



## Guía de publicación

### Presentación de producto en Amazon.es

ES Alimentación. Última actualización: Agosto 2016

#### **Pautas para la correcta inserción de la información de producto en Amazon.es**

La información de producto que insertas en Amazon será visible para todos los clientes en la página de detalle del producto.

Ya que en la compra online no es posible el contacto físico con el producto, queremos ofrecer a nuestros clientes tanta información como sea posible para reemplazar de esta forma el asesoramiento personal y proporcionar al cliente las informaciones necesarias para valorar la calidad del producto. Una página de detalle con información detallada puede aumentar las ventas respecto a una página con escaso contenido. Una descripción detallada del producto podrá igualmente disminuir el número de devoluciones, ayudándote a reducir costes.

Una información completa sobre el producto hace que las páginas de detalle sean encontradas en los motores de búsqueda de una forma más rápida y efectiva. Cuanto más contenido haya en la página del producto, mayor será la probabilidad de que dicha página aparezca en los primeros puestos de los principales motores de búsqueda y, por lo tanto, de ser encontrada y visitada por más usuarios.

Utiliza para cada categoría de producto el fichero de carga de inventario correspondiente (el llamado Flat File) para facilitar la información del producto. Escribe todos los textos en español. Lee detenidamente la siguiente información y adapta los datos de tu oferta a la misma.

#### **Estructura del título**

El título del producto es el primer dato que el cliente ve en la página de detalle del producto. Hazte las siguientes preguntas: ¿El título proporciona al cliente la información necesaria sobre tu producto? ¿Despertará el interés del cliente, de forma que siga viendo la oferta?

Amazon utiliza el título del producto para mostrar tus artículos en los resultados de búsqueda. Un título preciso y con información relevante aumenta el tráfico de tu producto. Comprueba la exactitud y el formato uniforme del título.

Consejos para crear un título efectivo:

Aspectos positivos	Aspectos negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escribe la primera letra de cada palabra en mayúscula (respetando las excepciones)</li> <li>• Escribe los números con cifras ("2" en vez de "dos")</li> <li>• En el caso de envases múltiples indica entre paréntesis el número de unidades incluidas (p. ej. 48 cápsulas)</li> <li>• Escribe un título corto pero que incluya la información más importante</li> <li>• Máximo 50 caracteres</li> </ul> <p>Recuerda: Utiliza solo caracteres estándares. El sistema no soporta el uso de caracteres especiales como ®, ©, ™, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No incluyas información sobre precios o cantidad</li> <li>• No utilices MAYÚSCULAS (excepto en principio de palabra)</li> <li>• No incluyas información sobre el vendedor</li> <li>• No incluyas mensajes publicitarios como "Agotado" o "Sin gastos de envío" (utiliza para ello la opción "Gestión de promociones")</li> <li>• No utilices tu nombre de vendedor para marcas o fabricantes, a no ser que su producto sea una marca comercial</li> <li>• No incluyas símbolos en las ofertas (p. ej. ! * \$ ?)</li> <li>• No incluyas comentarios como "Best Seller" o "Destacado"</li> </ul> <p>Recuerda: El uso de información empresarial o de mensajes publicitarios puede tener un efecto negativo en su cuenta de vendedor.</p>

Los elementos que se pueden incluir (si están disponibles) son:

[Marca]+[Nombre del artículo]+[Tamaño/Sabor/Color]+[Cantidad]

Ejemplos de títulos de producto:

Marca	Nombre del artículo	Tamaño/Color/Sabor	Cantidad
Nescafé	Dolce Gusto	Caffè Crema Grande	Pack de 3 (48 cápsulas)
Jacobs	Tassimo	Caffè Crema XL	Pack de 5 (80 cápsulas)

**Buen ejemplo:**



Nescafé Dolce Gusto - Café Con Leche - Cápsulas de café - 16 cápsulas  
 de Nescafé  
 10 opiniones de clientes  
 Precio: EUR 4,51 (incl. IVA) | [Ver oferta](#)  
 Precio final del producto  
 €4,51 IVA  
 ¿Quieres recibir el pedido el jueves 1 sep? Cómpralo antes de 1 hora y 42 mins y sigue brevío 1 día al completo lo pedirá. No recibirás el pedido y el costo por Amazon. Se puede cancelar para regalo.  
 Número: 1 desde EUR 4,51

**Mal ejemplo:**



7786 IDILLYUM IPERESPRESSO CPS  
 de Ily  
 Si el primero en comprar tiene este producto  
 Disponible a través de estos vendedores.  
 Número: 1 desde EUR 14,00

**Marca & Fabricante**

La información sobre la marca permite al cliente centrarse en una marca y en un modelo. Este campo mejora la precisión de la búsqueda de tus ofertas y ayuda al cliente a encontrar tus artículos. La experiencia nos demuestra que la marca ofrece la mejor identificación de un producto; el fabricante también puede jugar un papel fundamental. Te recomendamos que rellenes ambos campos.

