

A. Estructurar el catálogo

No se precipite a la hora de crear el catálogo de productos si las gamas con las que trabaja son extensas o complejas. El hecho de empezar reflexionando sobre la estructura del catálogo le hará ganar finalmente un tiempo considerable.

Es mejor comenzar, pues, por definir las categorías de productos, y luego centrarse en las marcas distribuidas y en los proveedores con los que trabajará. A continuación, deberá especificar los atributos y sus valores, así como sus características (atributos y características son dos conceptos diferentes).

Después, en el momento de crear sus productos, podrá asignarles todos estos elementos muy rápidamente.

En contraposición con todo esto, si vende pocos productos y estos son sencillos, puede pasar directamente de la creación de categorías a la de productos.

1. Las categorías

➔ En el menú **VENDER - Catálogo**, seleccione **Categorías**.

El panel de control lista las categorías. La categoría **Clothes** contiene dos categorías: **Men** y **Women**. La categoría **Accesorios**, a su vez, contiene dos subcategorías: **Stationery** (agendas, artículos de oficina, etc.) y **Home Acessories** (artículos de interior). Por su parte, la categoría **Art** no contiene ninguna subcategoría. Esta anidación de categorías constituye la estructura del catálogo, y puede modificarse y enriquecerse en todo momento.

The screenshot shows a web interface for managing categories. At the top, it says 'Categorías (3)' with a settings gear icon. Below that is a search filter 'Acciones Agrupadas' and a checkbox 'Seleccionar todos'. The main part is a table with columns: ID, Nombre, Descripción, Posición, Mostrado, and Acciones. There are search input fields for 'Buscar ID', 'Buscar por nombr', 'Buscar descripción', and 'Buscar posición', along with a 'Buscar' button. The table lists three categories: 'Clothes' (ID 3), 'Accesorios' (ID 6), and 'Art' (ID 9).

ID	Nombre	Descripción	Posición	Mostrado	Acciones
3	Clothes	Discover our favorites fashionable discoveries, a selection of cool items to integrate in your wardrobe. Compose a unique style with personality which matches your own.	1	✓	🔍 ⋮
6	Accesorios	Items and accessories for your desk, kitchen or living room. Make your house a home with our eye-catching designs.	2	✓	🔍 ⋮
9	Art	Framed poster and vector images, all you need to give personality to your walls or bring your creative projects to life.	3	✓	✎ ⋮

Si bien es una pena no disponer de una vista sinóptica de esta estructura desde este nivel, también es cierto que esto puede subsanarse gracias al «hilo de Ariadna». En el momento de crear y editar categorías, dispondrá, por suerte, de un árbol de categorías.

Inicio / Accesorios / Home Accessories

Es importante, reflexionar bien antes de crear las categorías, ya que, aunque sea posible cambiarlas en cualquier momento, ello puede resultar una tarea bastante fastidiosa.

Además, esta estructura debe definirse pensando en sus clientes, y no en el gestor de su *stock*. Le aconsejamos que seleccione una muestra de usuarios potenciales para que la sometan a prueba.

Por ejemplo: supongamos que vende calzado. Una posibilidad es que las categorías principales sean **Hombre, Mujer, Niño, Bebé**, y que cada una de ellas comprenda las subcategorías **Deporte, Ciudad, Descanso**. Pero ¿seguro que no es mejor hacerlo al revés, que las categorías principales sean **Deporte, Ciudad, Descanso**, y que cada una de ellas disponga de las subcategorías **Hombre, Mujer...**? La respuesta a esta cuestión deben dársela sus clientes.

Las empresas que se desenvuelven en la vida real («brick and mortar» en la jerga web) siempre tienen la posibilidad de echar mano de los usos y costumbres de la profesión, pero cuando se trata de vender productos tecnológicos, virtuales o servicios, nada resulta ya tan evidente.

En definitiva: defina primero en papel la estructura de su catálogo antes de pasar a la acción en PrestaShop. Y no olvide probarla con una muestra de su público objetivo.

a. Crear una categoría

Por defecto, la categoría de partida, que denominamos categoría raíz (root), es **Inicio** y contiene todas las subcategorías.

