar el tamaño máximo de la imagen para la vista ampliada en la página <i>Opciones » Opciones de producto</i>.
Vista para productos en promoción	¿Dónde se muestra la imagen? - En el elemento de página <i>Caja de productos en promoción</i>. - En listas de productos cuando la distribución de productos <i>Cuadros grandes</i> está activada.

Puede cargar imágenes mediante el botón **Cargar archivo**. Para obtener más detalles, véase *Cargar imágenes, en la página 29*. Los distintos formatos se pueden preparar del siguiente modo:

- Crear todos los formatos automáticamente al cargar la imagen maestra

Al cargar la imagen mediante el botón grande de carga de imágenes, se crean todos los formatos automáticamente. Se crea una imagen del tamaño especificado para cada formato. Las imágenes existentes se sobrescriben.

- Crear formatos individualmente

Puede cargar una imagen aparte para cada formato. Utilice el botón correspondiente al formato correcto. De este modo podrá definir si el tamaño de la imagen debe modificarse durante la carga.

Las distintas imágenes que se cargan en la sección **Vistas** se almacenan en la lista de imágenes en la sección **Galería / presentación**.

Galería/presentación

En esta página, puede cargar y administrar imágenes que desee mostrar adicionalmente en la página de detalles del producto en la lista de imágenes o en una presentación. Dispone de las opciones siguientes para añadir imágenes a la lista:

- Cargue la imagen como imagen maestra o formato individual en la sección **Vistas**.
- Cargue la imagen por medio del botón de carga de imágenes, en la última fila de la tabla. Véase *Cargar imágenes, en la página 29*.

En la tabla, puede ver todas las imágenes que ha cargado. Si desea mostrar una imagen en los detalles del producto, marque la casilla de verificación correspondiente en la columna *Visible*. La secuencia de visualización de las imágenes en el sitio web se define en la columna *Ordenar*. Véase también *Clasificación mediante claves de clasificación, en la página 22*.

A la derecha de la tabla, puede ver el área de vista previa. Si pasa el ratón por el área de visualización de la presentación, aparecerán los elementos de control.

La visualización de imágenes y la presentación en la tienda de la página de detalles de producto se configura mediante la opción de visualización del tipo de producto. Véase *Distribución, en la página 80*.

¡Atención! Si elimina la imagen a la que pertenecen las vistas de la sección **Vistas**, las vistas también se eliminarán. No se mostrarán más imágenes en las listas de productos, etc., para este producto.

Detalles del producto - Categorías

Página: Productos » [producto] » Categorías

La tabla incluye todas las categorías a las que ha asignado el producto actual. Para asignar un producto a una categoría, seleccione una categoría del menú desplegable bajo la tabla.

Por otra parte, se puede definir si un producto se muestra en la lista de productos de esta categoría en el primer lugar o en el último. Seleccione la opción correspondiente de *Mostrar en esta categoría* antes de guardar la selección. Esta opción solo se aplica para la categoría que está asignando en ese momento.

Cuando se supere un cierto número de categorías para la tienda, la selección de una categoría de destino se realiza mediante un explorador de categorías especial. Marque la categoría necesaria.

Nota: Cada producto debe asignarse al menos a una categoría.

Para quitar la asignación de categorías, seleccione las categorías correspondientes en la tabla y haga clic en **Quitar asignación**.

Nota: No es necesario confirmar este comando, ya que no se elimina ningún dato, sólo la asignación.

Detalles del producto - Variantes

Página: Productos » [producto] » Variantes

Las variantes son productos que derivan del mismo tipo que sólo difieren en términos de los valores de ciertas propiedades. Un buen ejemplo son los artículos de ropa, como camisetas o un tipo de chaquetas. Los criterios de diferenciación típicos incluyen propiedades como el tamaño o el color.

Las variantes se generan a partir del producto original. Se trata del producto maestro o producto principal. Las variantes se denominan variantes de producto o subproductos.

La manera más sencilla de crear variantes es utilizar el asistente de variantes. Se puede emplear para crear variantes y para añadir nuevas variantes. Véase *Asistente de variantes, más adelante*.

Tenga en cuenta lo siguiente al trabajar con variantes de productos:

- Las variantes de producto son productos autónomos completamente aparte. Si es preciso, puede modificar cualquier propiedad.
- Si elimina el producto maestro, todas las variantes de producto derivadas también se eliminarán.
- No puede derivar de una variante de producto ninguna otra variante.
- Una vez creada, la variante de producto hereda el precio del producto maestro. Mediante el campo de opción *Precio propio* en los detalles generales del producto, puede configurar si hay que introducir un precio distinto para esta variante de producto. En cuanto se activa esta opción, también puede acceder a la ficha **Precios** y configurar los descuentos para la variante en cuestión.
- No se pueden quitar de la variante de producto las asignaciones de categorías realizadas a través del producto maestro. Sin embargo, se pueden realizar asignaciones adicionales a otras categorías.
- Las imágenes de los productos maestros y las variantes de producto se administran conjuntamente. Si desea eliminar las imágenes de una variante de producto, primero compruebe que no hay ningún otro producto que utilice dichas imágenes.
- El pedido en que se muestran los productos viene definido por los números de la columna Orden de clasificación; véase *Clasificación mediante claves de clasificación, en la página 22*.
- Si añade un producto nuevo con variantes, ninguna variante se selecciona como predeterminada para el cliente en la página de detalles de producto. El botón *Añadir a la cesta* solo se puede pulsar una vez que el cliente haya seleccionado todos los atributos necesarios.

Asistente de variantes

El asistente de variantes de producto le ayuda a crear variantes de un producto de forma rápida y sencilla. El asistente se puede iniciar de las siguientes formas:

- Utilice la función **Nuevo » Producto con variantes** del menú de contexto del producto.
- Ábralo directamente en la ficha **Variantes** en los detalles del producto. Allí puede hacer clic en el enlace **Iniciar asistente de variantes de producto**.

Efectúe los pasos siguientes en el asistente:

1. Atributos y valores

En esta página, seleccione el tipo de producto y las variantes de atributos.

Todos los tipos de producto disponibles se enumeran en el menú desplegable *Tipo de producto*. Seleccione la entrada oportuna. Si necesita un nuevo tipo de producto, seleccione la entrada *Nuevo tipo*

de producto en el menú desplegable e introduzca el nombre en el campo de entrada *Nombre*. Se muestran dos áreas de edición de atributos. Edite estos atributos tal como se describe a continuación.

Si el tipo de producto seleccionado no tiene aún variantes de atributos, cree nuevos atributos con valores según lo descrito más adelante.

Tras la selección, se muestran las variantes de atributo disponibles. Cada atributo se muestra en su propia área de edición. Mediante las casillas de verificación, puede especificar si debe utilizarse el atributo correspondiente para crear variantes. Se muestran los valores existentes.

Si necesita un valor adicional para un atributo, introdúzcalo en el campo de entrada debajo de la lista de valores correspondiente. Si necesita más valores, haga clic en **Mostrar más campos** e introduzca los valores en los nuevos campos.

Si necesita un nuevo atributo, haga clic en **Nuevo atributo**. Introduzca el nombre y edite los valores como con los atributos existentes. Para nuevos atributos, puede determinar si los valores de atributos deben depender del idioma. Más tarde, se introducen los valores de otros idiomas en los detalles del atributo correspondiente del tipo de producto.

Nota: En el asistente, se puede introducir un máximo de 10 valores por atributo. Aparece un mensaje para indicar cuándo ha introducido el número máximo de valores del atributo. Si necesita más valores, debe introducirlos directamente para el tipo de producto correspondiente.

Haga clic en **Siguiente** para ir al paso siguiente.

Al hacer esto, debe tener en cuenta lo siguiente:

- Los atributos existentes se muestran en gris. No es posible cambiar los valores disponibles. Sin embargo, puede seguir añadiendo valores.
- Los atributos existentes sólo se pueden eliminar en los detalles del producto correspondiente.
- Si ya se han creado variantes de producto, la asignación del tipo de producto no se puede cambiar. El menú desplegable se muestra sombreado. Primero debe eliminar todas las variantes de producto antes de cambiar la asignación del tipo de producto.
- Si desea crear atributos adicionales para el nuevo tipo de producto, abra los detalles del tipo de producto.
- Encontrará información sobre prototipos en *Tipos de producto*, en la página 79.

2. Variantes de producto

En esta página, puede ver las variantes que pueden conseguirse combinando valores de atributos.

El nombre consta del número de producto del producto maestro y un entero secuencial.

Las variantes de producto se generan para las variantes seleccionadas. Si no desea que se genere una variante de producto para una variante, quite la selección.

Si ya se ha creado una variante de producto para una combinación, la entrada se mostrará en una casilla de verificación sombreada. Estas entradas no se pueden modificar mientras exista la variante de producto correspondiente.

3. Terminar

En esta página, puede definir cómo se muestran las variantes de producto en la tienda. Seleccione la opción deseada haciendo clic en el campo de opción correspondiente. Véase también *Distribución*, en la página 80.

Haga clic en *Terminar* para cerrar el asistente, guardar todas las opciones y generar las variantes de producto.

Ampliar una variante mediante el asistente de variantes de producto

Inicie el asistente de variantes de producto en la ficha **Variantes**. Allí puede hacer clic en el enlace **Reiniciar asistente de variantes de producto**.

1. Cree una nueva variante de atributo con los valores descritos en el paso 1 de Asistente de variantes, *en la página 72*.
2. Las variantes de producto existentes también deben asignarse a un valor para el nuevo atributo. En el siguiente paso, seleccione el valor que debe utilizarse para las variantes existentes. Después de la selección, haga clic en **Siguiente** para ver las posibles variantes de producto.
3. Al ver la lista de productos, proceda tal como se describe en el paso 2 del Asistente de variantes, *en la página 72*.

Detalles del producto - Personalización

Página: Productos » [Producto] » Personalización

Aquí se especifica si un producto puede o no personalizarse, junto con las opciones pertinentes.

Si se activa la personalización, sus clientes podrán personalizar este producto con su propio texto e imágenes. De este modo, los clientes podrán comprar camisetas o tazas personalizadas.

Las agrupaciones de productos y las descargas de productos no se pueden personalizar.

En el caso de productos con variantes, solamente puede personalizarse el producto principal. Para obtener más información, consulte *Detalles del producto - Variantes*, *en la página 72*.

Las opciones básicas de personalización, como por ejemplo los formatos de archivo compatibles y los tipos de letra, pueden establecerse en *Productos » Tipos de producto » [Tipo de producto] » Personalización*. Las opciones que se establezcan aquí se aplican a todos los productos personalizables de este tipo de producto.

Proceso de ventas de productos personalizables

El proceso de ventas de la tienda se ejecuta del modo que se indica a continuación para el cliente:

1. En la página de detalles de un producto personalizable, el cliente verá el botón *Personalizar ahora* como estándar, en vez del botón *Añadir a la cesta*.
2. Si el cliente hace clic en este botón, se abre un cuadro de diálogo en el que puede personalizar el producto.
3. Cuando haya finalizado la personalización, el cliente puede colocar el producto en la cesta y realizar el pedido de la manera habitual.

Junto con la información del pedido, recibirá un resumen de las personalizaciones que ha efectuado el cliente. Para obtener más información, consulte *Pedidos - Detalles*, *en la página 125*.

Activación la personalización de un producto

Para activar la personalización de un producto y elegir las opciones pertinentes, complete los pasos que se indican a continuación:

1. Active la personalización del producto seleccionando la opción correspondiente.

2. En el campo *Instrucciones*, puede especificar un texto de instrucción que ayude al cliente a personalizar el producto.
3. En *Mostrar vista previa*, puede seleccionar si usted y, después, el cliente, verán una vista previa del producto y las áreas que el cliente puede personalizar. Si aquí selecciona la opción *No*, el cliente no podrá insertar en el producto ningún texto ni imagen. Esta opción es la adecuada en el caso de productos para los cuales el cliente ya sabe qué áreas se van a personalizar, por ejemplo bolígrafos. Si elige la opción *Sí*, en *Áreas personalizables* puede especificar las áreas del producto que el cliente puede personalizar.
4. Los pasos siguientes solamente son válidos si en *Mostrar vista previa* se ha seleccionado la opción *Sí*:
 - a) *Añadir una imagen*: si todavía no ha cargado una imagen para este producto, haga clic en el botón Cargar archivo. De lo contrario, se muestra la imagen que hay en la ficha **Imágenes** debajo de la vista ampliada. Asegúrese de que la imagen sea una plantilla de personalización apropiada.
 - b) *Especificar áreas personalizables*: las áreas personalizables son aquellas áreas del producto que el cliente puede personalizar. Para añadir una nueva área personalizable, arrastre y suelte uno de los cuadrados grises en la imagen de vista previa. Ahora puede mover esta área con el método de arrastrar y soltar, o bien aumentar o disminuir su tamaño arrastrando los bordes con el ratón. Puede definir hasta cinco áreas personalizables.
 - c) *Opciones de personalización*: en *Operaciones posibles para los campos de texto y la selección de imágenes*, se especifica si el cliente puede colocar, escalar y rotar textos e imágenes.
5. A continuación, añada campos de texto y selecciones de imágenes. Para poder personalizar un producto, como mínimo debe haber un campo de texto y una selección de imágenes. Puede haber cinco campos de texto y selecciones de imágenes como máximo. En *Nombre*, especifique la descripción del campo de texto o la selección de imágenes. En el caso de campos de texto, puede especificar si son de una o dos líneas. En *Límite de longitud*, indique la cantidad de caracteres que el cliente puede introducir en este campo de texto. En el caso de selecciones de imágenes, puede establecer el tamaño mínimo de la imagen. Tenga en cuenta que las imágenes pequeñas no suelen ser aptas como plantillas de impresión. En los campos de texto, haga clic en *Definir letras* y, en las selecciones de imágenes, haga clic en *Definir formatos de archivo* con el fin de modificar las opciones pertinentes para todo el tipo de producto.
6. Haga clic en **Guardar**.

Detalles del producto - Precios

Página: Productos » [producto] » Precios

Para cada producto, puede crear precios por volumen y descuentos, así como agregarlos a una lista de precios.

Puede configurar las reducciones de precio siguientes:

- Descuento por volumen/precios; véase *Descuento por volumen, más adelante*
- Descuento por valor; véase *Descuento por valor, en la página 77*
- Descuento de la cesta de la compra; véase *Descuento de la cesta de la compra, en la página 82*

Cuando haya configurado reducciones de precio para un producto, se mostrará un enlace **Reducciones de precio** en la vista detallada del producto en la tienda. El cliente puede hacer clic en ese enlace para ver las reducciones de precio. También puede mostrar inmediatamente precios de productos especiales a los clientes registrados. Véase *Listas de precios – Opciones avanzadas, en la página 81*.

Descuento por volumen

Página: Productos » [producto] » Precios » Descuento por volumen

En esta sección, puede configurar descuentos basados en números de unidad. Puede definir precios por volumen y/o descuentos porcentuales. Los precios y reducciones están asociadas a una lista de precios,

donde puede definir el periodo de validez y el cliente o grupo de clientes; véase *Listas de precios, en la página 81*.

En la tabla puede mostrar y editar dos listas de precios al mismo tiempo. Esto le permite comparar, por ejemplo, listas con diferentes monedas o periodos de validez.

El icono a la izquierda del menú desplegable indica si la lista de precios está activa. Puede hacer clic en este icono para ver los detalles de la lista de precios visualizada.

Nota: La lista de precios en que el producto actual está ya incluido están marcadas con un asterisco *. Esto le proporciona una visión general rápida de las listas de precios que están asociadas al producto.

Tenga en cuenta lo siguiente:

- Puede definir un precio por volumen y un descuento para una cantidad. Si ofrece un precio por volumen y un descuento, primero se cargará el precio por volumen, y luego se restará el descuento; véase *Cálculo de descuentos para tipos de producto, en la página 77*.
- El descuento introducido en última instancia afecta a todas las entradas siguientes de la lista si no se indican más descuentos. Para quitar el descuento de las entradas siguientes, introduzca un 0 en el siguiente campo de descuento o en el campo de descuento afectado. El ejemplo siguiente, en la *Figura 7* debería explicarlo:

The screenshot shows the 'Precios' (Prices) tab for product 'be_40402'. It displays a table for volume discounts. The table has columns for 'Cantidad' (Quantity), 'Precio por volumen' (Price per volume), and 'Descuento' (Discount) for two currencies: EUR and GBP. The table shows a discount of 10% for 20 units and 0% for 40 units.

Cantidad	Precio por volumen	Descuento	Precio por volumen	Descuento
10 unidad	21,95 €			
20 unidad		10 %		
30 unidad	19,95 €			
40 unidad	16,95 €	0 %		
+ 1 unidad				

Figura 7: Descuento por volumen para productos

Si el cliente compra 10 productos, cada producto cuesta 21,95 €. El precio total de estos 10 productos sería de 219,50 €.

Si el cliente compra 20 productos, cada producto cuesta 21,95 €. Para el importe total de los productos (439 €), se ofrece un descuento del 10 % (43,90 €). El precio total de 20 productos es, pues, de 395,10 €.

Si el cliente compra 30 productos, cada producto cuesta 19,95 €. El descuento de la entrada anterior sigue siendo válido. Para el importe total de los productos (598,50 €), se ofrece un descuento del 10 % (59,85 €). El precio total de 30 productos es, pues, de 538,65 €.

Si el cliente compra 40 productos, cada producto cuesta 16,95 €. El importe total de los productos es 678 €. Se introduce un descuento del 0 %. Por lo tanto, el 10 % ya no es válido. No se ofrece ningún descuento adicional. El precio total de estos 40 productos sería de 678 €.

Nota: Recuerde que puede crear listas de precios específicas de clientes y específicas de grupos de clientes. Puede definir precios para distintos clientes introduciendo el precio o el descuento para la cantidad de 1 y asignar sólo un cliente a la lista.

Descuento por valor

Página: Productos » [producto] » Precios » Descuento por valor

En esta sección, puede configurar una reducción de precio que depende del precio total. El descuento por valor se une a una lista de precios, donde también puede definir el periodo de validez y el área de clientes; véase *Listas de precios*, en la página 81.

El icono a la izquierda del menú desplegable indica si la lista de precios está activa. Puede hacer clic en este icono para ver los detalles de la lista de precios visualizada.

Nota: La lista de precios en que el producto actual está ya incluido están marcadas con un asterisco *. Esto le proporciona una visión general rápida de las listas de precios que están asociadas al producto.

Si ha configurado descuentos por volumen y descuentos por valor, el precio se calculará tal como se describe en *Cálculo de descuentos para tipos de producto*, más adelante.

Cálculo de descuentos para tipos de producto

Puesto que puede asignar más de un descuento para cada producto, hay que definir la secuencia para calcular el descuento. Los diferentes descuentos se calculan secuencialmente del siguiente modo:

1. Cálculo del precio por volumen basado en el precio del producto; el resultado es un precio unitario reducido por producto para el número correspondiente de artículos.
2. Cálculo del descuento por volumen según el precio por volumen.
3. Cálculo del descuento por valor; el total del precio por volumen menos el descuento por cantidad se compara con el límite del descuento por valor. Si se supera el límite, se aplica el descuento por valor.

Detalles del producto – Venta cruzada

Página: Productos » [producto] » Venta cruzada

Mediante la venta cruzada, se ofrecen otros productos en relación al producto original. Puede tratarse de accesorios o productos relacionados. El propósito de esta oferta basada en productos relacionados es motivar al cliente a comprar otros productos además del actual.

Accesorios

Los accesorios son productos que amplían o mejoran la funcionalidad del producto básico o que son necesarios para utilizar el producto (combustible, baterías, etc.).

Productos relacionados

Los productos que se prestan a ser productos relacionados son aquellos que mejoran la funcionalidad del producto base, que son necesarios para utilizarlo o que facilitan su uso, como por ejemplo, linternas para tiendas de campaña, etcétera.

Artículos alternativos

La función de artículos alternativos no tiene que ver tanto con ofrecer al cliente mejoras del producto. Puede presentar alternativas al producto seleccionado en forma de una comparación de productos.

Puede utilizar esta función para mostrar al cliente productos similares que ofrece y llamar su atención sobre productos a la venta que, de otro modo, quizás habría visto.

Referencias

La tabla muestra un resumen de los productos con los que está enlazado el producto actual y el tipo de enlace. Además de los diversos tipos de venta cruzada, se muestra la asignación a una agrupación de productos.

Los accesorios y productos relacionados se muestran en la tienda en la página de detalles del producto. El enlace **Artículos alternativos** proporciona información sobre artículos alternativos en la página de detalles del producto.

Puede establecer la secuencia de visualización de los productos de venta cruzada en la tienda mediante la clave de clasificación de la tabla correspondiente. Véase también *Clasificación mediante claves de clasificación, en la página 22*.

La casilla de verificación *Crear asignaciones recíprocas* le permite configurar si la asignación de un nuevo producto de venta cruzada debe ser recíproca. El siguiente ejemplo muestra el procedimiento con mayor detalle: El producto A es el primer producto. El producto B se va a asignar al producto A como producto de venta cruzada. Si se activa la asignación recíproca, el producto A se asignará también al producto B como producto de venta cruzada del mismo tipo al mismo tiempo.

Nota: Al hacer clic en **Quitar asignación**, sólo se eliminan las asignaciones de los productos entre ellos. No se elimina ningún producto. Por este motivo, no se pide confirmación de eliminación.

Importar y exportar

Puede importar y exportar asignaciones de venta cruzada. Tenga en cuenta que de esta forma sólo se transfieren las asignaciones. Los productos utilizados deben existir. Durante la importación de asignaciones de venta cruzada, los productos inexistentes no se muestran. Cree los productos utilizados manualmente o impórtelos antes de importar las asignaciones de venta cruzada.

Los campos obligatorios para importar son:

- [Clase]
- [Producto]
- [ProductoObjetivo]
- [Posición]

Puede leer una descripción general sobre la importación y la exportación en el capítulo *Importar y exportar, en la página 31*.

Variantes de producto y venta cruzada

Dispone de los métodos siguientes para asignar productos de venta cruzada a variantes de producto:

- Asignación manual mediante la ficha **Venta cruzada** de la variante.
- asignación empleando el producto maestro (las variantes de producto heredan los productos de venta cruzada del producto maestro).

Los productos de venta cruzada heredados del producto maestro se muestran en la tabla encima de los productos de venta cruzada asignados manualmente. No puede editar los campos Comentario y Orden de clasificación directamente para los productos de venta cruzada heredados.

Para editar las entradas de estos campos, proceda del siguiente modo:

- Cree un segundo producto de venta cruzada para el producto de venta cruzada cuyos valores desea cambiar; véase *Añadir registros*, en la página 21.
- Introduzca los valores deseados en los campos *Comentario* y *Orden de clasificación*. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Detalles del producto - Portales

En esta página, puede ver los portales disponibles para la exportación del producto, así como los artículos existentes de eBay y los pedidos de ese producto.

Portales de producto

Página: Productos » [producto] » Portales » Portales de producto

La tabla muestra un resumen de los portales de producto disponibles y de los portales a los que se está exportando el producto actual. Para asignar el producto actual a una lista para un portal, haga clic en la casilla de verificación oportuna.

eBay

Página: Productos » [producto] » Portales » eBay

En esta tabla se muestran todos los artículos de eBay basados en el producto actual. La tabla es comparable en su composición y su función con la tabla con todos los artículos de eBay. Véase también *Artículos*, en la página 147 en el capítulo de *eBay*.

En la página de eBay del producto, puede crear inmediatamente un nuevo artículo para este producto. Para ello, haga clic en **Crear nuevo artículo**. El artículo se generará con los valores predeterminados. Véase también *Valores predeterminados*, en la página 151. Para editar los detalles del artículo, véase *Opciones de artículos / Asistente de eBay*, en la página 149.

En el caso de los productos maestros, se muestran en la tabla las variantes de producto.

Tipos de producto

Página: Productos » Tipos de producto » General

Los tipos de producto incluyen atributos adicionales para los productos.

Todos los productos tienen los mismos atributos estándar, como el número de producto, el nombre y la descripción. Además, se pueden asignar atributos adicionales, como el color o el tamaño. Esos atributos adicionales se definen en el tipo de producto. Al asignar un tipo de producto a un producto, se pueden utilizar atributos adicionales para el producto. Así, los tipos de producto permiten agrupar productos con cualidades similares.

Si cambia la asignación del tipo de producto, cambiará el conjunto de atributos adicionales del producto. Los atributos adicionales actuales del producto se muestran en los detalles generales del producto, en la sección **Atributos**. Véase *Atributos*, en la página 69.

Un tipo especial es el *Tipo de producto fuente*. Para empezar, este nuevo tipo de producto se asignará automáticamente a nuevos productos. Por otra parte, se trata del tipo de producto fuente para todos los demás tipos de producto. Todos los atributos de este tipo de producto se transfieren a los demás tipos de producto al crearse. De este modo, puede especificar atributos adicionales que se aplican a todos los productos. Los atributos adicionales compartidos sólo se pueden eliminar por medio del tipo de producto fuente.

El tipo de producto fuente propiamente dicho no se puede eliminar.

Nota: Si no desea ningún atributo adicional compartido, elimine todos los atributos del tipo de producto fuente.

¡Atención! Un tipo de producto sólo se puede eliminar si no tiene ningún producto asignado.

Importar y exportar

Puede importar y exportar tipos de producto.

Para la importación, es necesario el campo *[Alias]*.

Si el *[Alias]* está vacío, el sistema utilizará el tipo de producto estándar y cambiará sus valores.

Si una columna del archivo de importación no contiene ningún valor, los valores de la base de datos no se cambiarán.

Puede leer una descripción general sobre la importación y la exportación en el capítulo *Importar y exportar, en la página 31*.

Detalles del tipo de producto

Atributos

Página: Productos » Tipos de producto » [tipo de producto] » Atributos

En la lista de atributos aparecen primero los atributos disponibles del tipo de producto fuente. La visibilidad y la clasificación sólo se pueden cambiar en el tipo de producto fuente. Asimismo, la eliminación sólo es posible en el tipo de producto fuente.

Puede definir su propia secuencia para los atributos definidos especialmente para el tipo de producto específico. Para obtener más detalles, consulte *Clasificación mediante claves de clasificación, en la página 22*.

¡Atención! Al eliminar un atributo, todos los datos del producto guardados en dicho atributo se perderán.

En el caso de atributos con selección de valor y opciones, también tiene que crear y editar el conjunto de valores en la ficha **Selección de valor**. Para obtener más información, véase *Uso de texto con selección de valor, en la página 25* y *Uso de las opciones, en la página 26*.

Aquí tiene un resumen de todos los tipos de atributo: *Tipos de atributo, en la página 24*.

El *Búsqueda con filtro* permite determinar los atributos que los clientes tendrán en la búsqueda con filtro. Consulte *Búsqueda con filtro, en la página 58*. Algunos atributos de producto estándar como el precio, la evaluación de producto o la categoría siempre están activados en la búsqueda con filtro y no se pueden desactivar. Los tipos de atributo siguientes no pueden utilizarse en la búsqueda con filtro: texto, texto dependiente del idioma, opciones del cliente, fecha y hora, fecha, hora, archivo y archivo dependiente del idioma.

Distribución

Página: Productos » Tipos de producto » [tipo de producto] » Distribución

Mediante las opciones de distribución de un tipo de producto, puede configurar cómo se muestra la información de producto en la página de detalles de producto de la tienda.

Puede utilizar las distribuciones siguientes:

Tabla 7: variantes de distribución para visualización de productos

Distribución	Comentario
Detalles del producto	Alineación entre una imagen de producto y un texto descriptivo en la vista del producto de la tienda
Variantes	Muestra las variantes de un producto; Si existe un número elevado de variantes para un producto, seleccione la distribución mediante un menú desplegable. Esto permite mostrar la página más rápidamente y aumenta la claridad. Si sólo se han creado algunas variantes, recomendamos utilizar la distribución de tabla. Las listas de imágenes resultan más indicadas si se van a mostrar pocas variantes con diferentes imágenes.
Agrupar productos	Muestra los distintos productos de una agrupación de productos; La distribución compacta muestra los productos con una imagen y el precio. La distribución de tabla es la más indicada para ver un número elevado de productos. La vista de lista corresponde a la lista de productos de una categoría.