Marca	Fabricante
<p>Las características únicas y representativas de la marca (símbolo, nombre o marca comercial) ayudan a decidir entre varios productos.</p> <p>El nombre puede referirse a un artículo individual, una línea de productos o una empresa</p> <p>El nombre o símbolo sirve para identificar un producto o servicio de un vendedor y los diferencia de sus competidores.</p> <p>Ejemplo: Nescafé</p>	<p>La empresa que se encarga de la fabricación del producto.</p> <p>Ejemplo: Nestlé</p>

## Bullet Points - Características principales del producto

Los Bullet Points del producto en la página de detalle proporcionan al cliente información adicional sobre su producto y pueden ser decisivos en la decisión de compra.

- Indica las cinco características más relevantes de tu producto
- Mantén un orden coherente. Si la primera característica del producto describe el sabor mantén este orden en el resto de productos
- Repite la información importante del título y de la descripción
- Comienza cada punto con una letra mayúscula
- Escribe los números con letra
- En Bullet Points con varias frases separa cada una de ellas con punto y coma
- Utiliza abreviaturas para las unidades de medida, como mililitros o centímetros, de la siguiente forma:
  - Metro: m
  - Decímetro: dm
  - Centímetro: cm
  - Milímetro: mm
  - Litro: l
  - Decilitro: dl
  - Centilitro: cl
  - Mililitro: ml
- Evita el uso de signos de puntuación como guiones, símbolos, puntos y signos de exclamación. No incluyas información imprecisa, explica las características del producto de la forma más descriptiva posible.
- No incluyas información publicitaria ni relativa a los precios
- No incluyas datos de envío ni información empresarial. La información de Amazon ya incluye estos datos.
- La descripción ayuda al cliente a valorar el producto. La falta de información importante tendrá por lo tanto un impacto negativo en tus ventas.

Contenido	Ejemplo:
1. Bullet Point	Sin gluten
2. Bullet Point	Fabricado en Alemania
3. Bullet Point	Apto para vegetarianos
4. Bullet Point	100% producción ecológica
5. Bullet Point	Preparado en horno de piedra

## Información para alérgicos y sobre ingredientes especiales

Incluye cualquier información que consideres relevante para los alérgicos así como información sobre ciertos ingredientes que el cliente debería conocer, como "Este producto puede contener trazas de frutos secos". Esta información ayuda a los clientes con necesidades alimenticias especiales en la elección del producto. Indica esta información de la misma forma en que se muestra en el envase del producto. Además de poner esta información en el título, en la descripción o en los bullet points, te recomendamos rellenar el atributo "Especialidad" con los correspondientes valores validos (apto\_para\_celíacos; Apto\_para\_diabéticos etc.). De esta manera, tus productos aparecerán en los filtros de navegación activados en nuestra tienda para los alérgicos.

## Ingredientes

Indica los ingredientes de la misma forma en que se muestran en el envase del producto. Incluye los 8 valores necesarios ("Big Eight"). Los ingredientes solo aparecerán en la página de detalle si se han rellenado previamente todos los valores necesarios (para los atributos siguientes del flatfile: contenido energético, grasa, proteínas, hidratos de carbono, azúcares, fibra dietética, sodio y grasas saturadas). Indica cada uno de los ingredientes con valores por cada 100 g o 100 ml.

## ¿Qué valores debes facilitar?

Indica el contenido energético (en el atributo correspondiente del Flatfile) por cada 100 g o 100 ml en KJ (kilojulios). Amazon calcula de forma automática el valor en kcal (kilocalorías). Rellena siempre el campo "serving size" con el valor "100".

## Instrucciones (Directions)

Incluya información sobre el uso del producto siempre que esté disponible, en el atributo correspondiente del fichero de carga de inventario (o Flatfile).