Puede **Añadir una nueva categoría raíz** si es preciso, aunque en la mayoría de los casos la categoría raíz **Inicio** es suficiente, sobre todo si tenemos en cuenta que es útil para mostrar los productos destacados. Los productos que se hallen en otra categoría raíz no podrán destacarse en la página de inicio.

A continuación vamos a tratar, pues, la creación de categorías «normales».

➔ Haga clic en  Añadir nueva categoría.

➔ Complete los campos siguientes:

Nombre: escoja el nombre más explícito y corto posible. En el caso de que se trate de un sitio multilingüe, escriba el nombre en cada idioma haciendo clic en el botón de las siglas del idioma respectivo. Esto es válido para los demás campos de texto.

Mostrado: si la opción está activada, la categoría es visible.

Categoría padre: por defecto, las categorías son «hijas» de la categoría «padre» **Inicio**. Active la categoría padre para anidar las categorías e ir creando, de este modo, la estructura de su catálogo.

Descripción: la descripción de la categoría, tal y como se presenta a sus clientes. Si es idéntica al contenido de **Meta descripción**, los motores de búsqueda lo interpretarán como «más pertinente».

Imagen de portada de la categoría: haga clic en **Buscar** para localizar una imagen y abrirla. Dé prioridad a una imagen genérica antes que a la de un producto en concreto.

Miniatura de la Categoría: imagen pequeña que se mostrará en modo lista de categorías, según el tema.

Miniatura del Menú: imagen pequeña que se mostrará en los menús, según el tema.

Previsualizar SEO: vista previa de la página en los resultados de los buscadores.

Meta-título: el nombre de la categoría no basta para quedar bien referenciado en los buscadores. Por ejemplo, **Zapatos** es demasiado general. En este caso, podría escribir un título más explicativo: **Zapatos originales de grandes marcas más baratos**.

Meta descripción: utilice una versión abreviada de la descripción de la categoría. Esta descripción se mostrará en las páginas de resultados de los motores de búsqueda. Dado que a menudo no se muestra todo el texto, coloque lo más importante al principio de la frase.

Meta keywords: escriba las palabras claves pertinentes (por ejemplo, las marcas o los productos estrella).

URL amigable: puede personalizar de forma manual la URL, pero asegúrese de que no utiliza espacios ni guiones bajos _; únicamente letras y guiones. Por ejemplo: **zapatos-grandes-marcas-descuento**.

Acceso de grupo: puede restringir el acceso a determinadas categorías de modo que solo puedan acceder a ellas grupos de clientes específicos (por ejemplo, en el caso de ventas con privilegios). Veremos más adelante cómo crear y administrar estos grupos.

Tienda asociada: si ha activado el modo Multitienda, elija a qué tiendas se asignará la nueva categoría.

➔ Para confirmar los ajustes, haga clic en **Guardar**.



Las categorías que aparecen en la lista pueden editarse haciendo clic en el botón **Modificar**, o bien eliminarse haciendo clic en la opción **Eliminar** del menú desplegable. En este último caso, tenga en cuenta que la eliminación de una categoría implica la supresión de todos los productos que contiene en exclusiva (es decir, que no pertenecen también a otra categoría). Para mayor seguridad, un mensaje de aviso solicitará que confirme la operación.

En lo que respecta a los productos, podrá elegir entre:

- Vincular los productos a la categoría padre (por lo tanto, no se eliminarán) y desactivarlos.
- Vincular los productos a la categoría padre (por lo tanto, no se eliminarán) sin desactivarlos.
- Eliminar los productos.

¿Qué quieres hacer con los productos asociados a esta categoría? ✕

Quiero asociar los productos sin otras categorías a la categoría padre y desactivarlos por ahora. Los reactivaré cuando los mueva a otra categoría. (Recomendado)


Quiero asociar los productos sin otras categorías a la categoría padre y mantenerlos activados.

Quiero eliminar los productos listados únicamente en esta categoría y no en otras.

b. Organizar los artículos en las categorías

Un producto puede pertenecer a varias categorías. Por ejemplo, este artículo únicamente está por ahora en la categoría **Inicio**.