Listas de precios

Página: Productos » Listas de precios » Resumen

Las listas de precios constituyen la base para los precios y descuentos específicos de cliente. Una lista de precios define el periodo de validez de la reducción de precio y los clientes o grupos de clientes afectados. Los precios propiamente dichos se definen en el producto asignado a la lista de precios; véase *Detalles del producto - Precios*, en la página 75. Por otra parte, los descuentos de la cesta de la compra se configuran empleando listas de precios.

¡Atención! Sólo puede haber una lista de precios activa para un cliente y un grupo de clientes al mismo tiempo.

Listas de precios – Opciones avanzadas

Página: Productos » Listas de precios » Opciones avanzadas

Aquí puede definir qué precios se muestran a los clientes en las listas de productos y en los detalles de productos.

Si está activa la opción *Tener en cuenta los descuentos por volumen y por valor sobre la base de las listas de precios*, el cliente verá los precios que se le aplican en las listas de productos y en la vista de detalles del producto.

Para ello, deben cumplirse los siguientes requisitos previos:

- Hay que introducir un precio especial para **una** unidad de pedido en la lista de precios, como una pieza.
- La lista de precios es válida.
- El cliente pertenece a un grupo de clientes que ha sido asignado a la lista de precios.

Otras reducciones de precio, como los precios por volumen para cantidades de compra mayores, se muestran en la página de detalles del producto, mediante el enlace **Reducciones de precio**.

Nota: El uso de esta opción reduce la velocidad de visualización de la página correspondiente porque primero hay que calcular los precios.

Detalles de la lista de precios

Página: Productos » Listas de precios » [lista de precios]

Puede limitar la aplicabilidad de la lista de precios a los grupos de clientes y a los clientes individuales.

Los grupos de clientes disponibles se enumeran en el menú desplegable debajo de la tabla de la ficha **Grupos de clientes**. Primero debe crear los grupos de clientes en **Clientes » Grupos de clientes** para poder utilizarlos para las listas de precios. Véase también *Grupos de clientes*, en la página 88.

Para asignar clientes directamente, en la ficha **Clientes**, indique el número de cliente o utilice la función **Añadir elementos**.

Nota: La asignación directa de clientes tiene mayor prioridad que la asignación de grupos de clientes. Si una lista de precios es válida para un cliente directamente, y una segunda lista de precios es válida para una asignación de grupo de clientes, la lista de precios específica del cliente sólo se aplica al cliente. Esto se aplica a los precios y descuentos por volumen, así como al descuento de la cesta de la compra.

Descuento de la cesta de la compra

Página: Productos » Listas de precios » [lista de precios] » Descuento de la cesta de la compra

Utilice esta función para ofrecer a sus clientes descuentos en la cesta de la compra. Puede escalar la reducción de precio en función del valor de la cesta de la compra. Puede asignar valores absolutos o descuentos porcentuales. El descuento de la cesta de la compra se muestra en la página de detalles del producto mediante el enlace Reducciones de precio.

Nota: El descuento de la cesta de la compra que otorgue se aplica al total de productos. Los posibles gastos de entrega y pago no se incluyen en el cálculo.

En la cesta de la compra, el cliente ve la diferencia con el siguiente nivel de descuento.

Reseñas de productos

La opinión de producto ofrece a sus clientes la posibilidad de dar sus opiniones sobre los productos y de comentar sus propias experiencias. Los clientes pueden otorgar puntos de 1 a 5, y también introducir texto de opinión.

Las evaluaciones proporcionadas más recientemente aparecerán al principio de la tabla.

Debería recibir una notificación por correo electrónico cuando se envíen evaluaciones de productos para su tienda. Configure el evento de correo electrónico correspondiente. Para ello, vaya a la página **Opciones » Eventos de correo electrónico**. Para obtener más información, véase *Eventos de correo electrónico*, en la página 54.

Opciones

Página: Productos » Evaluaciones de productos » Opciones

Esta opción especifica quién tiene permiso para enviar evaluaciones, y cuándo serán visibles dichas evaluaciones en la tienda. Si, por ejemplo, desea moderar las evaluaciones antes de que se publiquen, ajuste la opción *Mostrar nueva evaluación de producto inmediatamente* a *No*.

Recuerde a sus clientes que evalúen los productos que han comprado. Para ello, puede configurar el envío automático de un correo electrónico correspondiente. Esto pide al cliente que indique una evaluación de producto. Determine cuántos días después de que llegue el pedido se enviará el correo electrónico a los clientes.

Importación y exportación

Página: Productos » Importar y exportar

Puede importar y exportar productos, así como el catálogo de productos completo.

Puede leer una descripción general sobre la importación y la exportación en el capítulo *Importar y exportar, en la página 31*.

Productos

Durante la importación/exportación de productos, se transfieren todos los datos que pertenecen directamente al producto.

Para crear nuevos productos, se requiere el *Identificador [Alias]* para el archivo de importación.

En el archivo de importación, puede introducir el nombre de archivo (como camera_s.png) o un enlace al archivo de imagen (por ejemplo, http://imageserver/ProductImage/camera_s.png). Las referencias se utilizan si la imagen ya está disponible en algún lugar de Internet. Si sólo se indica un nombre de archivo, la imagen debe cargarse previamente en los detalles del producto, y hay que generar las vistas correspondientes.

Existe un proceso simplificado para importar muchos productos con sus imágenes correspondientes. Esto se describe en la página de importación del producto en el área *Consejos y trucos*, en **Importar imágenes para productos y categorías durante la importación de productos**.

Catálogos de productos

La importación de un catálogo de productos comprende varios pasos, puesto que no se pueden proporcionar todos los datos en un archivo. Al importar estos datos, debe seguirse una secuencia. Esto se describe en la página de importación del producto en el área *Consejos y trucos*, en **Importar catálogos de productos de otros sistemas**.

Descuentos de productos

Con esto puede importar y exportar los importes y valores de los descuentos por valor y por volumen. Las listas de precios y los productos correspondientes ya deben existir, ya que no se crean durante la importación.

Importar y exportar

Puede importar y exportar asignaciones de venta cruzada. Tenga en cuenta que de esta forma sólo se transfieren las asignaciones. Los productos utilizados deben existir. Durante la importación de asignaciones de venta cruzada, los productos inexistentes no se muestran. Cree los productos utilizados manualmente o impórtelos antes de importar las asignaciones de venta cruzada.

Los campos obligatorios para importar son:

- [Clase]
- [Producto]
- [ProductoObjetivo]
- [Posición]

Nota: Algunas funciones de la aplicación abrirán nuevas ventanas del explorador. Por este motivo, su explorador debe permitir que se abran ventanas emergentes. De lo contrario, no se podrán utilizar ciertas funciones.

Búsqueda de productos en el área de administración

La búsqueda le permite acceder a los distintos productos o grupos de productos de forma sencilla y cómoda. La sencilla búsqueda ofrece numerosas posibilidades de filtrado. Para consultar información básica sobre la función de búsqueda, véase *Buscar*, en la página 22.

Nota: La búsqueda de productos se aplica asimismo a atributos y productos definidos como *No visibles*.

La búsqueda abarca tanto a los productos maestros como a las variantes de producto; véase *Detalles del producto - Variantes*, en la página 72.

Buscar por número de producto es más rápido que buscar mediante el campo *Búsqueda de texto*.

Se buscará en los atributos siguientes el término introducido en el campo *Búsqueda de texto*: *Número de producto*, *Nombre del producto*, *Nombre del fabricante*, *Código del producto*, *Número de producto del fabricante*, *Descripción breve*, *Descripción detallada*, *Palabras clave para los buscadores*, así como todos los atributos basados en el tipo de variable *Texto*. Para obtener más información sobre los tipos de atributo, véase *Tipos de atributo*, en la página 24.

Se busca además en los campos en los que se guardan nombres de archivo. Así, también puede buscar los nombres de imágenes de producto empleadas o archivos adjuntos como documentos pdf, archivos de vídeo, etc.

Utilice el menú desplegable *Idioma* para determinar en qué *Campo de traducción* se buscarán los campos dependientes del idioma.

Las búsquedas de inventario o nivel mínimo de inventario buscan y muestran variantes de producto y productos individuales. Los productos maestros no se incluyen en la búsqueda.

7. Clientes

Página: Clientes

Los clientes son visitantes del sitio web que realizan pedidos en la tienda en línea. Los clientes tienen datos relacionados con el pedido, como la dirección de facturación y la dirección de entrega, el modelo fiscal y la región fiscal, datos de facturación, etc. Puede haber clientes registrados y no registrados. Los clientes no registrados debe proporcionar sus datos de cliente para cada pedido. Los clientes registrados han seguido el proceso de registro, y han introducido todos los datos necesarios durante esa fase. También reciben una contraseña. Esto convierte a los clientes registrados en usuarios. Véase *Usuarios*, en la página 39.

Para abrir la vista detallada de un cliente, haga clic en el número de cliente. Al hacer clic en el icono a la izquierda del número de cliente, se abrirá una nueva ventana del explorador con los detalles del cliente.

Existen los siguientes métodos para añadir nuevos clientes al sistema:

- El cliente se registra en la tienda. Puede determinar el contenido del formulario de registro. Véase *Registro*, en la página 40. Esto lo crea como usuario simultáneamente.
- Un cliente no se registra, y realiza pedidos sin identificarse. Se crea como clientes no registrado.
- Haga clic en **Añadir** en la página **Clientes**.
- Utilice el comando **Crear nuevo cliente** del menú de contexto del cliente en el área de administración. Introduzca la información según se describe en Detalles del cliente – General, más adelante y siguientes.
- Importación de cliente; véase *Importar y exportar*, en la página 88

¡Atención! Si elimina un cliente, también se eliminarán los pedidos del mismo.

Detalles del cliente – General

Aquí puede introducir y administrar los datos de cliente del lado del comerciante. El usuario no tiene acceso a esta información.

Dirección

Página: Clientes » [cliente] » General » Dirección

Aquí puede editar la información de dirección de los datos de cliente del lado del comerciante.

Si el cliente no es un cliente registrado, todos los mensajes de correo electrónico generados por el sistema en relación a este cliente se enviarán a la dirección en el campo *Correo electrónico*.

Si los datos de usuario del lado de comerciante son distintos de la dirección de facturación, se le informará por correo electrónico. Por otra parte, se mostrará la función **Sincronizar datos**, que puede utilizar cuando sea necesario. Véase también *Sincronización de datos*, en la página 87. Para obtener más información sobre los datos de usuario, véase *Detalles del cliente - Datos del usuario*, en la página 86.

Cuenta del cliente

Página: Clientes » [cliente] » General » Cuenta del cliente

El número de cliente lo recomienda el sistema. Puede aceptar el número generado por el sistema o usar el suyo propio. El número debe ser único.

Al crear un nuevo cliente, el grupo de clientes definido en **Grupo de clientes** se establece como predeterminado. Véase *Grupos de clientes*, en la página 88.

Utilice el modelo fiscal para decidir qué precios verá el cliente en la tienda y cómo se calcula la cesta de la compra. Véase también *Modelo fiscal*, en la página 43. El modelo fiscal sólo se puede aplicar cuando el cliente se ha registrado en la tienda.

La zona fiscal se puede asignar manualmente o automáticamente. Si está asignada la asignación automática, la zona fiscal se asignará en función del país de la dirección del cliente.

Atributos

Página: Clientes » [cliente] » General » Atributos

En la sección *Atributos*, puede administrar y modificar la información de atributos introducida en *Atributos del cliente*, en la página 88. Haga clic en el enlace marcado con el nombre de atributo correspondiente para ir directamente a la página de detalles del atributo.

Detalles del cliente - Datos del usuario

Página: Clientes » [cliente] » Datos del usuario

Los usuarios son clientes registrados. Pueden administrar sus datos de usuario en la tienda haciendo clic en *Mi cuenta*. Esta información se puede ver en la ficha **Datos del usuario**. Puede configurar la información que puede administrar el cliente en *Mi cuenta* en el formulario de registro. Véase *Registro*, en la página 40.

Nota: Puede convertir a un cliente no registrado en un usuario asignándole datos de identificación. Después de guardar, los datos de la dirección se copian del pedido a la dirección de facturación y la dirección de entrega predeterminada.

Identificación

Página: Clientes » [cliente] » Datos del usuario » Identificación

Aquí puede gestionar los datos de acceso del usuario.

Una casilla de verificación en el campo *Proceso de registro finalizado* significa que el usuario ha finalizado el registro.

Todos los mensajes de correo electrónico generados por el sistema en relación a este cliente se enviarán a la dirección en el campo *Correo electrónico*.

Nota: La dirección de correo electrónico del campo *Correo electrónico* se emplea para clientes registrados. Para clientes no registrados, se utiliza la dirección de correo electrónico del campo *Correo electrónico*, en la sección *Dirección*; véase *Dirección*, en la página 85.

Dirección de facturación

Página: Clientes » [cliente] » Datos del usuario » Dirección de facturación

Esta opción muestra la dirección de facturación introducida por el cliente en *Mi cuenta* en la tienda. Los cambios que introduzca aquí podrán ser vistos por el cliente en *Mi cuenta*. Si hay diferencias con los datos de cliente del lado del comerciante, aparecerá la función **Sincronizar datos**. Véase también *Sincronización de datos*, en la página 87.

Dirección de entrega predeterminada

Página: Clientes » [cliente] » Datos del usuario » Dirección de entrega predeterminada

Esta opción muestra la dirección de entrega introducida por el cliente en *Mi cuenta* y establecida como *Predeterminada*. Los cambios que introduzca aquí podrán ser vistos por el cliente en *Mi cuenta*.

Sincronización de datos

Los datos de cliente del lado de comerciante son datos del cliente que se pueden administrar en **Clientes » [cliente] » General**; véase *Detalles del cliente – General, en la página 85*. Los propios clientes pueden administrar su información en el sitio web ebn **Mi cuenta » Administrar datos personales**.

Los datos de cliente del lado del comerciante y los datos de usuario pueden presentar diferencias. En ese caso, aparecerá la función **Sincronizar datos** y el sistema le informará por correo electrónico. Para habilitarlo, debe activarse el correo electrónico correspondiente; véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*.

Haga clic en **Sincronizar datos** para mostrar las diferencias y seleccionar los cambios a adoptar.

En el lado derecho, puede ver los campos de la dirección de facturación introducidos por el cliente en *Mi cuenta* en la tienda. A la izquierda, puede ver los campos relevantes en los datos de cliente del lado de comerciante.

Los campos que contienen información discrepante se marcan en azul. Haga clic en  para importar los datos de cliente del lado del comerciante a la dirección de facturación. Haga clic en  para importar la información de la dirección de facturación a los datos de cliente del lado del comerciante.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Detalles del cliente - Pedidos

Página: Clientes » [cliente] » Pedidos

En esta página puede ver los pedidos del cliente actual. Para abrir la página con los detalles del pedido, haga clic en el número de pedido. Encontrará una descripción general sobre los pedidos en *Pedidos, en la página 125*.

Existen los métodos siguientes para crear pedidos para un cliente:

- Haga clic en **Crear y editar nuevo pedido** en la última fila de la tabla.
- La función **Crear nuevo pedido** está ahora activa en el menú **Pedidos**.

Se creará un pedido para el cliente y pasará a modo de edición; véase *Modo de edición, en la página 126*.

Detalles del cliente - Newsletter

En la tabla, se indican todas las campañas de newsletter. Puede ver inmediatamente a cuáles está suscrito el cliente actual.

Si suscribe o anula la suscripción de este cliente aquí, éste será informado por correo electrónico.

Grupos de clientes

Página: Clientes » Grupos de clientes

Puede utilizar los grupos de clientes para ofrecer a los clientes seleccionados diversas ventajas. Son, por ejemplo, los clientes o grupos de clientes, los precios o las formas de pago específicos.

Aquí puede definir y administrar grupos de clientes. La tabla incluye todos los grupos de clientes que ha creado. Los nombres se muestran en los campos de entrada. Introduzca los cambios directamente en el campo correspondiente.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

En los campos de opciones de las columnas *Predeterminado para un nuevo registro* y *Predeterminado para realizar un pedido sin registrarse*, puede definir a qué grupo de clientes se asignará un nuevo cliente en cada caso.

En *Mi cuenta*, puede especificar si desea que los clientes registrados vean información adicional como el número de cliente o el modelo fiscal. Para ello, utilice la opción *Mostrar información adicional* en la subpágina del grupo de clientes.

Antes de eliminar el grupo de clientes, el sistema comprueba si hay todavía algún cliente asignado al grupo. De ser el caso, recibirá una nota indicando las opciones disponibles para tratar las asignaciones de clientes.

Para editar la pertenencia a un grupo de un cliente, abra la cuenta de dicho cliente; véase *Cuenta del cliente*, en la página 85.

Atributos del cliente

Página: Clientes » Atributos del cliente

El sistema proporciona los atributos estándar. Puede definir atributos adicionales para guardar más información sobre sus clientes.

Puede crear y administrar esos atributos adicionales en la tabla. Para obtener más información sobre el uso de estos atributos estándar, véase *Registro*, en la página 56.

Para obtener más información sobre los tipos de atributo y su uso, véase *Tipos de atributo*, en la página 24.

¡Atención! Al eliminar un atributo, todos los datos del cliente guardados en dicho atributo también se eliminan.

Importar y exportar

Página: Clientes » Importar y exportar

Puede leer una descripción general sobre la importación y la exportación en el capítulo *Importar y exportar*, en la página 31.

En el archivo de importación, las columnas siguientes son obligatorias para crear nuevos clientes:

- "Identificador [Alias]"

Si no se especifican más datos, los clientes se crean empleando el alias correspondiente. Para todos los demás datos necesarios se emplean las opciones predeterminadas. Si se rellenan otras columnas en el archivo de importación, se introducen los valores para los atributos correspondientes.

Si el número de cliente aún no existe, se creará un nuevo cliente. Tenga en cuenta lo siguiente al crear un nuevo cliente:

- Si no se introducen datos de usuario en el archivo de importación, se creará un cliente no registrado.
- Si se introducen datos de usuario en el archivo de importación, el cliente se creará como usuario y podrá identificarse en el sitio web. Para obtener más información sobre los datos de usuario, véase *Detalles del cliente - Datos del usuario*, en la página 86.

Nota: Cuando se crea un usuario, el nombre de identificación y la contraseña generada automáticamente se envían al cliente por correo electrónico. Para ello, hay que activar los correos electrónicos (eventos) correspondientes; véase *Eventos de correo electrónico*, en la página 54.

En el archivo de importación, puede definir el idioma y la moneda predeterminados para el usuario en las columnas *Idioma / país [Usuario.IDlocal]* y *Moneda [Usuario.IDmoneda]*. Estas opciones surtirán efecto cuando el nuevo usuario se identifique en el sitio web por primera vez.

En las columnas *[DirecciónFacturación.País]* y *[DirecciónEnvío.País]*, no se indica el país, sino un código de país. La asignación correspondiente está disponible en este sitio web:

http://www.iso.org/iso/country_codes/iso_3166_code_lists/english_country_names_and_code_elements

Utilice estos códigos durante la importación para asignar el cliente al país oportuno. Los códigos siguientes corresponden a Gran Bretaña, España, Francia y Alemania:

- GB – Gran Bretaña
- ES – España
- FR – Francia
- DE – Alemania

8. Contenido / Categorías

En esta área puede generar la estructura de su sitio web y editar el contenido de las distintas páginas. Aquí puede crear la jerarquía de páginas o el árbol de categorías de su sitio web.

Los elementos empleados para crear la estructura son las páginas. Hay varios tipos de página que ofrecen diversas funciones. Véase *Tipos de página, en la página 96* y siguientes.

En la *Vista previa de contenido*, puede administrar la estructura y editar el contenido básico directamente en la vista de página. Véase *Vista previa, más adelante*.

En la *Vista de ficha*, puede editar el resto de los datos sobre la página. Véase *Vista de ficha, en la página 93*.

Utilice la función *Cambiar vista* para cambiar entre los modos de edición.

Consulte cómo crear una nueva página en *Crear nuevas páginas, en la página 96*.

Puede importar y exportar estructuras existentes. Véase *Importar y exportar, en la página 103*.

Vista previa de contenido

Página: Contenido / categorías » Vista previa de contenido

Esta área le permite generar y editar la estructura de su sitio web, así como editar el texto directamente en la vista de página.

La página se divide en las tres áreas siguientes:

- Barra multifunción en el área superior; véase *Barra multifunción y contenido, en la página 92*
- Explorador de páginas a la izquierda
- Vista previa de página a la derecha

Explorador de páginas

La parte izquierda de la página muestra el explorador de páginas. Muestra la estructura de su sitio web. Puede utilizarlo para crear, mover y eliminar las diversas páginas. Puede utilizar estos elementos para crear la estructura de su sitio a su gusto. El icono junto al identificador indica el estado. Un icono de color significa *visible*, mientras que un icono sombreado significa *no visible*.

Las funciones para editar la estructura se encuentran en el grupo de funciones de comandos de la barra multifunción. Véase *Grupo de funciones Comandos, en la página 92*.

Vista previa de página

El lado derecho de la página muestra una vista previa.

Algunas áreas de la página mostrada aparecen marcadas con un borde de puntos. Se trata de los campos de texto o áreas para cargar imágenes. Se pueden editar directamente. Haga clic en estas áreas para editarlas. Hay dos tipos de estos campos de texto.

- *Campos de texto HTML* Cuando el campo está activado, la barra multifunción cambia y ofrece funciones de edición de texto. Véase también *Modo de edición, en la página 93*. Dichos campos son descripciones de productos, u otros textos largos.
- *Campos de sólo texto*: En estos campos, sólo puede introducir texto, sin ningún formato. Se trata, por ejemplo, de nombres de productos o nombres de categorías. La barra multifunción no cambia nunca.

Barra multifunción y contenido

La barra multifunción se encuentra en el área superior de la página con el área de vista previa. Ofrece todas las funciones que son necesarias para editar la estructura de página y los campos de texto. Las distintas funciones se agrupan en grupos de funciones.

El grupo de funciones *Archivo* está siempre disponible.

Grupo de funciones *Archivo*

En este grupo, encontrará las funciones para guardar, deshacer y repetir cambios.

Si edita la estructura de página, la barra multifunción se muestra en el modo de página y ofrece las funciones correspondientes. Véase *Modo de página, más adelante*.

Si edita los campos de texto en la vista previa, la barra multifunción se muestra en el modo de edición y ofrece funciones de edición de texto. Véase *Modo de edición, en la página 93*.

Modo de página

Está en el modo de página si se encuentra en el modo de vista previa y no ha activado ningún texto. En este modo, se muestran los grupos de funciones *Comandos*, *Distribución* e *Idioma* en la barra multifunción.

En este modo, puede editar la estructura de su sitio web, crear nuevas páginas y establecer la visibilidad del contenido de cada página.

Grupo de funciones *Comandos*

La función *Nueva* corresponde a la función **Nueva** en el submenú de **Contenido / Categorías**. La nueva página se crea como subpágina de la página actual.

El estado de visibilidad de la página se indica mediante el icono delante del nombre de la página. Si no hace visible la página de inicio, significa que cierra el sitio web.

Tras la eliminación, la página se elimina de la vista inmediatamente. No se muestra ninguna confirmación. Si todavía no ha guardado, puede restaurar la página. Para ello, haga clic en *Deshacero* vuelva a abrir la página completa.

Utilice la función *Mover página* para mover la página actual dentro de la estructura. Esto le permite definir la secuencia de las páginas y poner una página en varios niveles jerárquicos. Sólo están activas las funciones que son posibles en el lugar actual de la página.

¡Atención! El resultado de los comandos (por ejemplo, visible o eliminar) se muestra en el explorador de páginas, pero aún no está guardado. Haga clic en el símbolo de guardar para guardar el estado actual.

Grupo de funciones *Distribución*

Este grupo contiene funciones que le permiten organizar y visualizar el contenido de las distintas páginas. Hay diversas opciones de distribución disponibles en función del tipo de página actual.

El grupo de funciones sólo se muestra si se puede cambiar la visualización de la página actual.

Los iconos indican las opciones configuradas actualmente. Haga clic en la flecha para ver todas las opciones. Si pasa el ratón por encima de una imagen, aparecerá una pequeña nota. Describe lo que se muestra en qué pedido.

Este grupo de funciones corresponde a la ficha **Distribución** en los detalles de una página. Véase *Distribución, en la página 95*.

Grupo de funciones *Idioma*

Aquí puede configurar el idioma del contenido que desea editar para cada una de las páginas. Al seleccionar un idioma, la página actual se muestra en el idioma correspondiente, y puede editar los textos en dicho idioma.

Modo de edición

Está en modo de edición si ha hecho clic en un campo de texto en la vista previa de contenido. En este modo, se muestran los grupos de funciones de edición de texto en la barra multifunción.

Estas funciones corresponden a las funciones del editor WYSIWYG, véase *Editor WYSIWYG, en la página 27*.

Puede introducir código HTML para los campos de texto como función especial. Para ello, haga clic en **Editar HTML** en la barra multifunción. Se abrirá una nueva ventana con el texto. Inserte aquí su código HTML. Guarde sus entradas haciendo clic en **Aplicar**. La vista previa de página muestra el texto con el formato del código HTML aplicado.

¡Atención! Sus cambios son visibles de inmediato al salir del campo, pero no se guardan automáticamente. Haga clic en el símbolo de guardar para guardar el estado actual.

Vista de ficha

Página: Contenido / Categorías » Vista de ficha

En una vista de ficha, puede editar todos los datos disponibles para la página actual. Seleccione esta vista para introducir y editar los datos que no se pueden editar en la vista previa de contenido.

Los parámetros se agrupan en fichas, que se describen a continuación. Las descripciones específicas de cada tipo de página hacen referencia a las excepciones existentes.

Las fichas siguientes están siempre disponibles:

- General; véase *General, más adelante*
- Páginas; véase *Contenido, en la página 94*
- Productos; véase *Productos, en la página 95*
- Imágenes; véase *Imágenes, en la página 95*
- Distribución; véase *Distribución, en la página 95*

General

Página: Contenido / Categorías » Vista de ficha » Páginas » [página] » General

Hay opciones generales para cada tipo de página. Se trata de opciones como el título de página, los textos descriptivos, la visibilidad o también el control de acceso.

La opción *Visible en el elemento de página* es una forma especial de la visibilidad general. Esta página está definida como visible o no visible únicamente en el elemento de página correspondiente. Sin embargo, en general permanece visible. Esto significa, por ejemplo, que si tiene una gran estructura de catálogo, puede optar por mostrar únicamente las categorías más importantes, con fines de navegación. Todas las categorías se muestran en la lista de categorías en el área de visualización, y el usuario puede acceder a ellas desde aquí. Si la página no es visible en general, no se puede utilizar la opción.

Puede asignar permisos de acceso para algunas páginas. Utilice el menú desplegable *Permitir visualización para* para indicar quién puede ver esta página. La página correspondiente sólo puede ser abierta por el grupo de usuarios configurado.

Esta opción es válida para páginas donde los visitantes pueden editar las entradas (foro, blog, etc.) y le permite limitar la creación de dichas entradas. Para ello, utilice el menú desplegable *Adición permitida para*.

El contenido del campo *Título* se muestra como encabezado de página, en la barra de título de su explorador y en el explorador de páginas en la vista previa.

El contenido del campo *Título del elemento de página* se muestra como enlace en el elemento de página en que se muestran categorías para navegación. Por ejemplo, *Vista de árbol de las páginas como cuadro* or *Lista de las páginas del nivel superior*. Si deja el campo en blanco, el texto del campo *Título* también se utilizará como título para el elemento de página. Este texto se muestra en el historial de navegación (ruta de navegación).