## Precio base

Los productos que se ofertan según el peso, el volumen o la longitud han de incluir, conforme a una directiva europea, un precio base. Si vendes por ejemplo 200 g de café a 4€, se debe mostrar un precio base de 2€ / 100 g. Indica el peso, el volumen o la longitud para que Amazon pueda mostrar el precio base correctamente.

Recuerda que en el cálculo del precio base los campos serán considerados en el mismo orden en que se han introducido. Si rellenas varios campos el sistema utilizará el primero campo que encuentre. Si rellenas por ejemplo el atributo `item_display-weight`, se ignorarán los siguientes campos del precio base. Por ello es importante que incluyas siempre únicamente la unidad relevante para el precio.

<code>Item_display-weight</code>	Peso del producto (peso neto/escurrido si procede)
<code>Item_display-weight-unit-of-measure</code>	Unidades de medida del peso previamente indicado
<code>display-volume</code>	Volumen del producto
<code>Item_isplay-volume-unit-of-measure</code>	Unidades de medida del volumen previamente indicado

## Descripción del producto

En la descripción detallada del producto puedes centrarte en las ventajas y propiedades del mismo. La descripción cumple la función del asesoramiento personal. Una descripción detallada del artículo ayuda al cliente a valorar mejor tu producto. Utiliza la descripción del producto para hacer destacar tu artículo sobre otros productos del mercado.

Aspectos positivos	Aspectos negativos
Describe las características más importantes e incluye información sobre sabor, almacenamiento, sugerencias de presentación, etc. Describe la información más importante de forma concreta y precisa Revisa la gramática, utiliza frases completas y haz un uso correcto de mayúsculas y minúsculas Incluye exclusivamente datos contrastados y verídicos	No incluyas nombres de vendedores, direcciones de correo electrónico, páginas web ni información empresarial Describe únicamente el producto que está en venta de forma que el cliente tenga una idea clara de lo que va a comprar No incluyas mensajes publicitarios como "Agotado" o "Sin gastos de envío" (utiliza para ello la herramienta "Gestión de promociones")

### Buena descripción:

*El proceso de tostado dos minutos más largo de lo normal proporciona un sabor más intenso. Sabor variado que va desde la avellana a las agradables notas de madera, pasando por los aromas afrutados. Deja un saber delicado y duradero.*

*Los granos de café proceden de diversos tipos de plantas rubiáceas. Los dos tipos de plantas de café más importantes son *coffea arabica* (café arábica) y *coffea canephora* (café robusta), con un gran número de variedades. Composición del producto: 70 % Arábica & 30 % Robusta.*

**Recuerda que en la descripción no aparecen el nombre del vendedor ni la URL.**

### Envases múltiples / Cantidad del paquete (Item Package Quantity oder IPQ)

Los datos sobre los envases múltiples dan información sobre el número de unidades por paquete (IPQ) de su oferta. Asegúrate de introducir el IPQ correcto (usando el atributo "Cantidad del paquete" del fichero de carga de inventario) y de que este se muestre correctamente en la página de detalle.

Recuerda: Algunos fabricantes asignan EANs a los artículos individuales y los venden como sets (p. ej. "2 por 1"). Algunos vendedores rompen estos sets y venden los artículos individuales. Para reducir la tasa de error y la confusión de los clientes, es importante que indiques el IPQ tanto en los sets como en los artículos individuales.

Producto	Número de unidades por paquete (IPQ)	¿Por qué?
Lindt: Nostalgia - Caja de hojalata con bombones 100 g	1	El cliente recibe 100 g de bombones en una caja de hojalata.
Columela Selecto aceite de oliva español Botella de 750 ml (pack de 2)	2	El cliente recibe dos botellas de 750 ml.

Recuerda: indica en el archivo del producto el número de artículos que vendes. Esto evitará que se muestren datos contradictorios en la página de detalle del producto.

Comprueba el número de unidades incluidas en tu producto. Se utilizará un único ASIN por cada número de unidades. Si deseas ofrecer tu producto con un número diferente de unidades tendrás que utilizar otro ASIN. Los envases múltiples que incluyen artículos idénticos deben ser introducidos con el EAN del fabricante del artículo individual, y en el campo „Item Package Quantity“ se debe indicar la cantidad ofertada.