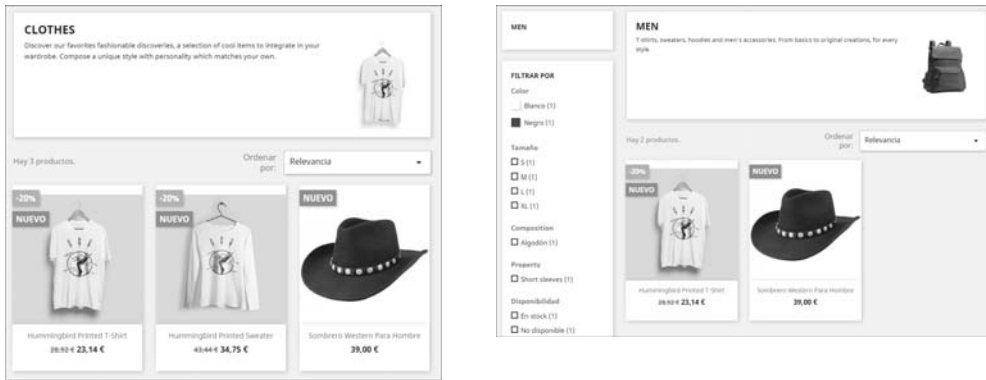
➔ Edite este artículo haciendo clic en el icono , al final de la línea.

En el apartado **Categorías** puede:


- marcar las categorías en las que aparecerá este producto; en este ejemplo, **Clothes** y **Man**,
- establecer la categoría principal activando el botón de radio; en este ejemplo, **Men**.



- ➔ Podrá localizar este producto simultáneamente en las páginas de las categorías **Clothes** y **Men**.



Mover una categoría

- ➔ Abra el menú **VENDER - Catálogo - Categorías** y haga clic en el botón  de la categoría que desea mover.
- ➔ En el cuadro **Categoría padre**, expanda la estructura y marque la categoría padre que desee. En el siguiente ejemplo, hemos reubicado la categoría **Stationery** en la categoría **Men**.



2. El menú

El menú es mucho más que una simple herramienta de navegación: debe concebirse y gestionarse como un auténtico componente de marketing. Por supuesto, su primera función es la de ofrecer un acceso rápido y fácil a los productos, pero también debe resaltar las categorías destacadas y las promociones. El menú que propone PrestaShop cumple muy bien estas dos funciones, incluso aunque no resulte muy versátil en lo que respecta a insertar imágenes o publicidad (de momento... esté atento a las actualizaciones).

a. Administrar los elementos del menú

- ➔ Seleccione en el menú lateral **PERSONALIZAR - Módulos - Module Manager**.
- ➔ En las listas desplegables, seleccione **Diseño y Navegación** y **Módulos activados**.

- ➔ Si el módulo **Menú principal** no aparece, haga clic, en la parte inferior del cuadro, en **Ver más**.
- ➔ Localice la fila del módulo **Menú principal** y haga clic a continuación en **Configurar**.

- ➔ En la parte **ENLACE DEL MENÚ SUPERIOR**, coloque los elementos de menú que deben aparecer en el cuadro de la izquierda, **Elementos seleccionados**, seleccionándolos en el cuadro de la derecha **Elementos disponibles** y haciendo clic en el botón **Añadir**. Las flechas verticales sirven para establecer el orden de los elementos.

! Observe que, cuando una categoría conlleva subcategorías, estas se añaden automáticamente al menú. Asimismo, puede elegir entre presentar las categorías en el primer nivel o en el submenú desplegable.

b. Añadir enlaces

➔ En la parte **AÑADIR UN NUEVO ENLACE**, escriba la etiqueta, la URL y especifique si desea que este nuevo enlace se abra en una nueva ventana o no. Haga clic en **Añadir**.

El vínculo aparecerá en la lista de enlaces; más adelante podrá editarlo o eliminarlo.

ID del enlace	Nombre de la tienda	Etiqueta	Enlace	Nueva ventana
1	Swag Mode	LIQUIDACIÓN		<input checked="" type="checkbox"/>

➔ Una vez creado, el enlace figura en la lista de elementos disponibles. Selecciónelo y haga clic en **Añadir**. Para finalizar, haga clic en **Guardar**.

El enlace de menú que acaba de crear ahora aparece en la barra de menús.