El campo *Palabras clave para buscadores* se utiliza principalmente para la búsqueda que realizan los clientes en su tienda y que usted coloca como elemento de página en su sitio web. Introduzca descripciones o formas alternativas por las que debería poder encontrarse el producto y que no estén en los textos de la página, pero por los que habría que poder encontrarla.

Los distintos tipos de página contienen hasta cuatro campos para la descripción ampliada, además de la descripción. La descripción se muestra en las listas de categorías.

Los textos de las descripciones ampliadas se muestran en la propia página o en los detalles de la categoría correspondiente. Puede definir qué textos se muestran mediante las opciones de distribución de la página. Véase *Distribución, en la página 95* para obtener más detalles.

Para algunos tipos de página, hay otras opciones especiales. Dichas opciones se explican en las descripciones de los distintos tipos de página.

Contenido

Página: Contenido / Categorías » Vista de ficha » Páginas » [página] » Páginas

Todos los elementos estructurales ubicados jerárquicamente justo debajo de la página actual se consideran subpáginas de dicha página. También se emplea el término *Subcategoría*.

La tabla muestra todas las subpáginas que se han creado para la página actual. El icono junto al identificador indica el tipo y el estado.

Para crear una nueva página, siga los pasos descritos en *Añadir registros, en la página 21*.

Utilice el comando por lotes *Mover a...* para mover páginas a otro lugar en el árbol de estructura. Al mover categorías, también se mueven todos los elementos asociados y subordinados, como las subcategorías y los productos. Estas asignaciones permanecen vigentes.

¡Atención! Si elimina una página, todas las subpáginas y sus contenidos también se eliminarán. Los productos asignados no se eliminan; sólo las asignaciones de páginas.

Nota: Si abre la vista de página web estando en una página, verá la página aunque haya sido establecida como *No visible*. Si va al siguiente nivel de página superior, esta página dejará de mostrarse como subpágina, siempre que el estado esté establecido como *No visible*. Tenga en cuenta las opciones de la caché de página; véase *Caché de página, en la página 37*.

Productos

Página: Contenido / Categorías » Vista de ficha » Páginas » [página] » Productos

La tabla muestra todos los productos asignados a la página actual. La función y el significado de los iconos son los mismos que en la lista de productos general.

Existen los métodos siguientes para asignar productos a la categoría actual:

- Añadir nuevas entradas, según lo descrito en Añadir registros, en la página 21. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.
- Crear un nuevo producto directamente mediante el submenú **Producto**. Haga clic en el enlace **Nuevo** y proceda según se describe en Crear un nuevo producto, en la página 63. Al finalizar, el producto se asignará a la categoría.

Puede establecer la secuencia mediante la clave de clasificación de la tabla. Para obtener más detalles, véase *Clasificación mediante claves de clasificación, en la página 22*.

Utilice los comandos por lotes para clasificar la lista de productos según diversos criterios, como, por ejemplo, según los precios ascendentes. Esta clasificación no es dinámica. Eso significa que si cambia los precios de los productos después de clasificarlos, la lista no se volverá a clasificar automáticamente. La secuencia se mantiene igual que antes de realizar el cambio de precio. Si desea volver a clasificar la lista con precios ascendentes, debe volver a ejecutar el comando por lotes correspondiente.

Imágenes

Página: Contenido / Categorías » Vista de ficha » Páginas » [página] » Imágenes

Puede administrar hasta cuatro imágenes para cada página. La imagen *Vista de lista* se emplea para listas de páginas. Aquí se muestra una pequeña imagen para cada página, junto con el título y la descripción. Las demás imágenes se muestran en la propia página, en los detalles de la categoría, junto con cualquier campo de descripción detallada existente. Puede especificar qué imagen se muestra mediante las opciones de distribución. Véase *Distribución, más adelante*.

Debe cargar cada imagen por separado mediante el botón **Cargar archivo**. Véase *Cargar imágenes, en la página 29*.

Distribución

Página: Contenido / Categorías » Vista de ficha » Páginas » [página] » Distribución

La tabla recoge todas las opciones para mostrar el contenido de la página correspondiente en el sitio web. Si pasa el ratón por encima de una imagen, aparecerá una pequeña nota. Describe lo que se muestra en qué pedido.

La opción seleccionada tiene dos funciones. La primera es para determinar qué contenido debe mostrarse en la página, como sólo texto o subpáginas junto con productos. Por otra parte, se establece la secuencia de contenido: por ejemplo, primero los productos y luego las subpáginas, o al revés.

En función del tipo de página, tiene hasta cuatro campos de texto disponibles y puede cargar hasta cuatro imágenes. Véase *General, en la página 93*. Con la opción *Texto*, puede definir qué textos e imágenes se muestran en qué combinación. Si los iconos indican más campos de texto o imágenes de los que hay disponibles actualmente en la página, se crearán y podrá editarlos.

Utilice *Subpáginas* para determinar si deben mostrarse todas las subpáginas en la subpágina o sólo las páginas de contenido.

Utilice *Productos* para ver qué aspecto debe tener la lista de productos en la página.

Nota: Si dispone los productos o las páginas de categoría en más de una columna, estas páginas se muestran primero de izquierda a derecha y así sucesivamente en el resto de la página.

Crear nuevas páginas

Hay varias formas de crear una nueva página, en función del contexto en que se encuentre. En el proceso siguiente, entendemos que ya existe una estructura. Esta es también la situación después de ejecutar el asistente de configuración.

Proceda del siguiente modo:

1. Abra la **Vista previa de contenido** en el menú **Contenido / Categorías**.
2. Seleccione una página en el explorador de páginas dentro de la que haya que crear la nueva página.
3. Haga clic en **Nuevo** en la barra multifunción.
4. Introduzca un nombre y seleccione el tipo de página correspondiente. Deje la opción *Visible* en *No*.
5. Haga clic en **Insertar**.
6. Compruebe si la página ha sido insertada en el lugar correcto de la estructura. Si no, utilice las funciones de *Mover página* en la barra multifunción para mover la página al lugar adecuado.
7. Haga clic en los campos de texto en la vista previa e introduzca el contenido correspondiente.
8. Seleccione las opciones de distribución adecuadas par la página. Pruebe distintas variantes hasta conseguir la visualización óptima de la página.
9. Haga clic en el enlace a la vista previa de la página en la navegación del administrador. Vuelva a ver la página en el sitio web.
10. Haga clic en **Visibilidad** en la barra multifunción.
11. Ajuste la opción *Visibilidad* a *Sí* y haga clic en **Aplicar**.

A continuación, verá la nueva página en su sitio web.

Si también quiere ofrecer la página en otros idiomas, cambie el idioma mediante el cuadro de selección. Así, podrá ver qué datos dependientes del idioma le faltan por introducir.

Si es preciso, introduzca más datos en la vista de ficha. Haga clic en **Vista de ficha** en la barra multifunción e introduzca todos los datos necesarios en las fichas provistas a tal efecto.

Para obtener más información sobre los fundamentos de trabajar con varias vistas, véase *Vista previa*, en la página 91, *Vista de ficha*, en la página 93 y *Barra multifunción y contenido*, en la página 92.

Tipos de página

Los tipos de página son la base para los distintos tipos de páginas a partir de los cuales puede crear su sitio web.

El tipo de página determina el tipo de contenido y la funcionalidad que se muestra en el área de contenido de la página correspondiente. Véase *Estructura del sitio web*, en la página 112.

Para el tipo de página *Categoría*, por ejemplo, se trata de textos descriptivos, encabezado e imágenes para la categoría, así como la lista de productos y la lista de subcategorías. El tipo de página *Derecho de retirada* contiene texto con la información correspondiente a los visitantes de su sitio web.

Por otra parte, los tipos de página se diferencian por el tipo y la cantidad de datos guardados en los detalles de las páginas respectivas.

Al crear una página, se selecciona el tipo correspondiente, que determina el resto del proceso durante la creación de la página.

Puede acceder a los tipos de página en el explorador de páginas y en la vista de ficha de una página. Véase *Explorador de páginas, en la página 91*, y *Contenido, en la página 94*.

En los capítulos siguientes se describe el uso, el funcionamiento y las especialidades de los distintos tipos de página.

Página de inicio

Página: Contenido / Categorías » Páginas -Vista de ficha

La página de inicio es la página principal. Es la raíz de la estructura de árbol de su sitio. Todas las demás páginas son subpáginas de la página de inicio.

Es la página inicial de su sitio web.

La página de inicio no se puede eliminar. No puede cambiar el identificador de esta página. Sólo hay una página de inicio.

La mayoría de opciones de la página de inicio coinciden con las de todas las páginas. Véase *Vista de ficha, en la página 93*. Hay que tener en cuenta los detalles siguientes para la página de inicio.

General

En el campo *Resumen para buscadores*, introduzca el texto que se mostrará en las listas de resultados de los buscadores. Debe ser un texto breve pero potente, para inducir a los usuarios a visitar su página.

Introducción

Si lo desea, puede crear una introducción (intro) para su sitio web que se mostrará antes de acceder a la página de inicio. Debajo de la introducción, un vínculo permite al usuario acceder a la página de inicio.

Siga este procedimiento para configurar una introducción:

1. Escriba el código de programa o texto que desee en el campo *Código de la intro*. El código de la introducción puede contener elementos como código HTML, elementos flash o vídeos, como por ejemplo un vídeo en YouTube.
2. Compruebe la vista previa.
3. Active la visualización de la introducción.
4. Guarde todas las entradas con la opción **Guardar**.

Página / Categoría

Página/categoría es el tipo de página para la creación de una estructura jerárquica de catálogo. Puede asignarle subcategorías y productos. Puede indicar una distribución distinta para cada categoría.

En la vista previa de página, puede editar los textos de categorías y los textos de los productos asociados.

La mayoría de opciones de las categorías coinciden con las de todas las páginas. Véase *Vista de ficha, en la página 93*.

Página de contenido

Página de contenido es el tipo de página que puede utilizar para crear contenido general como artículos para mostrar en su sitio web.

La mayoría de opciones de las páginas de contenido coinciden con las de todas las páginas. Véase *Vista de ficha, en la página 93*. Hay que tener en cuenta los detalles siguientes para las páginas de contenido:

Puede indicar la fecha en el campo *Fecha*. Se mostrará junto con el título.

En la sección **Textos**, puede añadir un archivo adjunto al artículo. Introduzca el nombre del archivo directamente con su localización en el campo *Archivo adjunto*, o haga clic en **Examinar** para buscar el archivo. Al final del artículo, se muestra un enlace al adjunto en el sitio web. En el campo *Etiqueta del archivo adjunto*, introduzca el texto para el enlace.

Enlace

Enlace es el tipo de página que puede utilizar para crear enlaces a páginas externas e internas de su sitio web.

El enlace se muestra en elementos de página como el árbol de categorías o en las listas de categorías.

La mayoría de opciones del enlace coinciden con las de todas las páginas. Véase *Vista de ficha, en la página 93*. Hay que tener en cuenta los detalles siguientes para el enlace:

Con la opción *Nueva ventana*, puede establecer si el enlace se abre en una nueva ventana o en la misma ventana del explorador.

En el campo *Sitio web*, introduzca la dirección de destino para el enlace.

Productos en promoción

Productos en promoción es un tipo de página que puede utilizar para ofertas especiales en productos seleccionados. Utilícelo para presentar ofertas especiales, promociones o nuevos productos a sus clientes. El tipo *Productos en promoción* es una categoría especial que sólo se puede utilizar una vez.

La mayoría de opciones de los productos en promoción coinciden con las de todas las páginas. Véase *Vista de ficha, en la página 93*.

Hay dos elementos de página especiales para mostrar productos en promoción en la tienda: *Productos en promoción como cuadro* y *Enlace a los productos en promoción*. Colóquelos en el sitio web en el área de **Distribución**. Para obtener más información, véase *Elementos de página y navegación, en la página 119*.

Información de contacto

Información de contacto es el tipo de página que puede utilizar para mostrar la información de su empresa.

La información de contacto es una parte importante de su sitio web, y puede ser un requisito legal. También se denomina la información del proveedor. La información de contacto es obligatoria.

El contenido de la información de contacto viene determinado por los distintos países. En Alemania, los requisitos de la información de contacto se encuentran en las leyes de medios de comunicación. Se requiere lo siguiente:

- Nombre y dirección del proveedor
- Datos de comunicación
- Número de registro legal y localización del registro
- Identificador fiscal o identificador fiscal de *sociedades*

En función del tipo de empresa, puede ser necesaria otra información. Infórmese sobre los requisitos legales aplicables.

Tiene que poderse abrir la página de información de contacto desde todas las páginas del sitio web. Existe un elemento de página correspondiente para ello. Para obtener más información, véase *Elementos de página y navegación, en la página 119*.

Condiciones generales

Condiciones generales es el tipo de página que puede utilizar para mostrar sus condiciones empresariales y contractuales en su sitio web.

Las condiciones generales son un componente de una tienda, y también hay regulaciones estrictas que son de aplicación. El contenido y el acceso vienen dictados por las leyes de cada país.

En Alemania, por ejemplo, las condiciones generales se regulan por ley desde 2002 (BGB, párrafo 305 ff.).

¡Atención! Debe revisar las condiciones generales predeterminadas y adaptarlas, si es preciso, a los requisitos actuales de su sitio web, o sustituirlas por sus propias condiciones generales.

El cliente debe poder acceder fácilmente a las Condiciones generales. Existe un elemento de página correspondiente para ello. Para obtener más información, véase *Elementos de página y navegación*, en la página 119.

Nota: Puede configurar el proceso del pedido de forma que el cliente tenga que confirmar la política de privacidad antes de poder completar la compra; véase *Opciones de la cesta de la compra*, en la página 55.

El cliente puede imprimir las condiciones generales o guardarlas en un archivo, según sea necesario.

Derecho de retirada

Derecho de retirada es el tipo de página en el que encontrará información adicional relativa a las opciones de cancelación de su sitio web.

La información sobre el derecho de cancelación complementa las Condiciones generales e informa a los clientes respecto a las condiciones para cancelar un pedido y el procedimiento para hacerlo.

Por lo tanto, recomendamos incorporar el elemento de página *Vínculo a la página de derecho de retirada*. Para ello, en la vista de ficha del elemento, haga clic en el vínculo de **diseño de página** que hay en la parte inferior de la página. Para obtener más información, consulte *Elementos de página y navegación*, en la página 119.

¡Atención! La información sobre el derecho de retirada debe modificarse para adaptarla a las condiciones actuales de su tienda o sustituirla por sus propias condiciones

Política de privacidad

Política de privacidad es el tipo de página que puede utilizar para explicar qué hace con la información personal en su sitio web.

Desde el momento en que reciba y registre información personal de sus clientes, debe informarles de las formas en que dicha información es utilizada y guardada. Se trata de un requisito legal en muchos países. Puede utilizar la *Política de privacidad* para mostrar el aviso oportuno a su cliente.

El cliente debe poder acceder fácilmente a la política de privacidad. Existe un elemento de página correspondiente para ello. Para obtener más información, véase *Elementos de página y navegación*, en la página 119.

Puede consultar cómo preparar el acuerdo para su cliente en *Identificación*, en la página 41.

¡Atención! Debe revisar la política de privacidad predeterminada y adaptarla, si es preciso, a los requisitos actuales de su sitio web, o sustituirla por su propia política de privacidad.

Horario comercial

Horario comercial es el tipo de página que muestra a sus visitantes las horas durante las que ofrece sus servicios.

Puede establecer los horarios propiamente dichos en las opciones generales de su sitio web. Véase *Horario comercial*, en la página 39.

Para la **Distribución** del horario comercial en el sitio web, puede seleccionar entre una vista de tabla o gráfica.

Mapa del sitio

Mapa del sitio es el tipo de página que proporciona a sus visitantes un resumen general de la estructura de su sitio web. En un momento, los visitantes pueden ver qué páginas contiene su sitio web, y pueden encontrar su lugar. En función del formato de la distribución, se pueden mostrar hasta cuatro niveles de la estructura del sitio web.

Parte de las opciones generales del mapa del sitio coinciden con las opciones generales de todas las páginas. Véase *General*, en la página 93.

Para la **Distribución** del mapa del sitio en el sitio web, puede seleccionar entre una vista de bloque o de árbol.

Foro

Foro es el tipo de página que ofrece a sus visitantes la posibilidad de debatir diversos temas en su sitio web. Los usuarios pueden iniciar debates sobre un tema determinado, así como escribir respuestas a los diversos temas. Sus visitantes también se pueden suscribir a los mensajes como canal RSS.

Puede restringir quién lee el foro y quién tiene permiso para abrir temas o enviar mensajes. Los visitantes con permiso para ello pueden denunciar la existencia de contenido sospechoso mediante una función especial. Dichas entradas se marcan como inadecuadas en el área de administración. Luego puede bloquear esos mensajes para que no se muestren.

Puede crear nuevos temas en la página de vista previa.

Parte de las opciones generales del mapa del sitio coinciden con las opciones generales de todas las páginas. Véase *General*, en la página 93.

Para la **Distribución** de los foros en el sitio web, puede seleccionar entre una vista de lista o de árbol.

Puede recibir una notificación por correo electrónico cuando se publique algo nuevo en el sitio web. Para ello, active el evento de correo electrónico correspondiente, véase *Eventos de correo electrónico*, en la página 54.

Temas

La tabla enumera todos los temas de este foro. Aquí también puede poner nuevos temas. Proceda según lo descrito en *Añadir registros*, en la página 21.

Si desea leer más sobre el tema, haga clic en el identificador. Véase *Temas – Detalles*, en la página 101.

Temas – Detalles

En los detalles de un tema, puede cambiarle el nombre y determinar si se pueden publicar mensajes sobre el mismo.

La tabla enumera todos los mensajes del tema. Si los visitantes denuncian la sospecha de que un mensaje es inadecuado, el mensaje se marca con un icono de advertencia. En caso de que la denuncia de contenido inapropiado no sea válida, puede quitarla. Para ello, utilice el comando por lotes *Eliminar marcador Sospecha de mensaje inadecuado*.

Aquí también puede crear sus propios mensajes sobre el tema. Para ello, proceda según lo descrito en *Añadir registros, en la página 21*.

Blog

Blog es el tipo de página que muestra a sus visitantes nueva información en formato de diario.

Los visitantes pueden dejar comentarios en las entradas del blog y suscribirse a las mismas como canal RSS.

Puede restringir quién lee el blog y quién tiene permiso para enviar comentarios sobre las entradas. Los visitantes con permiso para ello pueden denunciar la existencia de contenido sospechoso mediante una función especial. Dichas entradas se marcan como inadecuadas en el área de administración. Luego puede bloquear esos mensajes para que no se muestren.

Puede recibir una notificación por correo electrónico cuando se publique algo nuevo en el sitio web. Para ello, active el evento de correo electrónico correspondiente, véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*.

Puede crear nuevos temas en la página de vista previa.

Mensajes

La tabla enumera todos los mensajes del blog. Aquí también puede crear nuevos mensajes. Para obtener más información, véase *Añadir registros, en la página 21*.

Mensajes – Detalles

Los detalles del mensaje le permiten editar las opciones generales del mensaje del blog y la lista de comentarios asociados.

Aquí puede configurar el mensaje como visible y permitir comentarios. El bloqueo de comentarios aquí es independiente de las opciones de permisos del blog.

Comentarios

La tabla enumera todos los comentarios de la entrada del blog. Si los visitantes denuncian la sospecha de que un mensaje es inadecuado, el mensaje se marca con un icono de advertencia. En caso de que la denuncia de contenido inapropiado no sea válida, puede quitarla. Para ello, utilice el comando por lotes *Eliminar marcador Sospecha de mensaje inadecuado*.

Aquí también puede introducir sus propios comentarios sobre el mensaje actual.

Libro de visitas

Libro de visitas es el tipo de página para ofrecer a sus visitantes la posibilidad de publicar comentarios de texto públicos en su sitio web.

En general, los visitantes del sitio web emplearán esta opción para dejar sus opiniones, notas o críticas del sitio web. Sus visitantes también se pueden suscribir a los mensajes como canal RSS.

Puede restringir quién escribe o lee las entradas del libro de visitas. Los visitantes con permiso para ello pueden denunciar la existencia de contenido sospechoso mediante una función especial. Dichas entradas se marcan como inadecuadas en el área de administración. Luego puede bloquear esas entradas para que no se muestren.

Puede recibir una notificación por correo electrónico cuando se publique algo nuevo en el sitio web. Para ello, active el evento de correo electrónico correspondiente, véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*.

Entradas

La tabla enumera todas las entradas del libro de visitas. Si los visitantes denuncian la sospecha de que un mensaje es inadecuado, el mensaje se marca con un icono de advertencia. En caso de que la denuncia de contenido inapropiado no sea válida, puede quitarla. Para ello, utilice el comando por lotes *Eliminar marcador Sospecha de mensaje inadecuado*.

Aquí también puede crear nuevas entradas; para obtener más información, véase *Añadir registros, en la página 21*.

Galería de imágenes

Galería de imágenes es el tipo de página que puede utilizar para mostrar fotos en su sitio web.

Puede mostrar todas las imágenes como una lista con la presentación. El usuario puede controlar la presentación. Por otra parte, puede mostrar las imágenes con el efecto «cover-flow». El «cover-flow» es una visualización en que las imágenes se muestra como una lista horizontal con la imagen actual en primer plano.

La vista previa de página le permite cargar imágenes y editar elementos de texto. Edite las demás opciones en la vista de ficha.

El directorio de *Directorio* es dónde se guardan las imágenes en el administrador de archivos. Véase *Administración de archivos, en la página 30*.

Imágenes

En la tabla, puede ver todas las fotos que ha cargado para esta galería de imágenes.

Para ver una vista ampliada, haga clic en una imagen. Puede introducir datos adicionales para cada imagen. Estos datos se muestran junto con la imagen del sitio web. Para introducir esta información para otros idiomas, seleccione el idioma correspondiente en el menú desplegable sobre la tabla.

Aquí puede modificar el nombre del archivo. Para ello, haga clic en el símbolo del nombre del archivo correspondiente.

Puede establecer la secuencia mediante la clave de clasificación de la tabla. Para obtener más detalles, véase *Clasificación mediante claves de clasificación, en la página 22*.

Para cargar nuevas imágenes, siga las instrucciones de *Cargar imágenes, en la página 29*.

¡Atención! Las imágenes para la galería de fotos sólo se pueden añadir mediante la función **Cargar archivos** en la ficha **Imágenes**. No puede utilizar para ello el administrador de archivos. Lo mismo se aplica a la edición de nombres de archivos.

Búsqueda de imágenes

Puede buscar imágenes en el sitio web y en el área de administración. Para habilitar la búsqueda adecuada, debe definir términos de búsqueda y otro contenido para las imágenes. Se pueden realizar búsquedas empleando ese contenido.

Puede añadir el contenido siguiente para cada imagen:

- Palabras clave
Las distintas palabras clave mediante las que pueden encontrarse las imágenes. Si hay varios términos, deben separarse mediante comas.
- Localización de imágenes
- Descripción

El formulario de búsqueda de la administración contiene los campos *Palabras clave* y *Texto*. Al buscar, los términos del campo *Palabras clave* se comparan con el contenido del atributo *Palabras clave*. Los términos introducidos en el campo de búsqueda *Texto* se comparan con el contenido de los campos *Localización de imágenes* y *Descripción*.

Los términos en más de un campo se vinculan mediante el operador *AND*. Esto significa que, si introduce una palabra clave y un texto en el formulario de búsqueda, hay que asignar una imagen a la palabra clave y el texto para localizarla.

El sitio web sólo tiene un campo de búsqueda. El término de búsqueda introducido aquí se busca en los tres campos antes mencionados.

Importar y exportar

Página: Contenido / categoría » Importar y exportar

Puede leer una descripción general sobre la importación y la exportación en el capítulo *Importar y exportar*, en la *página 31*. En relación con el contenido y las categorías, existen los tipos de importación y exportación siguientes:

- Importación/exportación de Páginas y categorías; véase Importación/exportación de contenido/categorías/páginas, más adelante
- Importación/exportación de asignaciones de categoría-producto; véase *Importación/exportación de asignaciones de categoría-producto*, en la *página 104*

Nota: Algunas funciones de la aplicación abrirán nuevas ventanas del explorador. Por este motivo, su explorador debe permitir que se abran ventanas emergentes. De lo contrario, no se podrán utilizar ciertas funciones.

Importación/exportación de contenido/categorías/páginas

La función Importar/Exportar categorías le permite importar o exportar la estructura de catálogo de su sitio web. Esto se refiere a todas las categorías y páginas y sus propiedades, y cómo se disponen en la estructura de catálogo.

Al crear nuevas categorías mediante el archivo de importación, las columnas siguientes son obligatorias:

- "Tipo [Clase]"

- "Objeto principal [Principal]"
- "Identificador [Alias]"

Si no se especifican más datos, las categorías se crean empleando el alias correspondiente y el tipo especificado y se ordenan en consecuencia en la estructura. Para todos los demás datos necesarios se emplean las opciones predeterminadas.

Si no hay ninguna entrada en la columna *Objeto principal [Principal]*, los elementos correspondientes se colocan directamente en la página de inicio.

Importación/exportación de asignaciones de categoría-producto

Cuando se importan o se exportan asignaciones de categorías y productos, la asignación de productos a categorías también se intercambian en un sentido u otro. La asignación de productos a categorías se define aquí.

En el archivo de importación, todas las columnas del archivo de exportación son obligatorias.

¡Atención! Para efectuar una importación de una asignación de categorías/productos, deben estar disponibles los productos empleados y una estructura de catálogo correspondiente. Si dispone de ello por importación, primero tiene que efectuar la *importación de producto* y la *importación de categoría*, y después, la *importación de la asignación de categorías y productos*.

9. Sistema de reservas

El sistema de reservas le permite ofrecer servicios que sus clientes pueden reservar a través el sitio web. Esto puede incluir el alquiler de herramientas, reservas de mesa en un restaurante o reservas de cita en la peluquería. Los servicios se denominan "Servicios".

Para ofrecer estos servicios, debe configurar las opciones básicas y crear los servicios. Hay dos asistentes para ayudarlo a hacerlo. El asistente del sistema de reservas le ayuda con las opciones básicas. El asistente de configuración de servicios le ayuda a crear servicios.

Debe trabajar con el sistema de reservas del modo siguiente:

1. Configuración del sistema de reservas

Abra el asistente de configuración del sistema de reservas y siga todos los pasos necesarios.

2. Creación de servicios

Crear servicios. Abra el asistente de configuración de servicios y siga todos los pasos necesarios.

3. Crear reservas

Las reservas pueden ser realizadas por sus clientes mediante el sitio web, o por usted en el área de administración. Para ello, hay que seleccionar el servicio correspondiente e introducir los datos necesarios. Por último, la reserva se envía o se guarda. La reserva se introduce en el resumen de reservas de cada servicio.

4. Control y confirmación

En el área de administración puede ver la reserva mediante la función de calendario o mediante la herramienta de búsqueda. Si la opción de confirmación manual está activa, debe comprobar y confirmar las distintas reservas para que se envíe un correo electrónico de confirmación al cliente. Si es preciso, puede cambiar en cualquier momento la hora de la reserva en los detalles de la misma, o bien cancelarla. Para obtener más información, véase *Detalles de la reserva*, en la página 109.

Una vez hecho esto, las reservas se introducen en el calendario y se confirman con el cliente.

El asistente de configuración del sistema de reservas se puede volver a ejecutar después del primer uso para cambiar las opciones.

El asistente de configuración de servicios se utiliza para configurar los servicios. Para cambiar los detalles del servicio, abra los detalles del servicio correspondiente desde la tabla. Véase también *Detalles del servicio*, en la página 106.

Los servicios se administran de forma similar a los productos. Tras editar las opciones generales con precios y descripciones, puede asignar imágenes y definir asignaciones de categoría.

Las reservas de cada servicio se incluyen en una ficha especial; véase *Reservas*, en la página 109.