## **Imágenes del producto**

Unas fotos buenas y variadas juegan un papel fundamental en la decisión de compra. Ya que el cliente no puede tocar el artículo, es importante que pueda verlo de la forma más detallada posible. Es importante que las fotos tengan alta resolución para que se pueda utilizar la función zoom. Además es recomendable subir varias fotos con diferentes ángulos de visión o que muestren diferentes partes del artículo.

Unas fotos de calidad pueden aumentar las ventas y reducir el número de devoluciones.

Las fotos del producto deben cumplir los siguientes requisitos mínimos:

- No deben incluir texto, marcas de agua ni logos.
- El largo de las imágenes debe tener un tamaño mínimo de 500 píxeles. Función zoom disponible para fotos de al menos 1200 píxeles.
- El producto ha de ocupar el 80% - 90% de la superficie total de la foto. La foto debe representar el producto completo (no se pueden eliminar partes específicas).
- Las imágenes no deben incluir texto, bordes/marcos, logos, etiquetas, precios ni marcas de agua.
- El producto debe ser fácilmente reconocible, estar bien iluminado y encontrarse en una posición que aporte información relevante.
- El fondo de la foto principal tiene que ser blanco 100% (RGB 255,255,255, que requiere edición posterior). Se permite un ligero sombreado para destacar el producto sobre el fondo.
- El resto de imágenes pueden tener fondos de color y pueden incluir ejemplos de modo de uso. El fondo no debe distraer la atención del producto principal. Se permite el uso de texto, representaciones esquemáticas y esbozos siempre que ayuden a explicar las características del producto.
- Si el producto se ofrece en diferentes versiones (p. ej. diferentes colores), debe haber una foto para cada una de las versiones.
- Las imágenes deben tener formato JPG con modo de color RGB (el modo CMYK será rechazado por el sistema).
- No uses fotos lifestyle como foto principal. Se permite (y se recomienda) el formato lifestyle para el resto de fotos.
- No utilices marcadores de posición como "Imagen no disponible".

Buen ejemplo:



Mal ejemplo:



### Variantes del producto

Si deseas vender tu producto en diferentes versiones (p. ej. diferentes sabores o tamaños) debes crear las llamadas "product variations" (variantes del producto). Las variantes ofrecen al cliente una selección de diferentes sabores y tamaños de un producto en una misma página de detalle. Puedes crear variantes estableciendo relaciones "Padre-Hijo". Las variantes proporcionan al cliente una visión muy clara y estructurada de la compra.

Las variantes constan siempre de dos partes:

Producto padre: El "parent product" (producto padre) funciona como marcador de posición y no puede ser adquirido. Los productos padre no tienen código de barras, precio ni información sobre el tamaño. Sin embargo el producto padre sí debe tener contenido como fotos, descripción y atributos del producto. Elige un título genérico para el producto padre, sin datos de tamaño o sabor (p. ej. Mars chocolatina).



Productos hijo: El "child item" (producto hijo) es el artículo concreto que quiered vender. Cada producto hijo tiene su propio precio, disponibilidad, fotos, etc. El título del producto hijo debe incluir, además del nombre del producto padre (chocolatina Mars), los atributos específicos de cada variante (p. ej. Mars chocolatina con nueces grande). Este título proporciona al cliente información sobre lo que va a comprar. Si no incluyes los atributos de cada variante (tamaño, sabor) estos no serán visibles para el cliente al finalizar la compra.

**Creación de variantes:**

Asegúrate de utilizar la configuración adecuada en la creación de variantes. El siguiente ejemplo explica los elementos que debes tener en cuenta cuando crees variantes:

- La columna "Parentesco" (parent\_child) determina si un SKU es un producto hijo o un producto padre.
- La columna "SKU parent" (parent-sku) se utiliza solo para los productos hijo, y relaciona dicho hijo con el correspondiente Parent-SKU.
- La columna "Tipo de relación de productos" (relationship\_type) se utiliza solo para los productos hijo e indica que se debe crear un tipo de variante.
- La columna "Tema de la variante" (variation-theme) indica el tipo de variante.

El siguiente ejemplo muestra el tipo de variante "Flavor". En el fichero de carga de inventario (o Flatfile) encontrarás una lista completa de todos los posibles tipos de variante. Comprueba también que rellenas la columna con la información correspondiente (p. ej. plátano, fresa).