Puede especificar si la función de reserva solo está disponible para clientes registrados. Para ello, en *Opciones de la cesta de la compra* seleccione *Cesta de la compra solo para clientes registrados*.

Servicios

Página: Sistema de reservas » Servicios

Los servicios son ofertas como formación, reservas o alquileres que pueden reservar sus clientes.

La tabla incluye todos los servicios que ha creado. Para abrir los detalles de un servicio, haga clic en su nombre. Haga clic en el icono a la izquierda del nombre para abrir una nueva ventana del explorador con los detalles del servicio. Véase también *Detalles del servicio, más adelante*.

Existen los métodos siguientes para crear servicios:

- Ejecute el asistente para crear un servicio
- Duplicar un servicio existente
- Introduzca el nuevo servicio en la última fila de la tabla, que enumera los servicios.
- Abra la función Crear nuevo servicio desde el menú Sistema de reservas.

Detalles del servicio

Página: Sistema de reservas » Servicios » [Servicio] » General

Las propiedades generales en Nombre/Precio, Descripción y Atributos definidos por el usuario son básicamente los mismos que los de los productos. Para consultar las opciones relevantes, véase *Detalles del producto – General, en la página 67*.

En la sección **Duración/Límites de tiempo**, puede configurar las condiciones generales de este servicio. Puede definir, por ejemplo, durante cuánto tiempo funciona el servicio, si los clientes pueden establecer la duración del servicio, en qué intervalos se puede reservar el servicio, etcétera.

La asignación y la administración de imágenes, categorías y venta cruzada coincide con el proceso de los productos. Puede leer al respecto en *Detalles del producto – Imágenes, en la página 69*, *Detalles del producto - Categorías, en la página 71* y *Detalles del producto – Venta cruzada, en la página 77*.

Detalles del servicio - Opciones del cliente

Página: Sistema de reservas » Servicios » [Servicio] » Opciones del cliente

Puede crear opciones para un servicio. Por medio de estas opciones, puede dar a sus clientes la posibilidad de realizar determinadas selecciones de un servicio. Por ejemplo, en el caso de una reserva de tabla, puede ofrecer el tipo de decoración de la tabla como selección.

Para crear esas opciones, debe crear un atributo correspondiente para el tipo de producto al que está asignado el servicio. Proceda del siguiente modo:

1. Haga clic en **Editar tipo de producto**. Esto le llevará a la página que contiene los atributos de los tipos de producto mostrados.
2. Introduzca el identificador y el nombre del atributo (como *Decoraciones de tabla*) y seleccione el tipo de atributo *Opciones del cliente*. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.
3. Haga clic en el nombre del nuevo atributo para editar los detalles. Introduzca los detalles generales.
4. Haga clic en la ficha **Selección de valor** para introducir los valores de selección. (Por ejemplo, *Decoraciones de cumpleaños, Cena con velas...*). Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.
5. Pase a la página con las opciones del servicio correspondiente. Aquí verá los valores del atributo con casillas de verificación. Resalte las opciones que desea poner a disposición de sus clientes en el sitio web.
6. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.
7. Al reservar un servicio, las opciones se muestran para el cliente en forma de menú desplegable.

Para añadir o quitar opciones, haga clic en **Añadir o quitar valores**. Esto le llevará de vuelta a la página con los atributos, que puede editar en consecuencia.

Para obtener más información sobre los tipos de producto y los atributos, véase *Detalles del tipo de producto, en la página 80*.

Reservas

Página: Sistema de reservas » Servicios » [Servicio] » Reservas

Aquí verá todas las reservas que se han reservado para un servicio en formato de calendario.

Resumen

Puede utilizar el calendario para acceder a todas las reservas del servicio. Utilice la barra que contiene los números de los días para escoger el día correspondiente en el mes que se muestra. Seleccione el mes mediante las flechas a la izquierda y a la derecha junto al indicador del mes.

Estos son los significados de los distintos iconos de la barra de días:

Tabla 8: Leyenda de los iconos del calendario

Icono	Descripción
Número de día con fondo resaltado	Seleccionado día actualmente; Se muestra la lista de reservas para este día.
Número de día con borde	Fecha actual
Número de día en negrita	El día tiene al menos una reserva
Número de día sombreado	No se pueden hacer reservas para este día.

Si pasa el ratón por encima de la barra de días, aparece en una pequeña ventana un resumen de las reservas para el día en cuestión.

Si hace clic en una fecha concreta, se mostrará la tabla con las reservas para ese día y podrá editarlas. El número de columnas que se muestran depende de lo que se haya introducido para este servicio en el nivel de inventario.

Estos son los significados de los distintos iconos de la lista de reservas:

Tabla 9: Clave para la lista de reservas

Icono	Descripción
	Se pueden bloquear las reservas del periodo de reserva liberado
	Se pueden liberar las reservas del periodo de reserva bloqueado
 Eliminar	Eliminar reserva seleccionada; Esta función aparece al pasar el ratón por encima de la reserva.

Existen las opciones siguientes para configurar una nueva reserva:

- Haga clic en un periodo de tiempo en la lista de días e introduzca los detalles; véase también *Detalles de la reserva, en la página 109*
- Haga clic en el enlace Nueva reserva e introduzca los detalles; véase también *Detalles de la reserva, en la página 109*
- *Crear una reserva* en el sitio web.

Para abrir los detalles de una reserva, haga clic en la entrada correspondiente en la lista de reservas.

Establecer horas de reserva permitidas

Aquí puede introducir los periodos durante los que se puede reservar el servicio actual. El horario comercial se introduce como opción predeterminada; véase *Horario comercial, en la página 39*. Aquí puede sobrescribir esos horarios. Así, esos horarios sólo se aplicarán para este servicio.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Liberación por lotes

Puede utilizar la función de liberación por lotes para configurar liberaciones/bloqueos sencillos para periodos de tiempo concretos. Esas excepciones pueden ser horarios comerciales especiales, cierres por vacaciones, etc. Durante esos periodos, el servicio no está disponible como de costumbre. Sin embargo, para no tener que cambiar el horario comercial general de este servicio para un periodo limitado, puede introducir aquí el periodo de excepción.

Estos son los significados de los distintos campos:

Tabla 10: Campos para liberación por lotes

Nombre de campo	Descripción	Tipo de campo	Ejemplo
Fecha de inicio	Fecha del primer día a partir del cual debe aplicarse la excepción	Campo de fecha	02/12/2010
Fecha de fin	Fecha del último día en que debe aplicarse la excepción	Botón de opción + campo de fecha	04/12/2010
Ocurrencia repetida	Número de ocasiones en que puede utilizarse el horario modificado; Se evalúa en combinación con el campo <i>Repetición</i> .	Botón de opción + campo de entrada, numérico	5
Repetición	Intervalo de tiempo entre repeticiones de periodos de excepción; Repetir durante el periodo de repetición tantas veces como se indiquen en el campo <i>Ocurrencia repetida</i>	Botón de opción	
Mañanas desde/hasta las	Horario comercial distinto por la mañana	Campo de entrada, alfanumérico	09:00 12:00
Tardes desde/hasta las	Horario comercial distinto por la tarde	Campo de entrada, alfanumérico	13:00 18:00

El cierre para comer no es necesariamente obligatorio.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Nota: Los periodos de excepción del servicio se introducen en el calendario durante el número de semanas especificadas en Repetición. El número máximo está limitado por el sistema a 30 repeticiones.

Ejemplos de aprobación por lotes:

a) Cierre temporal por vacaciones;

- Como fecha de inicio, introduzca el primer día de vacaciones
- Introduzca la fecha de fin de las vacaciones

- Repetición: diaria
- Deje en blanco los campos del horario comercial (cerrado)

b) Cerrado los viernes del mes que viene:

- Como fecha de inicio, introduzca la fecha del viernes en que comienza la regla
- Número: 4
- Repetición: semanal
- Introduzca el horario comercial de la mañana y deje en blanco el horario de tarde

Reservas

Página: Sistema de reservas » Reservas

En la tabla, puede ver todas las reservas que se han realizado. Para abrir los detalles de una cita, haga clic en el enlace de la columna *Reservas*.

Utilice los comandos por lotes para confirmar o cancelar varias reservas de una vez. Al hacerlo, se envía un correo electrónico a la persona de contacto correspondiente.

Detalles de la reserva

Página: Sistema de reservas » Reservas » [reserva]

Aquí se muestra un resumen de todos los datos de la reserva correspondiente. Puede modificar los datos si lo necesita, o bien trasladar o cancelar la reserva.

Para confirmar la reserva manualmente, marque la casilla de verificación *Reserva confirmada*. Después de guardar, se enviará el correo electrónico correspondiente al cliente.

Para cancelar la reserva, marque la casilla de verificación *Reserva cancelada*. Al guardar, se enviará el correo electrónico correspondiente al cliente.

Antes de que se pueda enviar el mensaje de correo electrónico, hay que activar el correo electrónico correspondiente (evento). Véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

10. Diseño

En el menú **Diseño**, encontrará todas las herramientas para editar el diseño y la distribución de su sitio web. Las posibilidades van desde la selección de plantillas completas hasta la definición de color de textos y fondos de distintas áreas.

Encontrará plantillas en **Plantillas**, y puede administrar varias plantillas al mismo tiempo en **Estilos propios**. Para obtener más información, véase *Plantillas, en la página 123* y *Estilos propios, en la página 121*.

En la sección **Diseño rápido**, dispone de varias funciones que puede utilizar para introducir cambios de diseño fundamentales. Véase *Diseño rápido, en la página 123*.

En *Diseño avanzado*, hay funciones para ayudarle a adaptar la distribución y el diseño de todo su sitio web, así como las distintas áreas, a sus necesidades.

Antes de empezar a editar su diseño, le recomendamos que lea el capítulo *Fundamentos de diseño y Editar diseño*. Véase también *Fundamentos de diseño, más adelante* y *Edición del diseño, en la página 114*.

Fundamentos de diseño

Para diseñar su sitio web de todas las formas posibles, abra **Diseño avanzado**. Puede editar el diseño y la distribución en modo WYSIWYG. Los cambios se mostrarán de inmediato.

El área de trabajo del explorador está dividida en dos. En la parte superior, puede ver la barra multifunción. Muestra las funciones disponibles. Para obtener más información, véase *Barra multifunción y contenido, en la página 115*.

En la parte inferior, puede ver la vista previa de página. Aquí puede editar el diseño y la distribución directamente. La vista previa de página le muestra la página web actual con el diseño y la distribución especificados por el estilo seleccionado; véase *Estilos propios, en la página 121*.

El sitio web se divide en las siguientes áreas funcionales; véase la *Figura 8*.

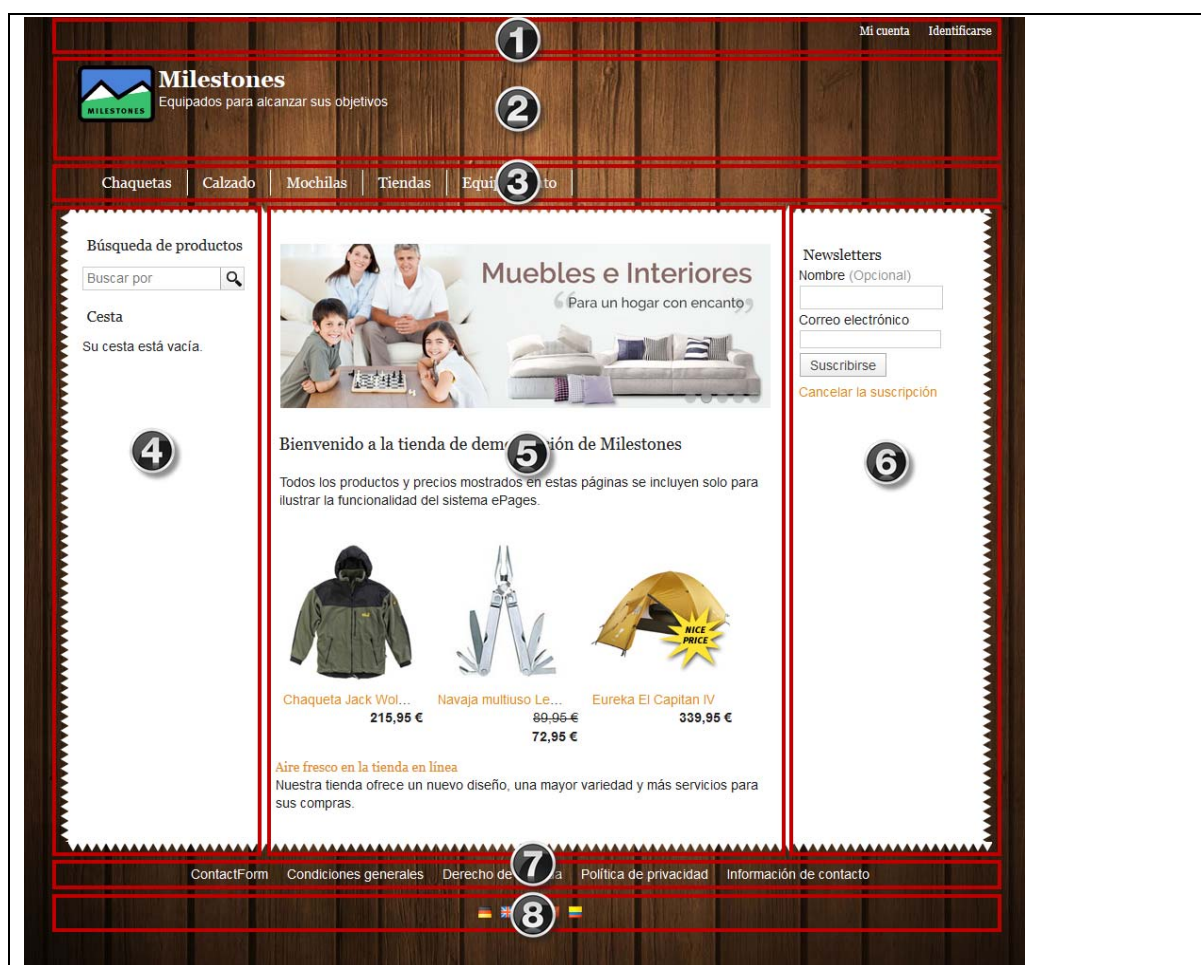


Figura 8: Estructura del sitio web

- Área 1: *Encabezado 1*
- Área 2: *Encabezado 2*
- Área 3: *Parte superior*
- Área 4: *Izquierda*
- Área 5: *Área de contenido*
- Área 6: *Derecha*
- Área 7: *Parte inferior*
- Área 8: *Pie*

Además, está el área de trabajo alrededor del explorador en que se muestra el sitio web. Véase *Vista de página en el explorador*, en la página 115.

Si desea editar una área, haga clic con el ratón en el punto correspondiente. Al hacerlo, se activa el área en cuestión. Se resalta mediante un borde y la barra multifunción muestra las funciones que se pueden llevar a cabo en el área.

Las áreas de página *Izquierda* y *Derecha* también se pueden mostrar *Solo en la página de inicio* si lo prefiere. La anchura completa de la página estará disponible para mostrar las subpáginas y los productos; puede mostrar información adicional en la barra lateral de la página de inicio.

En lo que se refiere a las opciones de edición y configuración, las áreas del sitio se pueden clasificar en áreas verticales y horizontales, así como el área de contenido:

Áreas horizontales:	<i>Encabezado 1, Encabezado 2, Parte superior, Parte inferior, Pie</i> Las áreas horizontales se extienden por todo el ancho del sitio web. Son más anchas que altas. Contienen básicamente enlaces y elementos de visualización estrechos. Estos son los elementos de página típicos para áreas horizontales: - Logotipo - Nombre del sitio web - Enlace a la página de inicio, Información de contacto, Condiciones generales, Categorías, Cesta de la compra - Banderas para la selección de país
Áreas verticales:	<i>izquierda, derecha</i> Las áreas verticales se encuentran básicamente entre las áreas horizontales, y son paralelas al área de contenido. Son más altas que anchas. Contienen principalmente cuadros con texto, listas, enlaces o campos de entrada. Los elementos de página típicos para áreas verticales son, entre otros: - Lista de categorías principales - Identificarse - Vista compacta de la cesta de la compra, Estado de la cesta de la compra - Búsqueda de producto - Productos en promoción
Área de contenido:	Mientras que otras áreas contienen sobre todo elementos funcionales, como menús y enlaces, el área de contenido comprende el contenido de las páginas que ha creado en Contenido / Categorías. El tamaño del área de contenido viene determinado por la información de altura y anchura de las demás áreas, así como el relleno. El "resto" de la ventana del explorador se deja para contenido.

Al combinarse, los parámetros de las distintas áreas crean el diseño completo. Algunos parámetros se influyen entre ellos o son interdependientes. Estos efectos secundarios deben tenerse en cuenta. La información siguiente puede resultar útil:

- En las áreas, las imágenes de fondo tienen prioridad sobre los colores de fondo. Esto significa que si carga una imagen de fondo y define también un color de fondo, la imagen de fondo cubrirá el color.
- Todos los tamaños y dimensiones de los ejemplos se muestran en píxeles (px). También puede utilizar cualquier otro tamaño que se pueda emplear en hojas de estilo, como por ejemplo porcentajes (%). Para obtener más información sobre las posibles opciones y cómo utilizarlas, consulte la bibliografía especializada o los sitios web correspondientes, como <http://www.selfhtml.org> (sólo parcialmente en inglés).
- Pruebe las diferentes opciones. Recuerde que puede utilizar la función **Deshacer** en cualquier momento para restaurar el estado inicial. También puede hacer una copia del estilo actual y probar las distintas opciones en la copia. Puede hacerlo en la tabla de sus propios estilos mediante la función **Crear copia de seguridad**. Para obtener más información al respecto, véase **Estilos propios**, en la página 121. Una vez que haya creado allí el diseño deseado, active el estilo para sus clientes.

Notas sobre las imágenes de fondo

Se cargan plantillas coincidentes para las imágenes de fondo en cada plantilla de diseño. Puede sustituirlas por sus propias imágenes. Si elimina sus propias imágenes, la plantilla se volverá a cargar automáticamente. Si no desea utilizar ninguna imagen de fondo, debe eliminar también la imagen de la plantilla. Para ello, haga clic en el enlace **Quitar plantilla**. Una vez eliminada la plantilla, el nombre de este enlace cambiará a **Restaurar plantilla**. Haga clic en este enlace para restaurar la plantilla predeterminada para la imagen de fondo sin tener que buscar nombres de archivo.

Nota: Si define tanto un color de fondo como una imagen de fondo, la imagen de fondo estará siempre encima del color de fondo. Por consiguiente, si desea mostrar el color, debe eliminar la imagen de fondo. Si desea que el fondo se rellene completamente, debe cambiar el tamaño de la imagen para adaptarla al área, o puede activar *Imagen en mosaico*.

Imagen en mosaico

Las imágenes de fondo se pueden mostrar como una sola imagen o repetidamente hasta llenar todo el fondo de la página. Así, se disponen copias de la imagen de lado a lado y de arriba abajo hasta llenar toda la página.

Edición del diseño

En este capítulo conocerá los fundamentos para editar el diseño de su sitio web. La información se ofrece únicamente como recomendación, puesto que los procedimientos de diseño de páginas web pueden variar mucho.

Primero debe leer el capítulo *Fundamentos de diseño, en la página 111*. Le proporcionará las nociones básicas necesarias.

Para editar el diseño de su sitio web, haga clic en el elemento de menú **Diseño**. En función del alcance y el tipo de cambios del diseño, puede ejecutar la función de **Diseño rápido** o bien la función **Diseño avanzado**. Para obtener más detalles sobre la función de Diseño rápido, véase *Diseño rápido, en la página 123*.

Nota: Antes de realizar ningún cambio en el diseño actual, le recomendamos que guarde una copia del mismo. Puede hacerlo en la tabla de sus propios estilos mediante la función **Crear copia de seguridad**. De este modo, siempre puede volver al estado inicial. Véase también *Estilos propios, en la página 121*.

Tras seleccionar el diseño avanzado, su sitio web se mostrará en el explorador con el diseño especificado por la plantilla actual.

Inicialmente el área de fondo del explorador está activa. Puede verlo en el borde rojo que rodea el área de visualización en la ventana del explorador. Esta área es donde se configura la forma general en que se visualiza su sitio web en el explorador. Véase *Vista de página en el explorador, en la página 115*.

La barra multifunción, en la parte superior del explorador, muestra las funciones correspondientes que están disponibles. Para obtener más información, véase *Barra multifunción y contenido, en la página 115*.

Por lo tanto, primero debe configurar las opciones generales de visualización de su sitio web en el explorador. Introduzca los cambios necesarios en la distribución de página ocultando y mostrando las diferentes áreas de página.

Para seleccionar las distintas áreas del sitio web, pase el ratón por encima del sitio. Se resaltan las áreas que se pueden seleccionar. Para seleccionar una área para editarla, haga clic sobre ella. Aparecerá entonces un borde rojo alrededor del área en cuestión.

A continuación, debe comprobar si se muestran todas las funciones necesarias en el sitio web. Estas funciones son: Cesta de la compra, cuadro de identificación, árbol de catálogo o enlaces a páginas concretas. Estas funciones las proporcionan los elementos de página. Puede modificar la organización de los elementos de página dentro de las distintas áreas, y si es preciso crear nuevos elementos. Para obtener más información, véase *Elementos de página y navegación, en la página 119*.

Luego, puede empezar a editar el diseño. Vaya avanzando por las distintas áreas de una en una, empleando las funciones incluidas en la barra multifunción para el área activa.

Cargue imágenes, juegue con los colores y los tipos de letra y pruebe tantas opciones como desee. Utilice la función *Deshacer* para restaurar el estado anterior al último comando.

Cuando esté satisfecho con el diseño, guarde los cambios.

Barra multifunción y contenido

En el área de **Diseño** y **Diseño avanzado**, verá la barra multifunción en la parte superior de la ventana del explorador. Esta barra le ofrece las funciones que se pueden utilizar para diseñar el sitio web. Sólo se muestran las funciones que se pueden utilizar en el área seleccionada (área activa).

Las distintas funciones se agrupan en grupos de funciones. Se puede seleccionar varias subfunciones para algunos grupos de funciones. En ese caso, la fila con el nombre del grupo se marcará con una flecha. Haga clic en esa flecha para ver las opciones seleccionadas. Seleccione la subfunción deseada para editar. Las opciones de configuración asociadas se muestran en el área del grupo.

Según el área seleccionada, habrá varias funciones disponibles. Véase

- *Vista de página en el explorador, más adelante*
- *Áreas horizontales, en la página 116*
- *Áreas verticales, en la página 118*
- *Área de contenido, en la página 118*

El grupo de funciones *Archivo* está siempre disponible.

Grupo de funciones *Archivo*

En este grupo, encontrará las funciones para guardar, deshacer y repetir cambios.

Por otra parte, puede activar o desactivar las ayudas a la edición. Las ayudas a la edición son marcos alrededor de las áreas que están seleccionadas en cada momento. Así, puede localizar fácilmente las áreas en la página.

Vista de página en el explorador

Junto con el diseño y la distribución de su sitio web, también puede definir cómo se va a mostrar el sitio web en el explorador.

Los grupos de funciones correspondientes se muestran cuando se selecciona el fondo del explorador como área activa. En ese caso, toda la ventana del explorador queda marcada en rojo detrás de la barra multifunción.

Grupo de funciones *Área*

Aquí puede definir el color de fondo y puede cargar una imagen de fondo. Consulte los fundamentos en *Cargar imágenes, en la página 29* y *Selector de color, en la página 29*.

La imagen o el color se muestran bajo la página web. Si la configuración del sitio web es más pequeña que la ventana del explorador, el color o la imagen de fondo serán un marco alrededor del sitio web. Tenga en cuenta que las imágenes de fondo tienen prioridad sobre los colores de fondo. Si la imagen de fondo no es visible, compruebe si la ha cargado.

Grupo de funciones *Anchura y relleno*

Aquí puede definir la anchura del sitio web en el explorador. Puede especificar valores absolutos en píxeles (px) o bien valores relativos en porcentaje (%). Los valores relativos se refieren a la anchura de la ventana actual del explorador. Si el usuario modifica la anchura del explorador, la anchura del sitio web cambiará en consecuencia.

Con *Margen superior*, puede definir el espacio entre la parte superior de la ventana del explorador y la parte superior del sitio web.

Grupo de funciones *Áreas de página*

Aquí puede definir qué subáreas concretas de su sitio web se muestran. Véase *Estructura del sitio web*, en la página 112.

Nota: Recuerde que los elementos de página asignados a las áreas se ocultarán si sus áreas correspondientes están ocultas. Es posible que luego haya que organizar los elementos de página de otras áreas antes de ocultarlos; véase *Elementos de página y navegación*, en la página 119.

Grupo de funciones *Conjunto de iconos*

Algunas funciones y estados se activan o se muestran con iconos. Existen conjuntos predefinidos para estos iconos. Haga clic en este icono para ver la lista de los diversos conjuntos de iconos. Haga clic en el conjunto que más se ajuste a su diseño y guarde los cambios con **Aplicar**.

Áreas horizontales

Las áreas horizontales son el *Encabezado 1*, *Encabezado 2*, *Pie*, *Superiore Inferior*; véase *Estructura del sitio web*, en la página 112. Además del grupo de funciones *Archivo*, también están disponibles los grupos de funciones siguientes:

Grupo de funciones *Área*

Este grupo contiene todas las funciones que se pueden utilizar para configurar el fondo y las dimensiones del área actual.

Aquí puede definir el color de fondo y puede cargar una imagen de fondo. Consulte los fundamentos en *Cargar imágenes*, en la página 29 y *Selector de color*, en la página 29. Tenga en cuenta que, para áreas completas, las imágenes de fondo tienen prioridad sobre los colores de fondo.

Utilice *Margen* para establecer el espacio entre el área activa y las demás áreas.

Utilice *Relleno* para establecer el espacio entre los elementos de página dentro de un área y el borde de la misma.

Alineación determina la ubicación de los elementos de página en el área.

Grupo de funciones *Tipo de letra*

Puede dar formato a los distintos elementos de texto del área actual, como, por ejemplo, encabezados y enlaces, así como establecer diversos tipos de letras para los mismos.

Grupo de funciones *Elementos de página*

Los elementos de página son elementos funcionales que se pueden colocar en todas las áreas aparte del área de contenido. El visitante puede navegar por el sitio web con ellos y abrir las funciones. Véase también *Elementos de página y navegación*, en la página 119.

Además de poner los elementos de página a disposición en el sitio web, también puede editar su diseño en cierta medida cargando imágenes y cambiando colores.

Botón (activo) / Botón (activo) Imagen derecha

Los botones son áreas que contienen enlaces. En función de la plantilla, estos botones tienen un diseño distinto. Véase la *Figura 9* y la *Figura 10*.

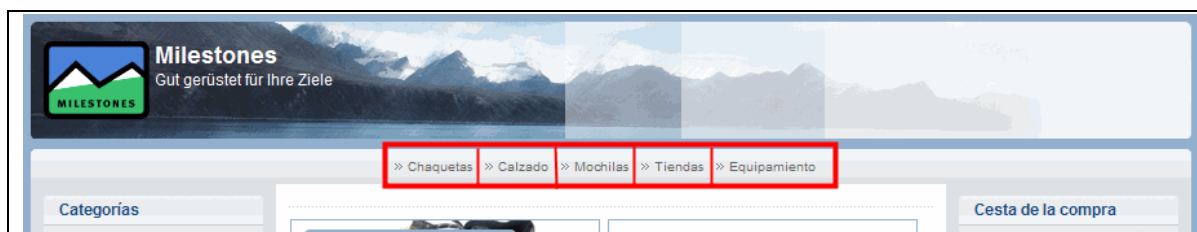


Figura 9: Botones rectangulares

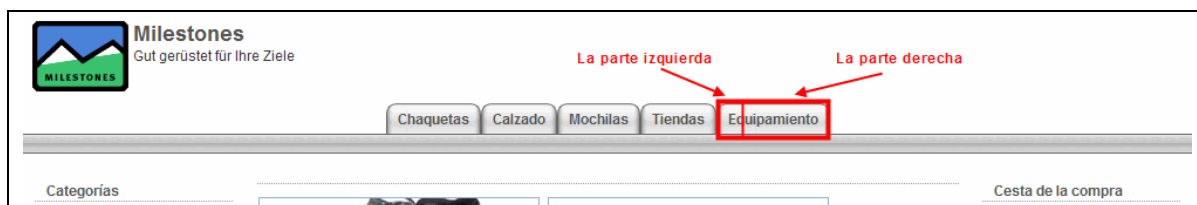


Figura 10: Botones como fichas

Puede asignar una imagen de fondo a estos botones. Para botones rectangulares sencillos, como los de la *Figura 9*, basta con cargar una imagen para **Botón**. La imagen debe ser al menos igual de larga que el botón más largo.