	A	ET	EU	EV	EW	EX	EY
1	TemplateType= FoodAn	Variation information					
2	sku	parentage	parent-sku	relationship-type	variation-theme	size	flavor
3	333-parent	parent			Flavor		
4	3331	child	333-parent	variation	Flavor		Banana
5	3332	child	333-parent	Variation	Flavor		Strawberry
6							
7							

**Uso de variantes:**

Uso de variantes únicas (Tamaño o sabor)	El producto es un artículo único que solo varía en el tamaño (p. ej. café: 0,5kg, 1 kg, 2 kg) o en el sabor (p. ej. pepitas de chocolate: chocolate con leche, chocolate negro)
Uso de dos variantes (tamaño y sabor)	El producto es un artículo único que varía tanto en tamaño como en sabor, p. ej. galletas: Vainilla - pequeño, Vainilla - grande, Chocolate - pequeño, Chocolate - grande Un mismo producto tiene diferentes sabores y tamaños Vendes el mismo producto que otro vendedor pero varían el sabor y el tamaño del producto

Se pueden crear variaciones de Size (tamaño), Flavor (sabor) y Size-Flavor (tamaño y sabor).

Ejemplo de página de detalle con variantes:



### Términos de búsqueda („SearchTerm“)

Mejora los resultados de búsqueda de tu producto incluyendo varias palabras clave. No deben ser términos que ya estén incluidos en el título, en el nombre de la marca o del fabricante, puesto que estos ya son considerados automáticamente en la búsqueda. Estas palabras clave son una muy buena forma de mejorar los resultados de tu producto en motores búsqueda externos (fuera de Amazon.es). Está prohibida la inclusión de otras marcas como términos de búsqueda.

### Guía de estructura de navegación (Browse Tree Guide) – Nodos de navegación recomendados.

La correcta clasificación del producto en el nodo de navegación (Browse Node) correspondiente juega un papel fundamental en la localización del producto. Los nodos de navegación representan la categorización de los productos de Amazon tal y como se mostrarán al cliente en la página web cuando navegue por las diferentes subcategorías.

Un nodo de navegación consta de un número unívoco de varias cifras - el browse node ID - y de una ruta de categoría, p. ej.

6347518031: Supermercado/Café, té y bebidas/Batidos de frutas

A través del nodo de navegación (browse node ID) su producto queda perfectamente definido. Estos números representan la base para la clasificación de los productos tanto en la navegación como en la búsqueda de artículos en Amazon.es. Dada la gran variedad de productos ofertados en Amazon, la asignación unívoca de tus artículos al browse node ID adecuado es un factor fundamental para que el cliente encuentre tus productos en la categoría correspondiente.

Todas las subcategorías de la categoría Alimentación se encuentran [aquí](#) (la guía de estructura de navegación también es descargable en [esta página de ayuda de Seller Central](#)).

1) Localiza la ruta del árbol que más se ajuste a su producto (Ejemplo: Supermercado/Café, té y bebidas/Batidos de frutas). Tu producto aparecerá automáticamente en los nodos de navegación de categorías superiores. En este

caso, en los nodos Supermercado/Café, té y bebidas", así como en Supermercado/Café, té y bebidas/Batidos de frutas).

Elije el nodo más preciso posible. No utilices los nodos grises de los directorios superiores - estos se utilizan únicamente para mejorar la visualización general.

2) En el fichero de carga de inventario (o Flat File), asigna a tu producto el número correspondiente del directorio (nodo de navegación). Indica el nodo de navegación más preciso posible. Para " Supermercado/Café, té y bebidas/Batidos de frutas " incluye el browse node ID 6347518031.

Si incluyes en estos nodos productos de otras categorías, tu oferta podría ser eliminada.

#### **Aviso legal en tu cuenta de vendedor:**

Recuerda que, de conformidad con los términos y condiciones, debes añadir un Aviso Legal y unos datos de contacto tu configuración de vendedor y asegurarte de incluir todos los datos requeridos legalmente como la forma jurídica de la sociedad, dirección, forma de contacto directa (p. ej. teléfono/fax), número de registro y representantes legales. Consulta con un asesor legal externo, si tiene dudas sobre la información que debes facilitar. Puedes guardar el aviso legal en Configuración> Información y políticas) > Acerca del Vendedor.

**Recuerda que eres el único responsable de asegurar que tus ofertas cumplen los requisitos legales. Amazon no puede asesorarte en asuntos legales. Si tienes dudas sobre la información de producto que debes facilitar o sobre la normativa legal, te recomendamos que recurras a un asesor externo.**