Si los botones son fichas con esquinas redondeadas, como en la *Figura 10*, tiene que cargar secciones de imagen izquierda y derecha, que contengan las partes derecha e izquierda de la ficha. Proceda del siguiente modo:

1. Active **Botones** en **Elementos de página**.
2. Cargue una imagen de fondo para la parte izquierda de la ficha.
3. Active **Botón - Imagen derecha** en **Elementos de página**.
4. Cargue una imagen de fondo para la parte derecha de la ficha.

La imagen de la derecha debe ser al menos igual de larga que el botón más largo, porque llena la ficha de derecha a izquierda.

En una distribución de fichas así, la ficha activa suele aparecer resaltada. Puede cargar imágenes adecuadas para ello. Puede hacerlo mediante las opciones **Botón activo** y **Botón (activo) - Imagen derecha**.

Cuadro

Un cuadro consta de una fila de encabezado y una lista de entradas o campos de entrada. Ejemplos en áreas horizontales:

- *Identificarse*
- *Búsqueda de producto con enlace "Búsqueda avanzada"*
- *Resumen de la cesta de la compra como cuadro*

Puede cargar una imagen de fondo y configurar un color de fondo para el cuadro y el encabezado. Véase también *Cargar imágenes, en la página 29* y *Selector de color, en la página 29*. Al hacer esto, debe tener en cuenta lo siguiente:

- La imagen de fondo del cuadro cubre el fondo de toda la caja, incluido el encabezado.
- La imagen de fondo del encabezado se limita al encabezado, y tapa la imagen de fondo del cuadro que contiene.
- El color de fondo del cuadro cubre el área del cuadro sin el encabezado, y también la imagen de fondo.
- El color de fondo del encabezado cubre el encabezado, cubre la imagen de fondo del cuadro que contiene y queda cubierta por la imagen de fondo de la barra de título.

Por otra parte, puede definir la anchura del cuadro dentro de la barra de navegación. Introduzca los valores en píxeles (px).

Áreas verticales

Las áreas verticales son *Izquierda* y *Derecha*; véase *Estructura del sitio web*, en la página 112. Además del grupo de funciones *Archivo*, también están disponibles los grupos de funciones siguientes:

Grupo de funciones *Área*

Este grupo contiene todas las funciones que se pueden utilizar para configurar el fondo y las dimensiones del área actual.

Aquí puede definir el color de fondo y puede cargar una imagen de fondo. Consulte los fundamentos en *Cargar imágenes*, en la página 29 y *Selector de color*, en la página 29. Tenga en cuenta que, para áreas completas, las imágenes de fondo tienen prioridad sobre los colores de fondo.

Utilice *Relleno* para establecer el espacio entre los elementos de página dentro de un área y el borde de la misma. Al cambiar los valores de tamaño en el relleno *Izquierdo* y *Derecho*, es posible que los elementos de página se reduzcan.

Grupo de funciones *Tipo de letra*

Puede dar formato a los distintos elementos de texto del área actual, como, por ejemplo, encabezados y enlaces, así como establecer diversos tipos de letras para los mismos.

Grupo de funciones *Elementos de página*

Los elementos de página son elementos funcionales que se pueden colocar en todas las áreas aparte del área de contenido. El visitante puede navegar por el sitio web con ellos y abrir las funciones. Véase también *Elementos de página y navegación*, en la página 119. En las áreas verticales, los elementos de página se sitúan sobre todo en cuadros, como:

- *Selección de moneda mediante lista*,
- *Resumen de la cesta de la compra con todos los artículos en formato de cuadro*.
- *Horario comercial como cuadro*

Un cuadro consta de una fila de encabezado y una lista de entradas o campos de entrada.

Puede cargar una imagen de fondo y configurar un color de fondo tanto para el cuadro como para el encabezado. Véase también *Cargar imágenes*, en la página 29 y *Selector de color*, en la página 29. Al hacer esto, debe tener en cuenta lo siguiente:

- La imagen de fondo del cuadro cubre el fondo de toda la caja, incluido el encabezado.
- La imagen de fondo del encabezado se limita al encabezado, y tapa la imagen de fondo del cuadro que contiene.
- El color de fondo del cuadro cubre el área del cuadro sin el encabezado, y también la imagen de fondo.
- El color de fondo del encabezado cubre el encabezado, cubre la imagen de fondo del cuadro que contiene y queda cubierta por la imagen de fondo del encabezado.

Área de contenido

Grupo de funciones *Área*

Este grupo contiene todas las funciones que se pueden utilizar para configurar el fondo y las dimensiones del área actual.

Aquí puede definir el color de fondo y puede cargar una imagen de fondo. Consulte los fundamentos en *Cargar imágenes, en la página 29* y *Selector de color, en la página 29*. Tenga en cuenta que, para áreas completas, las imágenes de fondo tienen prioridad sobre los colores de fondo.

Utilice *Relleno* para establecer el espacio entre el contenido (imágenes y texto) y el borde del área.

Grupo de funciones *Tipo de letra*

Puede dar formato a los distintos elementos de texto del área actual, como, por ejemplo, encabezados y enlaces, así como establecer diversos tipos de letras para los mismos.

Grupo de funciones *Vista*

Aquí puede ver una vista previa del contenido de diversas páginas del sitio web (por ejemplo, página de inicio, cesta de la compra) tal y como se verá con las opciones de diseño en cuestión. El menú desplegable contiene una lista de los diversos tipos de contenido que se muestran en el área de contenido. Esto significa que puede comprobar con mucha facilidad si todo el contenido es legible con el diseño actual. Aparece un texto de muestra en el área de contenido para cada tipo que seleccione.

En función de la selección, puede mostrarse otro grupo de funciones. Aquí, puede cargar imágenes de fondo y configurar colores para los contenidos respectivos.

Juegue con las distintas opciones hasta conseguir la vista óptima. Utilice la función *Deshacer* para restaurar en cualquier momento el estado anterior al último comando.

Elementos de página y navegación

El término navegación describe el modo en que el cliente se mueve por el sitio web y abre diferentes páginas o ejecuta funciones. Puede configurar la navegación de su sitio web individualmente. Para ello, tiene que definir la distribución y la disposición de las distintas funciones en las páginas de su sitio web. Estas funciones son:

- enlace a la página de inicio
- enlace a las categorías
- visualización del logotipo
- visualización de una cesta de la compra compacta
- visualización del cuadro de identificación
- visualización de la búsqueda de productos
- visualización de los productos en promoción

Para cada función disponible, existe un elemento de página correspondiente. Este elemento se emplea para mostrar y ejecutar la función en la página. Coloque los elementos de página según corresponda en la página.

Por otra parte, puede crear elementos de página definidos por el usuario; véase *Elementos de página definidos por el usuario, en la página 121*.

Todos los elementos de página están disponibles para todas las áreas mostradas en la *Figura 8, en la página 112* excepto el área de contenido. Debido al modo en que funcionan y a su diseño, determinadas funciones se adaptan mejor a áreas concretas. Funcionan también en otras áreas, pero están fuera de lugar y afectan al diseño o no se encajan en el área definida. Con su diseño, decide qué elementos de página se asignan a qué áreas, para que sean completamente visibles y se puedan utilizar.

Si pasa el ratón por encima de un elemento de página en el diseño rápido o el diseño avanzado, aparecerán las funciones con las que puede editar el diseño. Están disponibles las funciones siguientes:

Tabla 11: Funciones para elementos de página

Función	Comentario
	Al hacerlo, se eliminará un elemento de página del área.
	Los detalles de algunos elementos de página se pueden editar. Es el caso de los elementos de página definidos por el usuario. Haga clic en el icono para abrir y editar los detalles.
	Puede posicionar elementos de página con precisión de píxeles. Haga clic en el icono. Si el elemento de página está en un área de página horizontal (p. ej. <i>Encabezado 1</i>), puede especificar primero la alineación: alinear a la izquierda o a la derecha. El elemento de página puede posicionarse con las flechas.
	Puede mover los elementos de página a diferentes áreas, o dentro de una área, arrastrándolos y soltándolos. Haga clic en el icono del elemento de página correspondiente, mantenga pulsado el botón del ratón y arrástrelo el cursor sobre el área de destino. Aparecerá un borde rojo discontinuo que indica la posición donde puede depositar el elemento de página. Entonces, suelte el botón izquierdo del ratón. Se mostrará el elemento de página en la ubicación correspondiente.

Para añadir un elemento de página:

1. En el área donde desea colocar el elemento de página, haga clic en **Insertar elemento de página**.
2. Seleccione el elemento de página deseado de la lista.
3. Haga clic en **Insertar** para aplicar el elemento de página para esa área.

Los elementos de página marcados en la lista con un asterisco (*) ya han sido añadidos al sitio web.

Los elementos de página en gris no están disponibles en ese momento. Significa que la característica correspondiente aún no ha sido activada o bien que se ha alcanzado la cantidad máxima.

Elemento de página Título de explorador de la página

Este elemento de página muestra el título del sitio web actual, tal como aparece en la barra de título de su explorador. Si pone este elemento de página al final de su sitio web, en el pie, mejorará la clasificación de su página en los buscadores.

Elementos de página para búsqueda en el sitio web

Existe una función de búsqueda en el sitio web para que los visitantes puedan encontrar la información directamente. Puede ofrecer a sus clientes una función de búsqueda de productos o de búsqueda general.

Hay un elemento de página aparte para cada una de esas búsquedas. Debe colocar dicho elemento en su página web para que la función está a disposición de sus visitantes.

Al buscar productos, el sistema busca el término de búsqueda en los datos de todos los productos. La función de búsqueda se puede ofrecer con un simple cuadro de búsqueda, o con opciones más avanzadas. Los clientes sólo pueden buscar productos visibles; véase *Visibilidad, en la página 23*. Esta búsqueda es más rápida que la general. Para la búsqueda de producto, utilice los elementos de página *Búsqueda de producto con enlace "Búsqueda avanzada"* o *Búsqueda de productos como campo de entrada*.

La función de búsqueda general incluye todos los tipos de página y de producto. Si el término de búsqueda aparece tanto en las descripciones de productos como en páginas como categorías, blogs y foros, se mostrarán todos los objetos en la lista. Para la búsqueda general, utilice el elemento de página *Búsqueda de producto como campo de entrada*.

El campo de búsqueda permite al visitante indicar varios términos de búsqueda. Estos términos están se vinculan mediante el operador AND durante la búsqueda. Dicho de otro modo, la función de búsqueda muestra objetos que contengan todos los términos.

Elementos de página definidos por el usuario

Además de los elementos de página especificados, puede definir los suyos propios. Para añadir un elemento, haga lo siguiente:

1. Active el área donde desea colocar el elemento de página.
2. Haga clic en **Insertar elemento de página**.
3. Haga clic en **Elementos de página definidos por el usuario**.
4. Seleccione un tipo de elemento y haga clic en **Insertar**.
5. Edite los detalles correspondientes y haga clic en **Aplicar**.

Se pueden utilizar los tipos siguientes para elementos de página definidos por el usuario:

- Texto (HTML)

Este elemento le permite mostrar textos breves con formato HTML en el área relevante. Lo puede emplear para mostrar notas o información a sus clientes. Un ejemplo de esto es un texto informativo sobre la entrega y el pago. Para obtener más detalles sobre el formato del campo de texto asociado, véase *Trabajar en los campos de texto, en la página 27*.

- Texto con encabezado (Cuadro con HTML)

Este elemento le permite mostrar textos breves con formato HTML en el área relevante, en un cuadro con título. Se puede emplear para mostrar información o un grupo de funciones a sus clientes. Para obtener más detalles sobre el formato del campo de texto asociado, véase *Trabajar en los campos de texto, en la página 27*.

- Enlace

Este elemento le permite mostrar enlaces en el área relevante. Éstos se pueden emplear para proporcionar enlaces a páginas web internas o externas a sus clientes. Ejemplos de ello son el *Enlace a la información de contacto* o el *Enlace al horario comercial*. Introduzca siempre las páginas web externas con este formato: *http://www....*

Los elementos de página definidos por el usuario ajustan su tamaño y su diseño al área relevante. Si no se permiten elementos de página definidos por el usuario, o si se ha alcanzado el número máximo de elementos permitidos, se desactivará la selección.

¡Atención! Si quita un elemento de página del área de página, elimina todo el elemento, incluido su contenido. Si desea volver a utilizarlo, debe volver a crearlo.

Puede acceder a los elementos de página definidos por el usuario en la lista de sus propios estilos. Véase *Editar elementos de página, en la página 123*. Esto puede ser necesario si los elementos contienen errores, y por tanto ya no se puede acceder a ellos desde la vista previa de página (JavaScript, por ejemplo).

Estilos propios

Página: Diseño » Estilos propios

Un estilo contiene toda la información sobre la presentación de su sitio web. Esto incluye la definición de colores, imágenes y tipos de letra, así como la configuración de la distribución y el reparto de los

elementos funcionales en su página web. Aquí puede crear varios estilos para su sitio web. La base de un estilo es una plantilla que ha utilizado de la selección de plantillas. Véase *Plantillas, en la página 123*.

En la tabla, puede ver los estilos que haya creado para su sitio web. Se muestra una imagen de vista previa para cada estilo. La imagen muestra la distribución original de la plantilla para este estilo. Si introduce cambios en el estilo, dichos cambios no serán visibles en la imagen de vista previa en la tabla. En cuanto se modifique un estilo y se guarden los cambios, el cambio se indicará mediante un icono (brocha) en la imagen de vista previa. Por otra parte, se indicará en la tabla la fecha del último cambio en el estilo respectivo.

Utilice el símbolo de foto para cargar su propia imagen para el estilo. Esto es relevante si exporta su propio estilo. Véase *Exportar e importar estilos, más adelante*.

El estilo que determina el aspecto del sitio web es el estilo utilizado. Se muestra marcado en la primera posición de la tabla.

Puede editar todos los demás estilos sin que ello tenga ningún efecto en cómo se presenta el sitio web a su cliente. Esto le permite preparar y probar otros estilos. Puede activar uno de los otros estilos en cualquier momento. Para ello, haga clic en **Activar ahora**.

Puede editar un estilo mediante uno de los métodos siguientes:

- Haga clic en **Iniciar diseño rápido**. Esto le llevará a la vista previa de página, donde puede editar las opciones del estilo básico. Para obtener más información, véase *Diseño rápido, en la página 123*.
- Haga clic en el enlace **Iniciar diseño avanzado**. Esto le llevará a la vista previa de página, donde puede editar el estilo directamente. Tiene a su disposición todas las funciones y opciones de edición del estilo. Véase también *Fundamentos de diseño, en la página 111*.

El enlace **Ver en el sitio web** le permite ver el aspecto que tendría su sitio web con este estilo.

Antes de introducir ningún cambio profundo en el estilo, primero debe hacer una copia de seguridad. Haga clic en **Crear copia de seguridad**.

Puede crear nuevos estilos importándolos de las plantillas o copiando estilos existentes.

Exportar e importar estilos

Puede exportar un estilo completo e importar el diseño, por ejemplo, a otra tienda.

Durante la exportación, los archivos se comprimen y se guardan en un archivo del tipo *.style*. Se muestra un registro. Incluye una lista de los elementos de página, páginas y funciones que debe haber en el sistema de destino para importar el estilo correctamente. Imprima el registro. Así podrá comprobar antes de la importación si se cumplen todos los requisitos para una importación correcta.

Puede cargar su propia imagen de vista previa para el estilo que se va a exportar. Para ello, haga clic en el símbolo de foto del estilo de exportación. En el cuadro de diálogo siguiente, cargue una imagen con una captura de pantalla del estilo. Esto también se exportará. Tras la importación, se muestra su imagen de vista previa para el estilo.

Después de la importación, se muestra un registro. Aquí se ofrece información sobre problemas sucedidos durante la importación. Si esta información está presente, compruebe el diseño y corrija los errores manualmente.

El estilo importado se mostrará como nueva entrada en la tabla.

Editar elementos de página

Los elementos de página definidos por el usuario contienen campos de texto en los que también puede introducir código HTML. Si el código no es correcto, es posible que su página deje de funcionar en modo de diseño. Esto impide que pueda acceder al elemento de página conflictivo.

Utilice el modo seguro en la table de estilos para poder acceder siempre a sus elementos de página definidos por el usuario. Aquí puede editar o eliminar elementos de página en cualquier momento.

Para obtener más información, véase *Elementos de página definidos por el usuario, en la página 121*.

Plantillas

Página: Diseño » Plantillas

Todas las plantillas de estilos disponibles se encuentran en **Plantillas**. Cada plantilla define una distribución y un diseño específicos. Puede utilizar estas plantillas sin modificar para el diseño de su sitio web o como base para personalizaciones individuales.

Las plantillas se dividen en grupos en los que se proponen diferentes sucursales y diseños. Hay varias plantillas básicas por tipo, para los que pueden existir variantes de color adicionales.

Para seleccionar una plantilla, haga lo siguiente:

1. Seleccione un tema. Para ello, examine la estructura de la lista de temas. Se mostrarán los diseños disponibles para cada tema.
2. Seleccione la plantilla que prefiera de los que se muestran. El diseño aparecerá en una vista ampliada en la columna derecha. Si hay variantes, se mostrarán en forma de cuadros de color debajo de la imagen de vista previa.
3. Seleccione su variante de color. El nivel de personalización disponible de la plantilla seleccionada se muestra debajo de la imagen mediante símbolos de brocha. Si aparecen más brochas, tendrá más libertad para personalizar la plantilla. Al hacer clic en la imagen de vista previa, aparecerá una ilustración más grande del diseño en una nueva ventana.
4. Haga clic en **Aplicar** para importar la plantilla seleccionada a la tabla en la ficha **Mis estilos**.

Nota: Si no cambia el nombre de su propia plantilla y cargar un estilo con el mismo nombre, todos los cambios que haya realizado se sobrescribirán y se restaurarán las opciones originales del estilo. Se le pedirá que confirme este comando.

Diseño rápido

Página: Diseño » Diseño rápido

Puede utilizar la función de Diseño rápido para cambiar todo el diseño del estilo actual de su sitio web, con apenas unos clics del ratón.

¡Atención! Todos los cambios que realice aquí se guardarán automáticamente y podrán verse en el sitio web de inmediato. Cree una copia de seguridad antes de trabajar con el diseño rápido.

Puesto que el diseño rápido es un caso especial de diseño avanzado, recomendamos que se informe de los fundamentos del diseño. Para ello, consulte *Fundamentos de diseño, en la página 111* y *Barra multifunción y contenido, en la página 115*.

En el diseño rápido, no puede seleccionar ninguna área. La barra multifunción ofrece las funciones especiales siguientes.

Logotipo / Imagen de encabezado

Puede cargar imágenes directamente desde la administración de archivos. Tiene que haber cargado previamente esas imágenes en la administración de archivos. Para obtener más información al respecto, véase *Administración de archivos*, en la página 30. También puede indicar un enlace para el logotipo.

Color

Puede establecer un color básico para todo el diseño mediante la opción *Color*. La plantilla que ha seleccionado se muestra con el color básico especificado, y las áreas con colores a juego. Este color se mostrará en el cuadro de la función *Color*. Si selecciona un color, se empleará como nuevo color básico para el diseño, y se volverán a calcular los colores a juego. Las áreas del sitio se mostrarán entonces con los colores recién calculados. Si la plantilla de diseño consta de varios colores básicos, existe una opción de selección para cada color. Encontrará información sobre la selección de color en *Selector de color*, en la página 29.

Tipo de letra

Aquí puede seleccionar un tipo de letra compartido para todas las áreas del sitio web.

Plantilla

Aquí puede seleccionar una plantilla para su sitio web. Todas las demás opciones de diseño se sobrescribirán.

¡Atención! Todas las opciones establecidas en el Diseño rápido sobrescriben cualquier otra opción que se haya configurado previamente en el área de *Diseño*.

Si está satisfecho con las opciones básica, pero desea personalizar más las distintas áreas, abra el **Diseño avanzado**.

11. Pedidos

Página: Pedidos » Pedidos

Al abrir la página haciendo clic en **Buzón de entrada**, aparecen los pedidos nuevos para usted. Los nuevos pedidos son pedidos para los que no se ha definido el estado *Visto*.

Todos los pedidos para los que no se ha establecido aún el estado *Visto* se mostrarán en negrita.

Si un pedido contiene un comentario del cliente, se indicará mediante un símbolo especial después del número de pedido. Si pasa el ratón por encima, aparecerá el comentario.

Para ver los detalles de un pedido, haga clic en el número del pedido. Para abrir los detalles en una nueva ventana, haga clic en el icono delante del número de pedido.

Sólo puede eliminar pedidos con el estado *Rechazado* o *Archivado*.

En cuanto haya abierto los detalles de un pedido, se establecerá como *Visto*. Se enviará asimismo el correo electrónico correspondiente al cliente. Para que esto pase, no obstante, debe estar activado el evento de correo electrónico correspondiente. Para obtener más información, véase *Eventos de correo electrónico*, en la página 54.

Nota: Si necesita un resumen de todos los pedidos de un cliente, haga clic en el nombre del cliente. Todos los pedidos del cliente se enumeran en la ficha **Pedidos**.

Exportación de pedidos

Los pedidos se pueden exportar en formatos XML y de texto.

La exportación en XML es necesaria para utilizar los datos en sistemas ERP, por ejemplo. La exportación XML puede iniciarse como un comando por lotes para la lista de pedidos y en los detalles de un pedido.

La exportación como archivo de texto sirve para utilizar los datos en un procesador de texto, por ejemplo. Esta exportación se inicia como un comando por lotes para la lista de pedidos.

Pedidos - Detalles

Página: Pedidos » Pedidos » [pedido] » General

Las propiedades generales de un pedido le ofrecen un resumen de toda la información necesaria del mismo, como el estado de proceso actual, los productos pedidos, la dirección de entrega y facturación, etcétera.

El estado del mercado se actualiza con la fecha y hora actuales después de guardar. Se pueden establecer varios estados. Los clientes registrados pueden ver el estado en la tienda.

El número de pedido lo asigna el sistema. Puede cambiarlo.

La confirmación del pedido se envía a la dirección de correo electrónico en la dirección de facturación de este pedido.

Puede enviar la factura en formato PDF como correo electrónico. La factura debe generarse previamente. Si existen varias facturas, se enviará la última que se ha creado.

Para los productos descargables, puede enviar manualmente el enlace para descargar.

En la nota interna, puede guardar las notas de procesamiento o información adicional sobre el pedido. Estos datos no se muestran al cliente.

Sólo puede eliminar pedidos con el estado *Rechazado* o *Archivado*.

Es posible que aparezca un *Aviso de conflicto* para un pedido. Esto sucede con los pedidos que se han pagado mediante sistemas de pago externos. Se produce un conflicto cuando no coinciden el valor del pedido y el valor de la transacción. Esta diferencia puede existir si se han introducido modificaciones posteriores en el pedido o en la cesta de la compra. Dichas modificaciones pueden ser, por ejemplo, añadir un nuevo artículo al pedido. Puesto que el cliente ya ha pagado mediante el sistema externo, se produce una discrepancia y se muestra un aviso de conflicto.

Al hacer esto, debe tener en cuenta lo siguiente:

- Si establece un pedido como *Rechazado*, el nivel de inventario del producto en cuestión se corregirá automáticamente.
- Por motivos de seguridad, los datos de tarjetas de crédito de la base de datos para pedidos que le hayan sido pagados mediante tarjeta de crédito (forma de pago *Tarjeta de crédito, Manual*) se borrarán al establecer el estado del pedido como *Pagado*. La única información que permanece es una nota indicando que el pedido ha sido pagado con tarjeta de crédito.
- Antes de que se pueda enviar el mensaje de correo electrónico de confirmación del pedido, el evento de correo electrónico *Confirmación en el buzón de entrada* debe estar activo. Para obtener más información, véase Eventos de correo electrónico, en la página 54.

Detalles del pedido para productos personalizables

Si el cliente ha personalizado uno de los productos del pedido, los detalles de la personalización figurarán en el resumen de los productos del pedido.

Dispone de las opciones siguientes:

- Haga clic en  para ver únicamente los datos más importantes de la personalización.
- Haga clic en  para descargar un documento en PDF con todos los detalles según su plantilla para la producción del producto personalizado.
- Haga clic en  para enviar los detalles de la personalización como archivo PDF al destinatario que elija. Dicho destinatario recibe un mensaje de correo electrónico con el archivo PDF como documento adjunto. Si el cliente ha cargado imágenes, se adjuntan al correo electrónico.
- Debajo encontrará vínculos a los archivos adjuntados por el cliente.

Nota: la información relativa al tamaño de los textos y las imágenes del cliente podría no ser fiable. Por ejemplo si el cliente ha seleccionado 12 como tamaño del tipo de letra, no significa que deba seleccionar dicho tamaño al imprimir en el producto. Si es posible, utilice como plantilla la vista previa personalizada por el cliente.

Modo de edición

Para modificar el pedido, haga clic en el botón Editar. Al hacerlo, se muestra toda la información relevante en los campos de entrada donde se puede editar. Las funciones de eliminación están activadas para las entradas de la lista de pedidos. También se pueden añadir nuevas entradas.

Al hacer clic en **Actualizar**, el pedido se recalculará con los valores actuales y se volverá a mostrar. Este estado de proceso permanece hasta que acepte los cambios con **Aplicar** o los anule todos con **Cancelar**.

Nota: También es aconsejable informar a los clientes de los cambios realizados en sus pedidos. Para ello, utilice el enlace **Enviar confirmación de recepción del pedido** en la vista detallada.

Los pedidos con el estado *Rechazado*, *Cerrado* o *Archivado* no se pueden editar.

Puede cambiar los límites de productos descargables para este pedido. Véase también *Crear un producto descargable, en la página 66*.

Documentos

Página: Pedidos » Pedidos » [pedido] » Documentos

Para cada pedido, se pueden generar varios documentos, como facturas, albaranes y notas de abono. Puede crear documentos con los métodos siguientes:

- Ejecutar el comando por lotes *Crear e imprimir documentos...* para la tabla de pedidos.

Utilice comandos por lotes para crear e imprimir albaranes y facturas. Por otra parte, también se puede modificar el estado visualizado en el cuadro de diálogo. Los documentos creados de este modo se añaden a la lista de documentos del pedido correspondiente.

- Cree los documentos en los detalles de un pedido en la ficha **Documentos**

La ficha **Documentos** se activa cuando no esté en el *Modo de edición* para un pedido. El número entre paréntesis detrás de **Documentos** indica el número de documentos que se han creado para el pedido actual.

Para obtener más información sobre los detalles del documento, véase *Detalles del documento, más adelante*.

En función del tipo de documento, también puede visualizarlo en formato PDF y enviarlo por correo electrónico.

Al trabajar con documentos de pedido, tome nota de la información siguiente:

- Sólo puede eliminar documentos que no hayan sido finalizados. Los documentos finalizados no se pueden seleccionar y, por tanto, no se pueden eliminar.
- Los cambios de cantidad o la eliminación de conceptos afecta al documento, pero no al pedido en sí.
- Los cambios del pedido sólo afectan a los documentos creados después de realizar los cambios. Los documentos creados antes de realizar los cambios permanecerán invariables.
- Los cambios realizados a las cantidades en los documentos no afectan a los niveles de inventario.

Nota: Al imprimir desde el explorador, según las opciones del explorador, también se pueden imprimir incorrectamente cabeceras y pies (como el número de página, la dirección de Internet o la fecha). Puede cambiar esas opciones. Para Firefox, haga clic en *Archivo » Configurar página* en la barra de menús. Verá una ficha *Márgenes y encabezado/pie*. Los valores introducidos aquí se imprimen en todas las páginas desde el explorador. Si no desea imprimir nada de esta información, basta con eliminar las entradas en los dos campos.

Detalles del documento

Hay que introducir varios números y fechas para cada tipo de documento. Haga siempre clic en **Guardar** después de introducir el número y la fecha del documento. De lo contrario, los datos actuales no se aplicarán en la vista de impresión.

La información del remitente se toma de los datos de dirección del sitio web; véase *Dirección, en la página 39*.

En el caso de determinados artículos de pedido, según el tipo de documento se puede modificar diferentes valores o bien eliminar el concepto. El concepto se eliminará del documento sin confirmación de eliminación. Los importes del documento se actualizan después de guardar.

Si el número de un concepto está marcado con un asterisco (*), eso significa que este producto está contenido en al menos otro documento del mismo tipo.

En la vista previa de impresión, se muestra información adicional del cliente bajo la dirección del cliente. Se trata de la información introducida por el cliente en *Mi cuenta*. Los documentos se imprimen en el idioma que haya utilizado el cliente para el pedido.

Si desea guardar sus documentos para que no puedan ser modificados, puede utilizar la función **Finalizar**. Después de hacer clic en *Finalizar*, los documentos aún se pueden visualizar, pero ya no se pueden editar ni eliminar. De esta forma, después de finalizar el proceso correspondiente, puede guardar todos sus documentos en el sistema a prueba de manipulaciones. Para posibles modificaciones y correcciones, tendrá que crear nuevos documentos.

Los comentarios sobre la forma de pago sólo se imprimen en la factura si el estado del pedido *Pagado* no está establecido.

Albarán de UPS

Un albarán de UPS le ofrece la posibilidad de configurar el seguimiento de pedidos para los pedidos correspondientes. Gracias a esta función, tanto usted como su cliente pueden seguir el estado de entrega del paquete.

Para ello, introduzca el número de seguimiento de UPS en los detalles del albarán de UPS. Este número es generado por el software *UPS WorldShip*. Se trata de un requisito para el seguimiento de paquetes.

Preparación

Para ofrecer a sus cliente el seguimiento de paquetes, debe registrarse en UPS e instalar el software **WorldShip**.

Utilice el enlace **Registrarse en UPS** para registrarse en UPS. Después del registro, debe iniciar una sesión y solicitar un número de cliente en el menú *Mi UPS*.

En el paso siguiente, solicite el software *WorldShip* de UPS. Para ello, haga clic en el enlace **Pedir software UPS WorldShip**. Rellene el formulario que aparecerá y envíelo. También puede descargar el software del sitio web de UPS.

Cuando lo haya recibido, instálelo. Siga las instrucciones proporcionadas por UPS. Lea el capítulo sobre importación XML y consulta del número de seguimiento en el manual del software UPS.

¡Atención! Debe indicarse el peso del envío para productos que quiera enviar mediante UPS.

Creación del número de seguimiento de UPS

Para crear el número de seguimiento de UPS, el albarán debe exportarse y abrirse en *WorldShip*. Para ello, hace falta una dirección de la tienda. El albarán no se puede exportar sin esta dirección. Si la dirección de su tienda no cumple los requisitos de UPS, recibirá el aviso pertinente con un enlace a la dirección de la tienda.

Proceda del siguiente modo:

1. Cree un documento del tipo *Albarán UPS* en la administración de la tienda para este pedido.
2. Si todas las entradas son correctas, haga clic en **Exportar**.
3. Elija un lugar para guardar el archivo y un nombre para el archivo de exportación.
4. Abra *UPS WorldShip*.
5. Seleccione el menú para importar archivos XML, por ejemplo, *Importar/exportar datos*.
6. Seleccione un método de importación coincidente, por ejemplo, *Importación XML automática*.
7. Seleccione dónde guardar el archivo XML e inicie el proceso de importación.

8. Seleccione el archivo de envío tras completar el proceso de importación y busque allí el paquete coincidente. Se mostrará el número de seguimiento.

El software UPS WorldShip es desarrollado continuamente por UPS. Si no puede llevar a cabo la importación y la creación del método de seguimiento mediante el método antes descrito, consulte el manual actual de UPS WorldShip o póngase en contacto con alguien de UPS.

Activación del seguimiento de pedidos

Introduzca el número de seguimiento de UPS en el campo *Número de seguimiento de UPS* del documento oportuno *Albarán de UPS*.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Después de guardar, aparecerá el enlace **Rastrear envío** junto al número de seguimiento de UPS. Utilice este enlace para abrir la página de UPS donde puede ver el estado de su entrega.

Seguimiento de pedidos en la tienda

Cuando el número de seguimiento haya sido introducido y guardado, el enlace del seguimiento de pedidos estará a disposición del cliente correspondiente.

El cliente abre el seguimiento de pedidos en *Mi cuenta*, dentro de la opción *Consultar estado del pedido*. El número de seguimiento de UPS se muestra también como un enlace en el pedido. El cliente puede utilizar este enlace para abrir la página de UPS donde puede ver el estado de su entrega.

También se inserta un enlace al seguimiento de pedidos en todos los correos electrónicos de estado que se envían al cliente.

Transacciones de WorldPay

La columna *Cantidad* muestra el valor de la cesta. La columna *Cantidad autorizada* muestra el valor en la moneda con la que el cliente ha pagado a WorldPay.

En la columna *Estado*, puede ver para qué pedidos debe realizar un débito manual. Utilice el enlace **Abrir administración de WorldPay** para ver y editar las transacciones de WorldPay.

En la columna *AVS*, se muestra el código AVS de la transacción. El código AVS (sistema de verificación de direcciones) muestra los resultados de verificación de los datos del cliente. No todos los métodos de acceso a WorldPay admiten este código AVS. Depende del banco del cliente y del tipo de contrato que haya firmado con WorldPay.

12. Marketing

Aquí puede buscar las funciones de todas las actividades de promoción de ventas. Utilícelo para administrar sus relaciones con los clientes e incrementar la disponibilidad de sus productos en el mercado.

Campañas de newsletter

Página: Marketing » Newsletter » General

Utilice las newsletter para enviar la información más reciente a sus clientes, como ofertas o descuentos promocionales.

Antes de crear una newsletter, primero debe crear una campaña. Una campaña de newsletter se puede entender como un contenedor de newsletters y datos relacionados. Las campañas se pueden utilizar para agrupar newsletter.

Campañas de newsletter – Opciones

Página: Marketing » Newsletter » Opciones

En la sección **Suscribirse a la newsletter** puede configurar y editar los textos que describen sus newsletters. El texto dependiente del idioma se muestra en el sitio web sobre la lista de campañas. Le permite mostrar información y notas sobre sus campañas de newsletters para sus clientes.

También puede ofrecer a sus clientes la posibilidad de suscribirse a sus newsletter durante el proceso de pedido o de registro. Para ello, ajuste la opción de la sección **Permitir comparación de productos a Sí**. El texto que escriba aquí se mostrará con la selección de campañas de newsletter en el formulario de dirección específico.

Crear una campaña de newsletters

¿Qué debe hacer al crear la newsletter? La sección siguiente describirá los distintos pasos implicados, sin entrar en demasiados detalles. Estos detalles se tratan en los capítulos oportunos. Para crear una newsletter y enviárselo a sus clientes, proceda del siguiente modo:

1. Crear una campaña de newsletter e indicar un nombre significativo.
2. Introduzca los detalles de la campaña. Añada una descripción para explicar mejor el nombre y edite los datos del remitente. Debe establecer la dirección de correo electrónico para la distribución de prueba. Para conocer los fundamentos de los detalles de las campañas, véase *Campañas de newsletters - Detalles - General, en la página 132*. No haga visible la campaña hasta haber introducido y probado todos los datos.
3. Cree una newsletter en los detalles de la campaña de newsletters en la ficha **Newsletter**.
4. Abra los detalles de la nueva campaña e introduzca los datos oportunos y la distribución del texto. Para obtener más información, véase *Detalles de la newsletter - General, en la página 134* y *Creación del contenido de la newsletter, en la página 135*.
5. Lleve a cabo una distribución de prueba, y compruebe los resultados. Tenga en cuenta que, en este correo electrónico de prueba, los marcadores de posición no se sustituirán por datos actuales.
6. Normalmente, los suscriptores se suscriben a su newsletter mediante el sitio web. Sin embargo, si ya tiene destinatarios para la newsletter de otra fuente, debe introducirlos. Puede hacerlo en la ficha **Destinatarios**, en los detalles de la campaña. Introduzca los destinatarios conocidos o importe los datos. Véase *Campañas de newsletters – Detalles – Destinatarios, en la página 132*.
7. Para informar a los visitantes de su sitio web sobre sus newsletters y para captar su interés para suscribirse, tiene que introducir y mostrar un texto correspondiente. Para obtener más información, véase *Campañas de newsletter – , más atrás*.

8. Una vez finalizado todo el trabajo preparatorio, defina la campaña como visible. Puede hacerlo en los detalles de la campaña, o bien ejecutando un comando de proceso por lotes en la tabla de campañas de newsletters.
9. Para permitir a los visitantes de su sitio web suscribirse a las newsletter, también tiene que mostrar la función correspondiente en el sitio web. Es el caso, para empezar, de la suscripción durante el proceso de registro o de pedido; véase *Campañas de newsletter – Opciones, en la página 131*. Esto se hace mediante los elementos de navegación *Suscripción la newsletter* y *Enlace a la suscripción a la newsletter*. Véase *Elementos de página y navegación, en la página 119*.

Con esto finaliza la creación de la campaña de newsletters y se publica en su sitio web.

Campañas de newsletters - Detalles - General

Página: Marketing » Newsletter » General » [campaña] » General

Aquí puede administrar los datos que contienen información adicional sobre la campaña, y que además son útiles para la entrega de la newsletter.

Nombre y *Descripción* se muestran en el sitio web donde el cliente se suscribe a la newsletter.

Utilice el menú desplegable *Idioma* para seleccionar el idioma para el que se va a crear la campaña. Una característica es la selección de idioma *Internacional*. Las campañas creadas con esta opción son válidas para todos los idiomas.

Nombre del remitente, *Correo electrónico del remitente* y *Asunto* son opciones estándar para todas las newsletters informativas de esta campaña. Si lo desea, puede sobrescribir las opciones predeterminadas en los detalles de la newsletter específica. El nombre y la dirección de correo electrónico del remitente se forman junto con una dirección de correo electrónico ampliado, como por ejemplo: *Equipo de la Tienda <info@proveedor.com>*

La dirección *Correo electrónico de prueba* es utilizada por todas las newsletters de la campaña para listas de correo de texto. En el momento de la creación de la campaña, se introduce automáticamente la dirección de correo electrónico del sitio web; véase *Dirección, en la página 39*.

Campañas de newsletters – Detalles – Destinatarios

Página: Marketing » Newsletter » General » [campaña] » Destinatarios

Los destinatarios son los destinatarios previstos de todas las newsletters de una campaña concreta. No hay ninguna asignación directa de los destinatarios a newsletters particulares. Los destinatarios que reciben newsletters se denominan destinatarios; véase *Detalles de la newsletter – Destinatarios, en la página 135*.

La tabla muestra todos los destinatarios introducidos en la campaña actual. Existen los métodos siguientes para añadir destinatarios a la lista:

- Entrada directa del nombre del cliente y la dirección de correo electrónico. Esta posibilidad es aconsejable para destinatarios que no son clientes registrados.
- Entrada directa con el número de cliente
- Añadir todos los clientes de un grupo de clientes concreto
- Utilice la función **Añadir elementos**.
- Importación de destinatarios
- Visitantes que se registran ellos mismos en el sitio web para campañas de newsletters. Para obtener más información, véase *Suscripción del sitio web, en la página 133*.

Cuando se eliminan destinatarios para clientes registrados, sólo se eliminan las asignaciones a la campaña. Los demás datos del cliente se conservan. Los visitantes no registrados se eliminan del sistema para esta campaña.

¡Atención! Al eliminar también se elimina el "Estado de suscripción" (*suscrito* o *suscripción cancelada*) del cliente correspondiente. Si se añade uno de los clientes a la campaña posteriormente, el estado se ajusta automáticamente a *suscrito*. Esto puede comportar problemas legales si un cliente recibe una newsletter cuya suscripción había cancelado. Téngalo en cuenta antes de añadir un cliente manualmente.

Suscripción del sitio web

Los visitantes de la página web se pueden suscribir a la newsletter de las formas siguientes:

- Suscripción directa a la newsletter en el sitio web
- Abra las páginas para suscribirse a la newsletter mediante **Suscribirse a la newsletter**
- Para usuarios registrados, la suscripción se realiza en **Mi cuenta » Newsletter**
- Suscribirse durante el proceso de pedido

El usuario verá una página con la oferta de la newsletter. Debe seleccionar las newsletters deseadas y hacer clic en **Suscribirse**.

Por motivos de seguridad, el cliente recibe un mensaje de correo electrónico pidiéndole que confirme que se ha suscrito a la newsletter. Después de la confirmación, se añade a la lista de destinatarios con el estado *Suscrito*. De este modo, se evita que se suscriban a la newsletter personas no autorizadas en nombre de otras. Este proceso es el proceso de doble alta voluntaria.

Para suscribirse en el proceso de pedido, no se utiliza el proceso de doble alta voluntaria, porque se da por supuesto que no se trata de un uso no autorizado de la dirección de correo electrónico.

La suscripción a la newsletter se cancela del mismo modo. El usuario debe confirmar la cancelación de la suscripción por correo electrónico, para que el estado de la newsletter correspondiente se defina como *Suscripción cancelada*.

Nota: La suscripción y la cancelación de la suscripción de las newsletters y las confirmaciones correspondientes son eventos para los que el sistema envía confirmaciones por correo electrónico. Para habilitarlo, deben activarse los correos electrónicos correspondientes; véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*. Si usted, como administrador, asigna clientes a las newsletters manualmente, no se activará ningún evento.

Para los clientes no registrados, debe proporcionar uno de los siguientes elementos de página en su sitio web:

- *Enlace a la suscripción a la newsletter*
- *Suscripción a la newsletter*

Para saber más al respecto de trabajar con elementos de página, véase *Elementos de página y navegación, en la página 119*.

Newsletters

Página: Marketing » Newsletter » General » [campaña] » Newsletter

Las newsletter son correos electrónicos que puede enviar como parte de una campaña de newsletters a los suscriptores.

Las newsletter sólo se pueden crear mediante la tabla. Para obtener más información, véase *Añadir registros, en la página 21*.

Las newsletter sólo se pueden eliminar mediante la tabla. Para obtener más información, véase *Eliminación de registros, en la página 21*.

Detalles de la newsletter - General

Página: Marketing » Newsletter » General » [campana] » Newsletter » [newsletter] » General

En los detalles generales de la newsletter, puede crear el contenido y editar los datos de envío, como la fecha de envío o la dirección del remitente.

Datos de listas de correo

Los datos de listas de correo de las newsletter son datos importados para el envío.

El nombre y la dirección de correo electrónico del remitente aparecen preestablecidos con la fecha de las propiedades generales de la campaña de newsletters correspondiente. Ambos campos se colocan junto con una dirección de correo electrónico ampliado, como por ejemplo: *Equipo de la Tienda <info@proveedor.com>*

Utilice *Fecha de envío* para establecer cuándo se enviará automáticamente la newsletter a los suscriptores, en caso de que no desee enviarlo inmediatamente.

La dirección del destinatario del correo electrónico de prueba se define en las propiedades generales de la campaña de newsletters correspondiente. Mientras no se introduzca ninguna dirección para la prueba, no puede enviar un correo electrónico de prueba. Al enviar un correo electrónico de prueba, los marcadores de posición no se sustituirán por datos actuales. No se crea ningún cupón para los correos electrónicos de prueba.

Diseño

La estructura y el diseño básicos se seleccionan mediante una plantilla. La plantilla se carga en el campo *Texto*. El texto que había anteriormente se eliminará previa confirmación.

El texto y el diseño se pueden editar adicionalmente en el editor WYSIWYG. Véase *Editor WYSIWYG, en la página 27*.

Nota: Las plantillas de newsletters están predefinidas. No las puede modificar. Para poder crear su propia plantilla de newsletter, puede crear una con su propio diseño, duplicarlo y emplear el duplicado para enviar otra newsletter.

Contenido

El contenido de una newsletter puede incluir texto creado manualmente y contenido de la base de datos, como datos de productos y de clientes.

Inserte los datos del cliente empleando marcadores de posición. Los marcadores de posición disponibles se encuentran en el cuadro *Marcador de posición*, a la derecha del campo de texto. Para insertar un comodín en el campo *Texto*, haga clic en su nombre. Se insertará en el campo donde se encuentre actualmente el cursor. Al enviar la newsletter, se sustituirán los marcadores de posición por la información oportuna. En el caso de los clientes suscritos a la newsletter como usuarios no registrados, sólo puede utilizar el comodín *Nombre visualizado* para el nombre que se muestra. No se almacenan datos para los demás marcadores de posición.

Utilice la función **Añadir elementos** para aportar información sobre el producto o la categoría en el boletín desde la posición actual del cursor.

Debe ofrecer a sus clientes la posibilidad de anular su suscripción. Utilice para ello el marcador de posición **Texto informativo sobre la anulación de la suscripción**. Este marcador de posición inserta un

enlace junto al texto en la newsletter, que el cliente puede utilizar para anular su suscripción a la newsletter, si se desea.

También puede enviar cupones con las newsletter. Tras seleccionar una campaña de cupones, se activan dos nuevas funciones que puede utilizar para incluir los datos de cupones en el texto. Véase *Cupones, más adelante* y especialmente la sección *Uso de cupones en las , en la página 137*.

Creación del contenido de la newsletter

Antes de editar un boletín con información sobre el producto y el cupón, debe crear una campaña de cupones.

Cree el contenido del siguiente modo:

1. Ajuste la opción *Usar HTML* a *Sí*.
2. Introduzca un asunto adecuado para el correo electrónico para levantar el interés de sus clientes.
3. Seleccione una plantilla.
4. Escriba y diseñe su texto.
5. Añada marcadores de posición en los lugares adecuados.
6. Asegúrese de que está presente el texto de anulación de la suscripción. De lo contrario, inserte el marcador de posición pertinente.
7. Utilice la función **Añadir elementos** para insertar productos.
8. Seleccione la campaña de cupones.
9. Introduzca los datos del cupón deseado.
10. Compruebe el contenido y el diseño en el editor WYSIWYG.
11. Envíe un correo electrónico de prueba. Tenga en cuenta que los marcadores de posición muestran datos de ejemplo en el correo electrónico.
12. Compruebe el nombre y la dirección del remitente.
13. Configure los datos de la lista de correo si desea que la newsletter se envíe automáticamente.
14. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Envío de la newsletter

Las newsletter se pueden enviar de los siguientes modos:

- Introduzca los datos de la lista de correo.
- Haga clic en **Enviar ahora**.

Después de enviar la newsletter, ya no se pueden modificar los datos correspondientes, ni se puede volver a enviar la newsletter. Puede utilizar la función Duplicar para crear una copia de la newsletter que puede emplear para editarlo o enviarlo.

Nota: En las tiendas de prueba no se puede enviar ninguna newsletter; el botón **Enviar ahora** está deshabilitado.

Detalles de la newsletter – Destinatarios

Página: Marketing » Newsletter » General » [campaña] » Newsletter » [newsletter] » Destinatarios

Los destinatarios son clientes que han recibido la newsletter correspondiente. La tabla incluye todos los destinatarios de la newsletter actual.

Cupones

Página: Marketing » Cupones

Los cupones son un importante instrumento de marketing para motivar a los clientes existentes a comprar y para llegar a nuevos clientes. Mediante cupones, puede ofrecer reducciones del precio absolutas o porcentuales, que puede adjuntar a condiciones concretas. Se trata de condiciones como emplear formas de entrega y de pago concretas, así como comprar productos específicos. Una campaña de cupones sólo se puede canjear si el pedido cumple estos criterios.

Los cupones se organizan en campañas. La campaña incluye un código, así como otros parámetros y opciones. Para editar los detalles de una campaña, están disponibles las fichas siguientes.

Cupones - General

Aquí puede modificar las opciones siguientes:

- Tipo y tamaño del descuento
- Valor mínimo por encima del cual se puede canjear el cupón
- Longitud del periodo de validez para los cupones de la campaña
- Número de cupones que se puede utilizar
(La configuración de esta acción debe ser la siguiente: «Los 100 primeros clientes que compren este producto recibirán...»)
- Uso único o múltiple de cupones
Por ejemplo, si publica un cupón en el periódico, pueden utilizarlo varios clientes.

Cupones - Validez

La tabla muestra todas las condiciones que limitan el canje de un cupón para la campaña actual. Si no hay ninguna entrada en la tabla, los clientes pueden canjear los cupones sin ninguna restricción.

Incorpore entradas mediante la función **Añadir elementos**.

Las condiciones del mismo tipo se conectan con un OR. Las condiciones de tipos distintos se relacionan mediante AND.

Ha incluido un producto concreto, la forma de pago *Efectivo* y la forma de entrega *Recogida* en la tabla. Para poder canjear un cupón de esta campaña, un cliente tiene que pedir el producto introducido y seleccionar la forma de entrega *Recogida* y la forma de pago *Efectivo*.

Ejemplo 2: Tiene tres productos: (*Producto 1*, *Producto 2*, *Producto 3*), que puede enviar mediante la forma de entrega de *Entrega especial* y desea ofrecer a sus clientes un cupón para ello. Aplique los tres productos y la forma de entrega en la tabla. Para poder canjear un cupón de esta campaña, un cliente tiene que pedir *Producto 1 o Producto 2 o Producto 3* y seleccione la forma de entrega *Entrega especial*.

Cupones - Códigos de cupones

Puede generar códigos de cupón mediante los métodos siguientes:

- Creación manual

Proceda según lo descrito en *Añadir registros, en la página 21*.

- Generación automática usando el generador de códigos

Introduzca el número de códigos en el campo *Número* y haga clic en **Generar códigos automáticamente**.

- Creación de nuevos códigos de cupón usando la expedición de newsletters

Véase *Uso de cupones en las newsletter, en la página 137*.

Si no desea distribuir los cupones a sus clientes mediante una newsletter, puede exportar los códigos de cupón generados a un archivo de texto mediante comandos por lotes, y luego distribuirlos a sus clientes mediante otros canales.

Notas

Tenga en cuenta lo siguiente al trabajar con cupones:

- En cualquier caso, las campañas de cupones sólo se pueden crear para una moneda. Para ofrecer cupones para el mismo evento empleando otra moneda, tiene que crear una campaña aparte.
- Todos los cupones que quedan en manos de los clientes después de eliminar una campaña y no han sido canjeados pierden su validez y el sistema ya no los reconoce.
- Los códigos de cupón eliminados pierden su validez y ya no pueden ser canjeados por los clientes.
- El cliente dispone de un campo de entrada para introducir el código de cupón en la cesta de la compra. No obstante, este campo sólo aparece si hay al menos una campaña de cupones válida en el momento actual.
- Si especifica el periodo de validez de los cupones, recuerde respetar las disposiciones legales con relación a la validez de los cupones (por ejemplo, en Alemania durante 3 años).
- La columna *Canjeado* es un buen indicador del éxito de su promoción de marketing, ya que aquí puede ver el grado de aceptación de la campaña de cupones.
- Puede ver si el cupón ha sido utilizado en los detalles del pedido.

Crear cupones

Para crear cupones y ponerlos a disposición de sus clientes, proceda del siguiente modo:

1. Cree una campaña de cupones.

Introduzca todos los valores requeridos en la tabla. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**. Asígnele un nombre significativo. Tenga en cuenta que luego ya no podrá cambiar la moneda seleccionada. Puede editar todas las demás propiedades en los detalles generales.

2. Introduzca los detalles generales para la campaña.

Añada una descripción para explicar mejor el nombre. Describa con claridad por qué motivo emite cupones, para que no haya malentendidos al canjearse. Esto es aplicable especialmente a cupones con condiciones específicas asociadas.

3. Defina las condiciones de validez.

Si desea estipular más condiciones para el canje del cupón, hágalo en la ficha **Validez**. Para ello, utilice la función **Añadir elementos**.

4. Crear los códigos de cupón.

Introduzca sus códigos de cupón manualmente o haga que se generen automáticamente. Para obtener más información al respecto, véase *Cupones - Códigos de cupones*, en la página 136. Si desea distribuir los cupones a sus clientes mediante una newsletter, no tiene que asignar ningún código de cupón. Véase *Uso de cupones en las newsletter*, más adelante.

Uso de cupones en las newsletter

En primer lugar, cree una campaña de cupones; véase *Crear cupones*, más atrás.

Nota: No tiene que generar ningún código de cupón. El sistema genera un nuevo código para cada newsletter que se envía.

Todas las campañas de cupones disponibles se enumeran en los detalles de la newsletter, en el campo de selección Campaña de cupones. Seleccione la campaña deseada.

Después de seleccionar la campaña de cupones y hacer clic en **Guardar**, se mostrarán las siguientes funciones especiales:

- Un nuevo marcador de posición para el **Código de cupón**

Coloque el marcador de posición del **Código de cupón** en el texto de la newsletter. Al enviarla, se genera y se introduce un código de cupón aparte para cada cliente.

- El botón **Insertar plantilla de cupones**

Le permite añadir no sólo el código, sino también información adicional sobre la campaña de cupones. El cliente recibe con la newsletter el nombre y la descripción de la campaña de cupones, el descuento que ofrece el cupón y el código de cupón propiamente dicho.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Recomendaciones de producto

Página: Marketing » Recomendaciones de productos

Una recomendación de producto consiste en enviar un correo electrónico con un enlace a un determinado producto. La recomendación de producto se la envían los clientes entre ellos, en la vista detallada del producto (Decírselo a un amigo). A tal efecto, se muestra en la tienda el enlace **Producto recomendado**, en la página de detalles del producto.

¡Atención! Para que el sistema pueda enviar mensajes de correo electrónico de recomendación de producto cuando esta función está habilitada, el evento debe estar activado en las opciones de correo electrónico. Para obtener más información, véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*.

Consulta sobre

Página: Marketing » Pregunta sobre producto

Esto le permite ofrecer a sus clientes la posibilidad de enviarle preguntas o notas sobre los productos de su tienda.

¡Atención! Para que el sistema pueda enviar preguntas sobre productos por correo electrónico, el evento debe estar habilitado en las opciones de correo electrónico y debe haber introducido la dirección del destinatario. Para obtener más información, véase *Eventos de correo electrónico, en la página 54*.

Estadísticas de etracker

etracker Web controlling (www.etracker.de) es una aplicación de Internet para evaluar datos de usuario. Los datos se registran y se analizan en tiempo real. Utilice estos números para evaluar y modular el éxito y la eficacia de su página web.

Tras la configuración, puede utilizar esta función durante un periodo de tiempo limitado. Etracker suele ofrecer el registro y los informes de los visitantes, el comportamiento de clics, las páginas abiertas, los comportamientos de clics, los itinerarios de clics, los tiempos de visualización, etcétera.

Una vez finalizada la fase de prueba, se le pedirá que seleccione un paquete de servicios. Si no selecciona un paquete de servicios, sólo podrá utilizar una cantidad limitada de las funciones estadísticas.

También puede utilizar etracker para evaluar el modo en que sus cliente hacen clic en sus páginas web. etracker proporciona a tal efecto las funciones *Clickmap* y *Heatmap*. El sitio web está listo para este análisis, y envía los datos necesarios a etracker. Para utilizar la función, tiene que habilitar la opción *Transferir como parámetro URL* en la administración de etracker. Póngase en contacto con su asistencia de etracker para obtener más información.

Nota: Si utiliza etracker, debe notificárselo a sus clientes. Añada esto al contenido de su política de privacidad.

General

Página: Marketing » Estadísticas de etracker » General

Puede registrarse automáticamente con etracker en la página.

Si está registrado con etracker, aquí tiene que introducir sus datos de registro de etracker y administrar las opciones básicas de las campañas de buscadores. La ficha se divide en las secciones siguientes:

- Configurar una cuenta de etracker; véase *Crear cuenta de etracker*, más adelante
- Datos de registro; véase *Datos de registro*, más adelante.
- Informes de buscadores; véase *Informes de buscadores*, en la página 140

Crear cuenta de etracker

Si todavía no se ha registrado en etracker, puede darse de alta aquí automáticamente. Una vez introducidos los datos de registro, ya no se mostrará esta sección.

Introduzca una contraseña, complete la confirmación de la misma y haga clic en **Configurar cuenta**. Utilice esta contraseña para identificarse en la administración de etracker.

El *Número de cliente*, el *Código de seguridad*, y el *Marcador de inicio de sesión directo* se introducirán automáticamente en la información de registro.

También puede registrarse automáticamente con el asistente de configuración.

Datos de registro

Si ya se ha registrado en etracker, introduzca aquí su información de registro en los campos correspondientes. Esto incluye el *Número de cliente*, el *Código de seguridad* y el *Marcador de inicio de sesión directo*.

Puede buscar el código de seguridad en su administración de etracker, en **Opciones » Configuración / Código de seguimiento**.

Puede crear el Marcador de inicio de sesión directo en su administración de etracker en **Opciones personales » Opciones personales**.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Después de guardar los datos de registro, aparecerá el enlace **Mostrar estadísticas de etracker** y el marcador de inicio de sesión directo. Haga clic en él para ir a su administración de etracker.

Las estadísticas mostradas dependerán de su contrato etracker.

Informes de buscadores

Con etracker, puede evaluar lo fácil que resulta encontrar su sitio web mediante buscadores como Google o Yahoo. Para ello, debe crear una campaña en etracker del tipo buscador (índice generado). Utilice para ello el asistente de campañas.

Tras la creación, puede leer el parámetro de código de los detalles de la campaña. Utilice siempre el formulario siguiente:

```
var et_se=3;
```

Introduzca el número, en este caso 3, en el campo del mismo nombre en la ficha **Informes de buscadores**, en los detalles de etracker en la administración del sitio web.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Páginas

Página: Marketing » Estadísticas de etracker » Páginas

La tabla enumera todas las páginas que pueden enviar información a etracker. Seleccione la casilla de verificación de la columna *Habilitado* para las páginas cuya información deba enviarse.

También puede especificar un valor de importancia a cada una de las páginas. Esto define lo importante que es para usted que sus clientes vean estas páginas. Mediante las estadísticas de etracker, puede evaluar qué páginas que considera importantes visitan sus clientes realmente.

Seleccione la importancia correspondiente para la página mediante el menú desplegable. A las páginas más importantes se les asigna el parámetro 10.

Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Nota: En función de sus opciones de caché de página, tendrá que actualizar las páginas después de guardarlas. Para obtener más información al respecto, véase *Caché de página, en la página 37*.

Para ver los registros y las estadísticas de su sitio web, abra su página de administración de etracker.

Google Analytics

Puede analizar el uso de su sitio web mediante Google Analytics. Después de esto, debe registrarse en Google Analytics. Después del registro, puede seleccionar las páginas cuyos datos se envían a Google. En su cuenta de Google Analytics, puede ver los datos estadísticos de las distintas páginas preparados estadísticamente para usted.

Nota: Si utiliza Google Analytics, debe notificar a sus clientes. Añada esto al contenido de su política de privacidad.

Portales de producto

Página: Marketing » Portales de producto

Los portales de productos son plataformas de Internet que recogen y ofrecen productos de varios comerciantes en un solo catálogo. Son también buscadores de productos que ayudan a los clientes a

buscar y comparar productos, y que contienen un enlace directo del producto a la tienda del comerciante. Usted, como comerciante, puede utilizarlo para ofrecer sus productos a un mayor grupo de posibles clientes. Para ello, tiene que exportar sus productos a la plataforma correspondiente.

La tabla enumera todos los productos.

Existe una lista de plataformas de país para cada portal. Puede exportar sus productos a esas plataformas. Los idiomas y las monedas instalados determinan los países disponibles; véase *Opciones del país*, en la página 51.

Cada plataforma de país debe configurarse por separado. Para ello, debe habilitar la plataforma. Esto se puede hacer seleccionando la casilla de verificación de la columna *Activa* y guardando las entradas haciendo clic en **Guardar**.

Las opciones de cada plataforma de país se pueden editar en las fichas siguientes:

- **General:** En gran medida, son opciones de configuración comunes; véase Opciones generales, más adelante. Puede haber parámetros especializados; véanse los capítulos de los distintos portales.
- **Productos:** La lista de productos se edita del mismo modo para todas las plataformas; véase Lista de productos y exportación, más adelante.
- **Informes de etracker:** Todas las plataformas se editan del mismo modo; véase Informes de etracker, en la página 142. Puede haber contenidos distintos.

Nota: Los portales no admiten códigos HTML en las descripciones de productos. Los códigos HTML se quitan automáticamente durante la exportación para permitirle utilizar sus descripciones de productos en los portales.

Opciones generales

Página: Marketing » Portales de producto » [portal] » General

Para utilizar un portal, debe registrarse aquí. Hay un enlace a la página de registro para cada portal. Por otra parte, hay un enlace a la página de inicio del portal.

Durante el registro en los portales, recibirá sus datos de identificación, como el inicio de sesión del comerciante o el identificador del comerciante. Para algunos portales, debe introducir esta información de identificación en la administración de la tienda, en los detalles generales de la plataforma del país correspondiente.

Nota: Por motivos de seguridad, las contraseñas se muestran como asteriscos en el campo de entrada, independientemente de su longitud original.

Si desea transferir todos los productos a una plataforma de país, ajuste la opción *Exportar todos los productos* a *Sí*. En ese caso, se ignorará la lista de productos correspondiente. La ficha **Productos** estará inactiva. Aunque la lista de productos no se puede editar, las asignaciones permanecen. Los nuevos productos se consideran automáticamente durante la siguiente exportación.

Puede decidir con las variantes de productos si se exportará sólo el producto maestro o todas las variantes de producto. La opción se activa al activar *Exportar todos los productos*.

Debe introducir una forma de entrega para sus productos. El cliente debe tener información sobre una posible forma de entrega en el portal.

Puede editar la visualización de sus productos en el portal escogiendo las imágenes y los textos descriptivos que se van a transferir.

Puede configurar la exportación automática para muchos portales. La exportación y la carga (si es preciso) se repiten automáticamente en intervalos definidos. Esto actualiza la información modificada del producto en la plataforma. Esto es también una ventaja, básicamente para los portales que quitan los productos del catálogo al cabo de un cierto tiempo; por ejemplo, Google Base al cabo de 30 días. Esto le permite mantener sus productos actualizados en el catálogo del portal.

El botón **Exportar** se activa cuando la opción *Exportar todos los productos* está ajustada a *Sí* cuando se añaden productos a la lista de productos.

Si la plataforma requiere que se cargue en ella el archivo de exportación, aparecerá el botón **Cargar**. Se activa cuando todos los parámetros están bien definidos y se genera el archivo de exportación.

Nota: Una vez que haya configurado todos los parámetros y un intervalo, pruebe las opciones manualmente mediante **Cargar**. De este modo puede asegurarse de que los parámetros están establecidos correctamente para el proceso de carga automatizado.

Lista de productos y exportación

Página: Marketing » Portales de producto » [portal] » Productos

En la ficha **Productos**, puede administrar los productos que se exportan a la plataforma correspondiente.

La tabla muestra enumera todos los productos que se van a exportar.

¡Atención! Los productos sólo se pueden exportar a un portal si los precios se especifican para el modelo fiscal empleado por el portal. Por ejemplo, si el portal espera precios con impuestos incluidos, debe haber especificado únicamente los precios brutos (con impuestos incluidos) para los productos, y no otros.

Para exportar productos, vaya a la ficha **General** de la plataforma oportuna y haga clic en **Exportar**.

Cuando se incluyen productos en el archivo de exportación, el sistema comprueba si se cumplen todos los requisitos sobre el formato y el contenido. Si un producto no cumple alguno de los criterios, aparecerá un error al completarse el proceso. Hay dos clases de errores: los errores simples, en que los datos se pueden corregir automáticamente de manera que el producto se puede exportar, y los errores graves, en que no se puede exportar el producto.

Informes de etracker

Página: Marketing » Portales de producto » [portal] » Informes de etracker

Etracker le permite controlar la eficiencia de la conexión a un portal. Mediante las estadísticas, puede generar un análisis de coste-beneficio para cada plataforma. Así puede disponer de un control total de sus costes, y una herramienta que le permitirá administrar su trabajo con los distintos portales.

Para ello, la funcionalidad de etracker debe estar disponible en la administración del sitio web. La funcionalidad de etracker, que está activada en su sitio web de forma predeterminada, está basada en los *Servicios básicos* de etracker. Para configurar una campaña de etracker, debe reservar el *tracking 5000* con etracker.

La base para los informes son parámetros URL que se introducen en la ficha **Informes de etracker** para cada plataforma de país. Cada plataforma tiene sus propios parámetros. Estos parámetros están vinculados a los productos que se exportan a la plataforma. Si un cliente llega a su tienda a través del portal, la plataforma es reconocida por los parámetros y las transacciones son evaluadas por etracker.

Los parámetros sólo se pueden generar mediante su cuenta de etracker, en el canal de una campaña de etracker. Tiene que crear un canal en una campaña para cada plataforma de país de etracker.

Los parámetros se muestran en los detalles del canal correspondiente con la forma siguiente:

URL: `http://server/epages/Testetracker02.sf/?et_cid=5&et_lid=5`

Transfiera estos parámetros en el campo *Parámetros URL* en la ficha **Informes de etracker** de la plataforma de país correspondiente del portal.

Además de esto, Pangora tiene también subcanales. Al exportar productos a Pangora, serán distribuidos por Pangora a los portales asociados. Para que etracker pueda evaluar el portal desde el que el cliente ha llegado a su tienda, se mostrarán los subcanales relevantes en las estadísticas. Puede crear, por ejemplo, un canal *Pangora Alemania*. Pangora distribuye entonces sus productos a portales como *Fireball.de* y *freenet.de*. En las estadísticas de etracker, el canal *Pangora Alemania* contiene subcanales de *Fireball* y *freenet*. Pangora emplea abreviaciones para los subcanales. Póngase en contacto con Pangora para que se lo expliquen.

Amazon

A diferencia de otros portales de productos, los productos no se envían a Amazon en un archivo de exportación. Cada producto debe asociarse a un producto existente en el catálogo de Amazon. Tras la asignación correcta, el producto se puede activar en línea en Amazon.

Parar publicar un producto con Amazon, haga lo siguiente

1. Active la plataforma de país de Amazon correspondiente en la página **Portales de producto**.
2. Abra la página de detalles e introduzca los datos de acceso.
3. Abra la ficha **Productos**.
4. Agregue el producto con la función **Añadir elementos** o bien especificando el número de artículo directamente.
5. Haga clic en el nombre de producto.
6. Seleccione un producto de Amazon de la lista y haga clic en **Asignar**.
7. Introduzca la información necesaria en los campos de detalles de la oferta y guarde todas las entradas haciendo clic en **Guardar**.
8. Haga clic en **Establecer oferta en línea**.

Tenga en cuenta lo siguiente al exportar productos a Amazon:

- Si se guarda el código de un producto, se asignará automáticamente a un producto de Amazon. Si no existe ningún producto en Amazon con ese código, no se podrá realizar la asignación. Hay que crear un producto en Amazon con ese código.
- Puede introducir directamente un código de producto. Se mostrarán entonces todos los productos de Amazon con ese código. Asigne su producto a uno de los productos de Amazon mostrados. El código también se guardará como código del producto en los detalles del mismo.
- No puede crear ningún producto nuevo de Amazon desde la administración de la tienda.
- El nombre de producto se utilizará como estándar para la búsqueda de ofertas. Si no se muestra ninguna oferta para su producto, cambie el término de búsqueda en el cuadro de búsqueda y reinicie la búsqueda.
- Debe asignar cada variante individualmente para las variantes de productos.
- Si desea eliminar una oferta del catálogo de Amazon, en el MBO, en los detalles del portal de Amazon correspondiente, en **Productos**, ejecute el comando por lotes *Finalizar oferta*.

Detalles de la oferta

Tras la asignación, se mostrarán los detalles de la oferta. Estos datos se enumeran en el catálogo de Amazon.

Indique el precio que desea cobrar en Amazon. La lista de precios se introduce de forma predeterminada.

Introduzca la duración de la entrega y el estado del artículo. Si desea proporcionar información o notas sobre el producto a sus clientes, introdúzcalas en el campo *Estado*.

Si coloca la oferta en línea, se enviará a Amazon inmediatamente. No se mostrará en el catálogo de Amazon inmediatamente porque Amazon edita los datos.

Si configura una oferta como fuera de línea, será invisible en el catálogo de Amazon, pero seguirá existiendo en el sistema de Amazon.

PriceMinister

A diferencia de otros portales de productos, los productos no se envían a PriceMinister en un archivo de exportación. Se debe asignar cada uno de los productos a una oferta existente en el catálogo de PriceMinister. Los productos solo se pueden activar en PriceMinister una vez que se ha realizado la asignación.

Para publicar un producto en PriceMinister, siga estos pasos:

1. Active la plataforma de PriceMinister del país apropiado en la página **Portales de productos**.
2. Acceda a la página de detalles y siga los pasos especificados para introducir sus datos de acceso de PriceMinister.
3. Acceda a la ficha **Productos**.
4. Agregue el producto con la función **Añadir elementos** o bien especificando el número de artículo directamente.
5. Haga clic en el nombre del producto.
6. En la lista, seleccione un producto de PriceMinister y haga clic en **Asignar**.
7. Introduzca los datos necesarios en los detalles de la oferta y haga clic en **Guardar** para guardar todas las entradas.
8. Haga clic en **Activar oferta**.

Tenga en cuenta lo siguiente cuando exporte productos a PriceMinister:

- Solo pueden anunciar productos nuevos los comerciantes que sean miembros Pro de PriceMinister. Cualquier comerciante puede convertirse en miembro Pro abonando la cuota pertinente.
- Si hay algún código de producto almacenado para un producto, este se asignará automáticamente al producto de PriceMinister. Si no hay ningún producto con este código en PriceMinister, no es posible realizar la asignación. En primer lugar, se deberá crear en PriceMinister un producto para este código.
- Es posible introducir un código de producto directamente. De esta forma, se mostrarán todos los productos de PriceMinister con este código. Asigne el producto a uno de los productos de PriceMinister que aparecen en pantalla. El código se almacenará de forma simultánea como código de producto en los detalles del producto.
- No se pueden crear productos de PriceMinister desde la administración de la tienda.
- En caso de que haya variantes de algún producto, estas se deben asignar de una en una.
- Para eliminar una oferta del catálogo de PriceMinister, ejecute en el MBO el comando por lotes **Finalizar oferta** en los detalles de **Productos**, en el portal pertinente de PriceMinister.

Detalles de la oferta

Una vez que se ha realizado la asignación, verá los detalles de la oferta. Estos datos aparecen en el catálogo de PriceMinister.

Introduzca el precio que desee obtener para su producto de PriceMinister. La lista de precios ya está introducida.

Especifique el estado del artículo. Si desea introducir observaciones sobre el producto para sus clientes, las puede agregar en el campo *Nota del estado*.

Cuando active la oferta, esta se transferirá automáticamente a PriceMinister. Sin embargo, no aparecerá de inmediato en el catálogo, puesto que PriceMinister todavía estará procesando los datos.

Portales propios

Página: Marketing » Portales de productos » Portales propios

Para conectar con otros portales de productos, puede exportar los datos de sus productos en el formato que prefiera. Siga los pasos descritos en el MBO.

Si no desea exportar todos los productos, especifique los productos apropiados en la ficha **Productos**.

Notas sobre los archivos CSV

Se utiliza el formato CSV para la exportación. Estas son algunas de las características especiales aplicables a los archivos CSV:

- Los registros de datos están separados por un salto de línea.
- Los valores de los registros están separados por un separador definido (como una coma).
- Para utilizar caracteres especiales como espacios o comas dentro de un valor, tales caracteres se deben entrecomillar.
- Pueden surgir problemas al procesar archivos CSV con Microsoft Excel. Para obtener más información consulte *Editar archivos CSV con Microsoft Excel, en la página 33*.

Redes sociales

“Redes sociales” se refiere a la creación y administración de relaciones a través de Internet. Los usuarios intercambian contenidos, opiniones y otra información diversa. Algunas de las plataformas que lo permiten son Facebook y Twitter.

Estas redes ofrecen la oportunidad de publicitar el contenido de su sitio web o tienda. Así, dispone de canales adicionales a través de los cuales puede presentar sus productos o servicios. Mediante las funciones de evaluación, puede mejorar su perfil de mercado y sus beneficios.

En la administración de la tienda, dispone de distintas funciones que le permiten conectar su sitio web con Facebook, Twitter y otros varios portales. Esos otros portales se enumeran bajo el término *Marcadores sociales*.

En los capítulos siguientes, describimos cómo puede aprovechar esas conexiones.

Cómo conectar su sitio web a Facebook

Los visitantes pueden utilizar el botón *Me gusta* para evaluar su sitio web. También pueden ver a cuántos usuarios más les ha gustado la página. Puede utilizarlo para mostrar lo conocido que es su sitio web y lo que gusta. Para utilizar esta función, no es necesario estar registrado en Facebook.

Puede colocar el botón de Facebook en la página de detalles de productos o en otras páginas. Además del botón *Me gusta*, puede mostrar a los visitantes imágenes de sus amigos en Facebook a quienes les ha gustado la página visualizada. Para ello, el cliente debe haberse identificado en Facebook en segundo plano.

Las opciones correspondientes de las páginas de detalles de productos se encuentran en: *Marketing » Redes sociales » Facebook » Botón Facebook*.

En otras páginas, debe añadir el App correspondiente del grupo *Redes sociales* en un campo de texto.

Por otra parte, puede mostrar los datos de su página de Facebook en el sitio web. Para hacerlo, puede utilizar el App del campo *Me gusta*. En el campo, se muestra la imagen y el nombre de la página de Facebook, sus mensajes actuales en esta página y una lista de amigos a quienes les gusta la página. El requisito previo es que haya creado una página para ello en Facebook. Introduzca la URL de esta página en las opciones del App (campo *Página Facebook*).

Otra posibilidad es mostrar los productos de su tienda en su página de Facebook. Aquí puede mostrar los productos de la página principal o productos en promoción. Si los visitantes hacen clic en uno de estos productos, accederán a su tienda. Encontrará las opciones correspondientes aquí: *Marketing» Web social» Redes sociales» Tienda en Facebook*.

Cómo utilizar otros marcadores sociales para su sitio web

Utilice este enlace para que sus visitantes puedan publicar la URL de una página concreta en el servicio correspondiente y complementarlo con comentarios. Así podrá asegurarse de que su sitio web aparece en las principales comunidades.

Las opciones correspondientes de las páginas de detalles de productos se encuentran en: *Marketing» Redes sociales» Marcadores sociales» General*.

En otras páginas, debe añadir el App correspondiente del grupo *Redes sociales* en un campo de texto.

Google AdWords

Google AdWords es una herramienta que permite a las empresas mostrar sus anuncios en los resultados de búsqueda de Google (tanto en la columna de la parte derecha como en el sombreado en la parte superior horizontal) y en sus redes publicitarias asociadas (otros buscadores que utilizan la tecnología de Google y páginas web que muestran publicidad de anunciantes de Google AdWords) de manera rápida y sencilla. A través de Google AdWords, las empresas pueden mostrar sus anuncios cuando los clientes potenciales realicen búsquedas relacionadas con sus servicios.

Al crear una campaña en Google AdWords, los anunciantes pueden:

- Mostrar sus anuncios a un público objetivo altamente segmentado por geografía e idioma.
- Gestionar el presupuesto que desea emplear.
- Seleccionar las palabras clave para las que desea que se publiquen sus anuncios y los textos de los anuncios.
- Modificar estos ajustes en cualquier momento.
- Ampliar la campaña a otros formatos y dispositivos (anuncios gráficos, de vídeo e interactivos y campañas en Google Maps o en móviles).

Los anunciantes solo tendrán que pagar cuando un usuario haga clic en el anuncio y acceda así a la página web publicitada.

En la siguiente dirección puedes obtener más información sobre Google AdWords y cómo dar de alta una campaña: <http://adwords.google.es/>

Además, podrás disfrutar de cursos de AdWords online gratuitos en: <http://support.google.com/adwords/bin/static.py?hl=es-419&page=webinars.cs>

Trusted ShopsCertificación

Página: Marketing» Certificación de Trusted Shops

Sus clientes requieren un alto nivel de seguridad para las compras en línea. La certificación de Trusted Shops (www.TrustedShops.de) garantiza esa seguridad a sus clientes y ayuda a generar confianza en su

tienda. Además de verificaciones de seguridad y protección de datos, Trusted Shops ofrece una garantía de devolución del dinero y un extenso servicio al cliente.

Su tienda tiene una preparación óptima para la certificación de Trusted Shops.

Una vez completada la verificación correctamente, recibirá un identificador de Trusted Shops.

Introduzca el identificador de Trusted Shops en el campo de entrada. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**. Debe introducir su propio identificador para cada idioma.

A continuación, estará autorizado para incorporar el sello de calidad de Trusted Shops en su tienda. Hay dos elementos de navegación que puede colocar en su sitio web a tal efecto. Para obtener más información, véase *Elementos de página y navegación, en la página 119*.

Si no ha guardado ningún identificador de Trusted Shops, no se mostrará el elemento de página de Trusted Shops en el sitio web.

Trusted shops ofrece varias plantillas, para la información de contacto. En *Temas relacionados*, haga clic en **Formulaciones de muestra de Trusted Shops** para ver los textos con Trusted Shops.

eBay

Las ofertas de eBay son productos que puede cargar a eBay y vender en una subasta.

Para ello, tiene que asignar parámetros adicionales a los datos del producto que son necesarios para la subasta. Si no está seguro del significado de estos parámetros o de cómo utilizarlos, se explican con detalle en eBay.

En la administración de la tienda, el asistente de eBay le ayuda a introducir todos los datos y parámetros necesarios y a enviar la oferta a eBay. Para obtener más detalles, véase *Opciones de artículos / Asistente de eBay, en la página 149*.

Para poder introducir ofertas en eBay, debe estar registrado como vendedor en eBay y tener las cuentas de eBay correspondientes. Para obtener más información sobre las opciones necesarias, véase *Opciones de eBay, en la página 58*.

Para vender sus productos en eBay, haga lo siguiente:

1. Regístrese con eBay como vendedor.
2. Configure su cuenta de eBay y establezca las opciones adicionales. Véase *Cuentas de eBay, en la página 60* y *Opciones generales, en la página 60*.
3. Cree una plantilla que quiera utilizar para presentar sus productos en eBay. Véase *Plantillas, en la página 61*.
4. Prepare los productos correspondientes.
5. Cree los valores predeterminados para sus ofertas que se establezcan automáticamente para cada oferta. Véase también *Valores predeterminados, en la página 151*.
6. Utilice la función **Añadir elementos** para insertar los productos en la tabla de las ofertas de eBay.
7. Consulte los valores en los detalles de la oferta y modifíquelos si es preciso.
8. Consiga la confirmación de su oferta por parte de eBay.
9. Envíe la oferta a eBay.
10. Actualice todas las ofertas de la tabla.
11. Si el cliente ha pagado en eBay, se creará un pedido a partir de la oferta, que se podrá ver en el punto **Ofertas**.

Artículos

Página: Marketing » eBay » Artículos

La tabla enumera todas las ofertas de eBay con su estado actual.

Para ver el artículo ofrecido en eBay, haga clic en el número del artículo.

En la columna *Puja actual* de la tabla de artículos, puede ver la puja actual del artículo, así como cuántos pujadores han pujado por él. Si ofrece más de un producto para su venta, se indicará entre paréntesis el número de productos por los que se ha pujado.

La barra de color de la columna *Puja actual* muestra la relación entre el precio actual y el precio de venta en la tienda. Una flecha marca el valor actual. Estos son los significados de los campos de color:

Tabla 12: campos de color para precio del artículo

Color	Descripción
rojo	El precio del artículo es inferior al precio de la tienda
amarillo	El precio del artículo es similar al precio de la tienda
verde	El precio del artículo es superior al precio de la tienda

Se pueden ejecutar los siguientes comandos por lotes especializados:

Tabla 13: comandos especializados de proceso por lotes para artículos de eBay

Comando	Comentario
Duplicar	Al duplicar artículos en venta y artículos terminados, el nuevo artículo se creará en estado inicial.
Repetir un artículo	Se pueden publicar copias de un artículo automáticamente a intervalos determinados. El artículo inicial debe definirse como artículo planificado con la hora de inicio definida. En el primer paso, seleccione el artículo inicial y ejecute el comando. A continuación, debe definir los intervalos de repetición. Indique el intervalo entre artículos y especifique la frecuencia con que deben crearse los artículos. Ejecute el comando haciendo clic en Crear . Si el producto no está disponible y está habilitada la opción <i>No se puede añadir a la cesta de la compra</i> o <i>Definir como "No visible"</i> en las opciones de producto, el artículo no se puede cargar automáticamente en eBay.
Verificar	Solamente puede probar artículos que aún no estén en venta en eBay o que ya hayan terminado. Las ofertas que no hayan sido verificadas no se pueden publicar en eBay.
Cargar a eBay	Los artículos seleccionados se publican en eBay de inmediato, independientemente de la hora de inicio prevista. El artículo debe haber sido verificado correctamente.
Eliminar	Los artículos que estén en venta en eBay o que hayan terminado sólo se quitarán de la tabla, pero no se eliminarán del sistema de eBay.
Actualizar todos los artículos	Consulta el estado de todos los artículos en eBay

También puede cargar el artículo en eBay cuando se genera. Seleccione la casilla de verificación *Cargar inmediatamente como artículo de eBay* antes de guardar la entrada. El artículo se marcará y se enviará a eBay. Para artículos nuevos, se emplearán los valores predeterminados; véase *Valores predeterminados, en la página 151*.

También se puede crear un nuevo artículo directamente a partir de un producto. Para obtener más información, véase *eBay, en la página 79*.

Para abrir los detalles de una oferta, haga clic en su nombre. Mientras el artículo no haya sido enviado a eBay, puede editar los detalles. Véase *Opciones de artículos / Asistente de eBay, más adelante*. Se muestran en un resumen los detalles de los artículos que están en venta en eBay y de las ventas de eBay cerradas. No se pueden modificar. También hay una ficha **Pedidos** en los detalles de la oferta. Todos los pedidos pertenecientes a este artículo en oferta se muestran aquí. La tabla es comparable en su composición y su función con la tabla con todos los artículos de eBay. Para obtener más información, véase *Pedidos, en la página 151*.

Opciones de artículos / Asistente de eBay

Página: Marketing » eBay » Artículos » [artículo]

El asistente de eBay le ayuda a crear, editar, verificar y cargar artículos de eBay.

Aparte de la información del producto, que se importa de la tienda, todos los demás parámetros son propios de eBay.

El asistente contiene varios pasos que se pueden realizar secuencialmente o en cualquier orden.

¡Atención! Para guardar la información introducida o modificada en las distintas páginas, debe cambiar de página haciendo clic en los botones **Siguiente >>** o **<< Anterior**. Sólo si lo hace así se guardará la información. Si cambia de página mediante los enlaces de los encabezados de las fichas, los cambios **no** se guardarán. Lo mismo sucede si sale del asistente sin confirmar los cambios mediante **Siguiente >>** o **<< Anterior**.

Para iniciar el asistente, haga clic en el nombre de un artículo en la tabla de artículos de eBay.

Título

Mediante la selección de la cuenta de eBay, puede seleccionar en qué plataforma de eBay se colocará la oferta. Para obtener más información, véase *Cuentas de eBay, en la página 60*.

¡Atención! Las opciones de pago y entrega se pierden si cambia las cuentas de eBay. Esto sucede porque dependen de la plataforma de país y se vuelven a importar al cambiar.

El subtítulo incluye una descripción breve del artículo, que se muestra en la página de eBay, así como en la galería, justo debajo del nombre del artículo.

La descripción contiene la descripción del artículo que se muestra a los pujadores de eBay.

Nota: Por motivos de seguridad, eBay restringe el uso de contenidos de página activos, como JavaScript, Flash, etcétera. Si utiliza esos elementos en su descripción, es posible que sus páginas no se visualicen correctamente en eBay.

La plantilla determina la presentación de su producto en la página de eBay. Defina la lista de selección de plantillas en las opciones de eBay. Véase *Plantillas, en la página 61*. Para utilizar una plantilla para la oferta actual, selecciónela en el menú desplegable *Plantilla*, y haga clic en **Cargar plantilla**.

Guarde las entradas haciendo clic en **Siguiente >>**.

Categoría

Cada artículo debe asignarse al menos a una categoría concreta de eBay. Existen los métodos siguientes para la asignación de categorías:

- Introduzca el número de categoría directamente en el campo *Categoría 1*.

- Seleccione la categoría del menú desplegable *Categorías utilizadas recientemente*. Después de la selección, el número se introduce en el campo Categoría 1.
- Seleccione una categoría de la estructura de catálogo. Sólo puede seleccionar una categoría si se muestra un botón de opción para dicha categoría en la columna *Selección*. Haga clic en la categoría correspondiente. El botón de opción se marca, y el número se introduce en el campo Categoría 1.

También puede asignar el artículo a más categorías. Hay un campo de entrada para cada categoría. El procedimiento de asignación es igual que para la primera categoría. El campo activo en cada momento se indica mediante una flecha.

Si tiene una tienda en eBay, también puede importar el artículo a dos categorías usadas por su tienda de eBay. Seleccione las categorías de destino en los campos de selección *Categorías en su tienda de eBay*.

Guarde las entradas haciendo clic en **Siguiente >> 0 << Anterior**.

Detalles

Aquí puede definir las opciones que afectan a la secuencia de eventos para el artículo. Estas son las mismas opciones que edita al publicar un artículo directamente en eBay.

Consulte eBay para obtener más información sobre el uso, el funcionamiento y los posibles costes de los diferentes parámetros.

Nota: Si establece la opción *Aceptar devoluciones* como *Sí*, debe especificar en la descripción del artículo las condiciones en que aceptará devoluciones.

En función de la categoría seleccionada, se muestran varios rasgos del producto que puede rellenar. Utilícelos para que su artículo sea más visible en eBay.

Guarde las entradas haciendo clic en **Siguiente >> 0 << Anterior**.

Distribución

Aquí puede definir las opciones que afectan a la presentación del artículo en eBay. Consulte eBay para obtener más información sobre el uso, el funcionamiento y los posibles costes de los diferentes parámetros.

En el menú desplegable de los tipos de imagen, se muestran todas las imágenes disponibles para el producto. Véase también *Detalles del producto – Imágenes, en la página 69*. La dirección de la imagen se introduce automáticamente en el campo de entrada respectivo. Si desea enlazar a una imagen que no aparece en el menú desplegable, indique la dirección de la imagen en el campo de entrada

Puede comprobar en cualquier momento si la imagen está disponible haciendo clic en **Vista previa**.

Guarde las entradas haciendo clic en **Siguiente >> 0 << Anterior**.

Entrega

Aquí puede definir las formas de entrega que desea ofrecer a sus clientes de eBay. Las distintas plataformas de país de eBay ofrecen determinadas formas de entrega que incluyen en el menú desplegable.

Hay una lista para entregas nacionales y una tabla aparte para entregas internacionales. Se puede seleccionar un máximo de tres formas de entrega para entregas nacionales.

Seleccione los distintas formas que desee ofrecer por separado y asígneles un precio. Guarde sus entradas haciendo clic en **Guardar**.

Existe una forma universal, que se refiere a la descripción del artículo. Utilícela si ninguna de las formas ofrecidas le conviene. Tenga en cuenta que también debe introducir aquí un precio.

Si no selecciona ninguna forma de entrega, eBay recurrirá automáticamente a la descripción o recomendará que se pongan en contacto con usted, como vendedor.

Avance de página en página haciendo clic en **Siguiente** >> o << **Anterior** o haga clic en los encabezados de ficha.

Pago

Aquí puede definir las formas de pago que desee ofrecer a sus clientes de eBay. Las distintas plataformas de país de eBay ofrecen determinadas formas de pago que incluyen en el menú desplegable.

Guarde las entradas haciendo clic en **Guardar**. Tiene que seleccionar al menos una forma. Existe una forma universal. Se refiere a la descripción del artículo. Utilícela si ninguna de las formas ofrecidas le conviene.

Para ciertos artículos, es obligatoria la selección de la forma de pago *PayPal*. En ese caso, se le notificará al respecto durante la verificación del artículo.

Avance de página en página haciendo clic en **Siguiente** >> o << **Anterior** o haga clic en los encabezados de ficha.

Verificación

El último paso del asistente de eBay consiste en verificar todas las opciones. Si todas las entradas son correctas, el artículo se puede publicar en eBay.

Haga clic en el botón **Verificar** o **Activar programación** para comprobar sus opciones. Si toda la información es correcta, se mostrarán los cargos de la oferta. Puede publicar el artículo en eBay haciendo clic en **Cargar a eBay** o **Cargar a eBay inmediatamente**. Los artículos programados se publican en eBay a la hora de inicio indicada.

Una vez que un artículo esté en venta en eBay, los parámetros ya no se pueden cambiar.

Valores predeterminados

Página: Marketing » eBay » Valores predeterminados

Hay muchas opciones para un artículo, y muchas propiedades son iguales para la mayoría de artículos. Por consiguiente, puede asignar valores estándar a estos parámetros para evitar tener que volver a introducirlos para cada artículo.

Se muestra un resumen de los valores predeterminados en esta página. Las áreas mostradas corresponden a los pasos del asistente de eBay.

Puede modificar estos valores predeterminados en cualquier momento. Para ello, haga clic en el enlace **Personalizar valores de artículo predeterminados**. Accederá directamente a la página correspondiente del asistente de eBay. Para obtener más detalles, véase *Opciones de artículos / Asistente de eBay, en la página 149*.

Los cambios en los valores predeterminados sólo son válidos para los productos incluidos en la lista de artículos de eBay después de los cambios.

Pedidos

Página: Marketing » eBay » Pedidos

En cuanto un pujador compre su producto o gane su subasta, este artículo se marcará como cerrado y se introducirá en la tabla de pedidos de eBay.

Las distintas columnas tienen los significados siguientes:

Tabla 14: columnas de la tabla para pedidos de eBay

Nombre de la columna	Comentario
Artículo	Oferta inicial para el pedido. El icono indica la plataforma de eBay.
Cuenta de usuario	Usuario de eBay que ha obtenido el artículo Haga clic en el icono  para enviar un mensaje de correo electrónico a la dirección del perfil de eBay del usuario.
Precio	Precio al que se ha obtenido el artículo
Cliente	Nombre del pujador en la administración del cliente de la tienda; Cuando se transfieren por primera vez los detalles de un cliente de eBay, el sistema lo crea como cliente no registrado. La dirección de correo electrónico de eBay también se guarda. En transferencias de datos posteriores, el cliente se identifica mediante esa dirección de correo electrónico, y todos los pedidos de eBay de ese cliente se agrupan.
Pedido	Número de pedido, cuando ha finalizado una venta; De lo contrario, se emite un aviso indicando que el cliente aún no ha finalizado el pedido.
Opinión	Muestra la opinión de este artículo. Para obtener más información, véase <i>Opciones generales, en la página 60</i> .

Los pedidos que el cliente no haya finalizado en 3 días se marcan en la columna *Pedidos* con el icono . En un caso así, puede recordar a sus clientes que finalicen la compra por correo electrónico. Utilice para ello la acción por lotes correspondiente.

Se pueden ejecutar los siguientes comandos por lotes:

Tabla 15: Comandos de proceso por lotes para pedidos de eBay

Comando	Comentario
Enviar opinión	Los campos Opinión y Texto de la opinión contienen los valores predeterminados de las opciones de eBay; véase <i>Opciones generales, en la página 60</i> . Estas entradas se pueden modificar si es necesario. El comando envía la información de opinión para todos los artículos seleccionados.
Volver a enviar correo de recordatorio	Cuando el artículo termina, el comprador recibe un correo electrónico generado automáticamente pidiéndole que efectúe el pago y finalice así la transacción. Véase también <i>Configuración del correo electrónico de aviso, en la página 60</i> . Este comando envía un correo electrónico de recordatorio a los clientes que no hayan finalizado la transacción.

Nota: Sólo puede indicar la opinión de cada oferta una vez. No puede introducir una corrección enviando una segunda evaluación. Como vendedor, sólo puede ofrecer evaluaciones positivas a los compradores.

Después del pago por parte de los clientes en eBay, se crea el pedido correspondiente. Puede verlos y editarlos en el elemento **Pedidos**. Los pedidos de eBay se indican en la lista de todos los pedidos mediante el icono de eBay.

13. Glosario

Administrador	Operador de un sitio web. Este sitio web permite al administrador ofrecer contenido, así como productos y servicios. Las funciones disponibles se proporcionan en función del tipo de sitio web seleccionado. Por otra parte, existen extensas opciones para personalizar el diseño y la distribución del sitio.
Área de administración	Las páginas web que puede utilizar el administrador técnico después de identificarse para cumplir con sus responsabilidades.
Área de trabajo	Parte de la página de administración en que se visualizan y se administran los datos y las tablas. El contenido depende de la función seleccionada en el menú.
Atributo	Descriptor de definición libre para un producto o cliente. Los atributos se emplean para definir propiedades, como por ejemplo, precios, dimensiones, colores, etcétera.
Barra de navegación	Área activa con una estructura de enlaces para seleccionar funciones concretas.
Barra multifunción	Área de la página web que contiene varias funciones para editar contenido. Se clasifican funciones similares en grupos de funciones. Para obtener más información, véase <i>Barra multifunción y contenido, en la página 92</i> y <i>Barra multifunción y contenido, en la página 115</i> .
Botón	Área de función de las páginas web empleada para desencadenar acciones; Suelen diseñarse gráficamente para parecer botones.
Botón de opción	Campo de un formulario para el que debe tomar una decisión; Los botones de opción le permiten seleccionar una sola opción de entre varias posibles.
Campo de entrada	Campo de un formulario donde el usuario puede introducir información.
Campo de texto	Campo de un formulario donde puede escribir gran cantidad de texto. Se puede emplear para elaborar descripciones u otra información. Los campos de texto se pueden editar mediante un editor WYSIWYG. Para obtener más información, véase <i>Trabajar en los campos de texto, en la página 27</i> .
Cargar	Si desea publicar archivos o páginas en Internet, tiene que copiarlos en un servidor. Este procedimiento de copia (de un ordenador local a un ordenador externo) se denomina carga.
Casilla de verificación	Campo de un formulario que se selecciona o se anula haciendo clic sobre él con el cursor. Se emplea para realizar selecciones concretas.
Catálogo	Este término describe todo el inventario de productos. El catálogo es el equivalente de un catálogo de pedido por correo. Las categorías se emplean para configurar jerarquías estructuradas.

Categoría	Subgrupo de un catálogo; Las categorías funcionan como contenedores de grupos de productos, como ordenadores, material de oficina o calzado.
Comerciantes	El comerciante es un administrador que vende productos en línea. El sitio web y la administración ofrecen las funciones adicionales necesarias para esta tarea.
Cookie	Pequeño archivo que contiene información de texto que se envía desde un servidor web a un explorador web. Esta información se guarda en el disco duro y se puede recuperar posteriormente. Las cookies son necesarias a menudo para aplicaciones de Internet. Véase también <i>Cookies de sesión</i> .
Cookies de sesión	Una cookie de sesión es un texto grabado en la memoria de un explorador al abrir determinadas páginas web (al principio de una sesión). Esta cookie de sesión ofrece los datos de autorización necesarios para poder utilizar todas las funciones del sitio web. Después de finalizar la sesión o cerrar el explorador (para terminar la sesión), la cookie de sesión se eliminará.
Duplicar	Esta función crea una copia exacta (aparte del identif.). Esto es útil, por ejemplo, al crear productos a partir de una plantilla de producto (si existe una), desde la que se puede transferir la mayoría de los atributos.
Elementos de página	Los elementos de página son funciones o áreas funcionales que puede colocar en su sitio web y mover arrastrando y soltando. Puede colocar los elementos de página en el diseño rápido o el diseño avanzado. Ejemplos de elementos de página: - <i>Vista de árbol de las páginas como cuadro</i> - <i>Identificarse</i> - <i>Enlace a la página de inicio</i> - <i>Selección de país mediante banderas</i>
Enlace	Un enlace a otra página de Internet o a un documento.
Favoritos	Páginas web que se abren y se utilizan repetidamente. Se guarda una página favorita como enlace en una carpeta especial, y se puede abrir con un solo clic.
Formato de moneda	Formato dependiente de la moneda para información de precios. El sistema da formato a los precios en función de la moneda definida.
FTP	Protocolo de transferencia de archivos; El FTP es un método para transmitir datos a través de redes. Se emplea para transferir archivos entre distintos ordenadores, independientemente del sistema operativo y la ubicación.
Historial de navegación	Barra de navegación que muestra cómo ha llegado a su ubicación actual en el programa. Los distintos niveles de jerarquía se muestran como enlaces, para que pueda volver atrás paso a paso.
HTML	(Lenguaje de marcado de hipertexto) Código fuente para páginas web que determina cómo se muestra el contenido. Las distintas instrucciones de formato HTML se denominan etiquetas HTML.
Identificación/Identificarse	Procedimiento para tener acceso a una aplicación introduciendo un nombre de usuario/dirección de correo electrónico y una contraseña. Con frecuencia, la combinación del nombre de usuario/dirección de correo electrónico y la contraseña se denomina información de identificación.

Identificador	Se trata de un identificador único empleado para localizar un elemento de datos (producto, cliente, atributo, etcétera). El identificador se utiliza en la base de datos y no es igual al nombre mostrado en las páginas web. Por otra parte, los identificadores sirven para clasificar de forma única datos al exportar e importar, y para administrar objetos en varios idiomas.
Localización	Preparación de los datos y contenido de una página web para que se pueda mostrar en otro idioma. Algunos atributos se pueden localizar; es decir, puede introducir diferentes valores para dichos atributos en diferentes idiomas. Se muestran en el idioma correspondiente, por ejemplo, las descripciones o los nombres.
Localización / Localización de archivo	Información sobre la ubicación de un archivo en un soporte de almacenamiento, como por ejemplo, C:\windows\system32\notepad.exe.
Nombre	Nombre de un objeto o un método dependiente del idioma en el área de administración y en el sitio web. De este modo, se puede mostrar un nombre descriptivo en cualquier idioma en las páginas web.
Opción predeterminada	Estado de los atributos; Si este estado ha sido definido, el atributo o el valor se emplearán como valor predeterminado hasta que el usuario seleccione otra opción.
Página de administración	Página web que aparece después de identificarse, donde se muestran todas las funciones. Puede acceder a todas las funciones que necesite de esta página. La barra de menús y la barra lateral, así como el área de trabajo, están integradas aquí.
PangV	Normativa alemana de indicación de precios; Estipula la normativa que debe respetar un comerciante al establecer precios en Alemania. Para consultar una versión de esta normativa en alemán, véase http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/PangV/
Píxel	Un píxel es la unidad gráfica mínima que puede mostrar un ordenador.
Proceso por lotes	Comando que afecta a varios elementos al mismo tiempo; Esta opción se ofrece en las tablas, donde se pueden combinar varias instancias del mismo comando en un proceso múltiple o por lotes, como por ejemplo, eliminar varias líneas de una tabla al mismo tiempo.
Proveedor	Los proveedores proporcionan soluciones de hardware y software. Normalmente, se ofrecen también servicios de consultoría.
Sitio web	Aplicación de Internet que contiene todas las funciones necesarias para ofrecer productos, servicios o contenido. Esta aplicación genera el sitio web a partir de un tipo predefinido configurado por el proveedor. El área de administración permite personalizar la distribución y el diseño del sitio, así como administrar su contenido.
Submenú	Menú cuyas funciones cambian según el área de trabajo escogida.
Sugerencia de herramienta	Breve texto informativo que se muestra automáticamente al mover el cursor por encima de un área concreta. La presencia de una sugerencia de herramienta suele indicarse mediante un icono junto al campo de entrada.

Tecla BloqMayús	Tecla que activa las mayúsculas de forma permanente. Puede desactivar esta función volviendo a pulsar la tecla. Si esta tecla está activada, suele indicarse mediante un piloto luminoso en el teclado.
Tienda	Sitio web que ofrece funciones para poder vender productos en línea. Los comerciantes pueden utilizarla para crear un canal de venta en Internet.
Tipos de atributo	Puede definir varios tipos de variables. El tipo de variable controla cómo es procesada por el sistema. Para obtener más información, véase <i>Tipos de atributo</i> , 24.
Tipos de tienda	Producto del proveedor que vende o alquila a los comerciantes u operador de tienda. Cada tipo de tienda se ofrece con funciones concretas y en distintas clases de precio. Los comerciantes crean sus propias tiendas seleccionando de entre esos tipos de tienda.
Unidad de referencia	Unidad básica de cantidad empleada para comparar productos calculando a la inversa el precio de los productos. Para obtener más información, véase <i>Unidad de referencia</i> , en la página 69.
URL	Abreviación en inglés de Localizador uniforme de recursos: la dirección única en Internet de una página web. La URL se emplea para abrir la página en un explorador.
Variable	Las variables son comodines para valores concretos que introduce primero el usuario o el programa cuando el sitio web está en línea.
Visibilidad	Estado de los datos; determina si el cliente puede ver estos datos en el sitio web o no.

14. Índice

A

Accesorios	77
Actualización de páginas web	38
Administración de usuarios	39
<i>Identificación</i>	41
<i>Registro</i>	40
Agrupaciones de productos	64
<i>Productos agrupados</i>	65
Amazon	143
Área de contenido	113
Área de trabajo	18
Áreas horizontales	113
Áreas verticales	113
Artículos alternativos	77
Ayuda	20

B

Bandeja	18
Barra lateral	18
Barra multifunción y diseño	115
Buscar	22, 84
Búsqueda en el sitio web	120

C

Caché de página	37
Cálculo de impuestos	42
Campañas de newsletters	
<i>Crear newsletter</i>	131
Campañas de newsletters	131
<i>Crear nueva</i>	131
<i>Destinatarios</i>	132
<i>Detalles generales</i>	132
<i>Textos</i>	131
Campos de texto	27
<i>Editor WYSIWYG</i>	27
Cargar imágenes	29
Categorías	91
Categorías	
<i>Categoría</i>	97
Categorías	
<i>Página de contenido</i>	97
Categorías	
<i>Información de contacto</i>	98
Categorías	
<i>Condiciones generales</i>	99
Categorías	
<i>Derecho de retirada</i>	99
Categorías	
<i>Política de privacidad</i>	99
Certificación de Trusted Shops	146
Cesta de la compra	
<i>Añadir</i>	55
<i>Comandos</i>	55

<i>Opciones</i>	55
<i>Textos</i>	55
Claves de clasificación	22
Clientes	85
<i>Atributos de los clientes</i>	88
<i>Atributos especiales</i>	86
<i>Cuentas del cliente</i>	85
<i>Datos de dirección</i>	85
<i>Datos del usuario</i>	86
<i>Dirección de entrega</i>	87
<i>Dirección de facturación</i>	86
<i>Grupos de clientes</i>	88
<i>Identificación</i>	86
<i>Nuevo pedido</i>	87
<i>Pedidos</i>	87
<i>Sincronización de datos</i>	87
Conjunto de iconos	116
Consultas de productos	138
Creación del número de seguimiento de UPS	128
Cupones	135

D

Datos del administrador	35
Dependencia del idioma	22
Dependencias	47
Descuento de la cesta de la compra	82
Detalles del cliente	85
Dirección	39
Diseño	111
Distribución	
<i>Navegación</i>	119

E

eBay	79, 147
<i>Artículos</i>	147
<i>Autenticación</i>	60
<i>Cuentas</i>	60
<i>Opciones</i>	59
<i>Pedidos</i>	151
<i>Plantillas</i>	61
<i>Valores predeterminados</i>	151
Edición del diseño	114
Editor WYSIWYG	27
<i>Elementos de página</i>	119
Eliminación	
<i>Confirmación de eliminación</i>	35
Estadísticas de etracker	138
<i>Crear cuenta</i>	139
<i>Datos de registro</i>	139
<i>Informes de buscadores</i>	140
<i>Páginas</i>	140
<i>Registro</i>	139
Estadísticas de la búsqueda	59
Estilos	121

Índice

<i>Plantillas</i>	123
Estilos propios	121
Exportar	31
<i>Categorías</i>	103
<i>Exportación de cliente</i>	88
<i>Exportación de productos</i>	83

F

Favoritos	19
Forma de entrega	
<i>Peso de productos de la cesta de la compra</i>	45
<i>Total de la cesta de la compra</i>	45
Formas de entrega	44
<i>Dependencias</i>	47
<i>Forma de envío DHL</i>	46
<i>Forma de envío SEUR</i>	47
<i>Límite de exención</i>	45
<i>Número de productos en la cesta de la compra</i>	46
Formas de envío	
<i>Entrega gratuita</i>	44
Formas de pago	48
<i>Grupos de clientes</i>	49
<i>Pago aplazado</i>	51
<i>Tarjeta de crédito, manual</i>	50
Fundamentos de diseño	111

G

General	37
Google Adwords	146
Guardar	20

H

Historial	19
Horario comercial	39

I

Imágenes	29
Importar	31, 32
<i>Categorías</i>	103
<i>Importación de cliente</i>	88
<i>Importación de productos</i>	83
Importar archivo	32

L

Lista de precios	
<i>Cientes</i>	82
Listas de precios	
<i>Cientes</i>	82
<i>Descuento de la cesta de la compra</i>	82
<i>Opciones avanzadas</i>	81
Listas de precios	81

M

Marketing	131
Matriz fiscal	42

Modelos fiscal	43
Monedas	
<i>Franco suizos</i>	53
Monedas	52

N

Navegación por la administración	17
Newsletters	133
<i>Creación de contenido para</i>	135
<i>Destinatarios</i>	135
<i>Detalles generales</i>	134
<i>Suscripción</i>	133

O

Opciones	37
<i>Uso</i>	26
Opciones de búsqueda	58
Opciones de correo electrónico	54
Opciones de documentos de pedido	62
Opciones de entrega	48
<i>Detalles generales</i>	48
<i>Selección</i>	48
Opciones de la cesta de la compra	
<i>Registro</i>	56
Opciones de producto	56
<i>Comparación de productos</i>	58
<i>Disponibilidad</i>	57
<i>Textos</i>	57
<i>Venta cruzada automática</i>	57
Opciones del país	52
<i>Idiomas</i>	52
<i>Monedas</i>	52
<i>Países</i>	53
<i>Regiones</i>	53
Opciones predeterminadas	23

P

Páginas	
<i>Enlaces</i>	98
<i>Página de inicio</i>	97
<i>Productos en promoción</i>	98
Pago aplazado	51
Pedidos	125
<i>Albarán de UPS</i>	128
<i>Detalles</i>	125
<i>Documentos</i>	127
<i>Editar detalles</i>	126
<i>Modo de edición</i>	126
<i>Opciones de la cesta de la compra</i>	55
Portales	79
Portales de producto	79
Portales de producto	140
Precios	75, 77
PriceMinister	144
productos	
<i>personalización</i>	74
Productos	63

<i>Atributos especiales</i>	69	<i>Archivo</i>	25
<i>Buscar</i>	84	<i>Archivo dependiente del idioma</i>	25
<i>Cálculo de descuentos</i>	77	<i>Dinero</i>	25
<i>Categoría</i>	71	<i>Entero</i>	24
<i>Crear nuevo</i>	63	<i>Fecha</i>	25
<i>Crear producto individual</i>	64	<i>Fecha y hora</i>	25
<i>Crear un nuevo producto con variantes</i>	64	<i>Hora</i>	25
<i>Crear un producto descargable</i>	66	<i>Número decimal</i>	24
<i>Crear un producto personalizable</i>	67	<i>Opciones</i>	24
<i>Crear una agrupación de productos</i>	64	<i>Opciones del cliente</i>	24
<i>Descripción</i>	68	<i>Opciones dependientes del idioma</i>	24
<i>Descuento por cantidad</i>	75	<i>sí/no</i>	24
<i>Descuento por valor</i>	77	<i>Texto</i>	24
<i>Descuento por volumen</i>	75	<i>Texto con selección de valor</i>	24
<i>Detalles de la entrega</i>	69	<i>Texto dependiente del idioma</i>	24
<i>Existencias y periodo de entrega</i>	68	<i>Texto dependiente del idioma con selección del valor</i>	24
<i>Imágenes</i>	69	<i>Tipos de producto</i>	79
<i>Precio comparativo</i>	68	<i>Atributos</i>	80
<i>Precios</i>	75	<i>Distribución</i>	80
<i>Variantes</i>	72	<i>Selección de valor para atributos</i>	80
Productos descargables		<i>Tipo de producto fuente</i>	79
<i>Descargas</i>	67	<i>Tipos fiscales</i>	43
Productos relacionados	77		
R		U	
Recomendaciones de producto	138	Utilización	38
Redes sociales	145		
Referencias de producto	78	V	
Reseñas de productos	82	Variantes	72, 74
Reservas	109	<i>Ampliación con el asistente de variantes</i>	74
S		<i>Asistente de variantes</i>	72
Seguimiento de pedidos	129	<i>Venta cruzada</i>	78
Sistema de reservas	105	Venta cruzada	77, 78
T		<i>Accesorios</i>	77
Tablas	20	<i>Artículos alternativos</i>	77
<i>Añadir registros</i>	21	<i>Productos relacionados</i>	77
<i>Clasificación mediante claves de clasificación</i>	22	<i>Referencias</i>	78
<i>Edición de registros</i>	21	Visibilidad	23
<i>Eliminación de registros</i>	21	Vista de ficha	
<i>Procesos por lotes en tablas</i>	22	<i>General</i>	93
<i>Selección en tablas</i>	21	<i>Imágenes</i>	95
Texto con selección de valor		<i>Páginas</i>	94
<i>Uso</i>	25	<i>Productos</i>	95
Tiempos de carga	38	Vista de página en el explorador	115
Tipos de atributo	24	Vistas del sitio web	20
		Z	
		Zonas fiscales	42

La información contenida en este documento puede sufrir modificaciones sin previo aviso en cualquier momento.

Este documento y todas las partes que lo componen están protegidas por derechos de autor. Están expresamente reservados todos los derechos, incluidos los de copia, reproducción, traducción, almacenamiento en microfilm y todas las formas de archivo y procesamiento electrónicas.

Todas las empresas, los productos y los nombres comerciales son marcas comerciales o marcas registradas de sus respectivos propietarios.

Copyright © 2013 ePages Software GmbH. Todos los derechos reservados.

Manual EPG54