

Esta guía de publicación te ayudará a ofrecer tus productos de una forma efectiva y a maximizar el volumen de ventas.

El éxito de venta en Amazon.es depende fundamentalmente de la **calidad** de la información ofrecida sobre los productos. La página de detalle del producto ha de reemplazar al **asesoramiento personal, inexistente en el E-Commerce**. Las ofertas con información correcta y detallada, y con títulos y fotos consistentes, son más fácilmente encontradas por los clientes, y representan un **mayor número de compras** y un **menor número de devoluciones**.

Una información completa sobre el producto hace que las páginas de detalle sean encontradas por 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.

En [Seller Central](#) encontrarás información adicional sobre este tema en las páginas de ayuda siguientes:

- [Guías de publicación](#)
- [Guía de estructura de navegación](#)
- [Ficheros de carga de inventario](#)

Restricciones de la categoría Bebidas Alcohólicas:

Ten en cuenta que para la categoría Bebidas Alcohólicas (tipos de producto "VINOS", "LICORES" Y "CERVEZA") existen requisitos de admisión. Si aún no has solicitado la autorización de venta para esta categoría, contacta con el [Servicio de Atención al Vendedor](#). Uno de los requisitos para la venta en esta categoría es el cumplimiento de estas normas y la aceptación de que Amazon ofrezca a sus clientes la mejor experiencia de compra posible.

Información importante: Estás obligado a garantizar que los productos con edad mínima de consumo (como las bebidas de alta graduación) no serán vendidos a personas por debajo de dicha edad. Recurre a un asesor legal si tienes dudas sobre las normas que, como vendedor, has de cumplir para publicar tus ofertas en Amazon.es.

Contenido

A.	Título
1.	Requisitos del título del producto
2.	Estructura del título
3.	Ejemplos de buenos y malos títulos

B.	Fotos del producto
1.	Requisitos mínimos
2.	Distintos tipos de fotos de producto
3.	Ejemplos de fotos buenas y malas

C.	Información detallada
1.	Reglas más importantes para una localización y una calidad de los datos óptimas
2.	Bullet Points – Características principales del producto
3.	Descripción del producto
4.	Envases múltiples / Cantidad del paquete (Item Package Quantity oder IPQ)
4.	Características específicas de los tipos de producto Vino / Bebidas de alta graduación
5.	Precio base
6.	Marca/Fabricante
7.	Identificación del nodo de navegación correcto
8.	Filtros de navegación o Refinements
9.	Variantes
10.	Términos de búsqueda
11.	Aviso legal en su cuenta de vendedor

A. Título

Un buen título hará que el cliente gane confianza en tí como vendedor.

El título del producto es la primera impresión que obtiene el cliente de tu producto y una oportunidad de convencerlo de tu profesionalidad y calidad como vendedor. Utiliza **títulos concisos, informativos y precisos** que se ajusten a la sintaxis recomendada por Amazon (ver punto 2. Estructura del título).

Recuerda que en Amazon, solo puede haber una página de detalle por producto, incluso cuando varios vendedores insertan una oferta para dicho producto. Por eso los títulos y las descripciones del producto nunca deben incluir información que haga referencia a un vendedor específico. El incumplimiento de este principio puede hacer que tu producto deje de ser visible en esta categoría.

1. Requisitos del título del producto

✓ Correcto

- ✓ Cuando más cortó mejor: Cíñete a las características que hacen que el producto destaque sobre los demás. Máximo 80 caracteres.
- ✓ Haz un uso correcto de mayúsculas y minúsculas.
- ✓ Escribe los números con cifras ("2" en vez de "dos").
- ✓ El título debe estar escrito en español. Indica la marca o el fabricante respetando las normas de ortografía.
- ✓ Si quieres ofrecer un conjunto de productos, indica el número de artículos en el título.
- ✓ Formato de mililitros o gramos: "Número – Espacio – Unidad", p. ej. 0.5 l; Utiliza las abreviaturas comunes para las unidades: Mililitro = ml, Gramo = g, Litro = l, Miligramo = mg.

✗ Incorrecto

- ✗ Únicamente minúsculas o mayúsculas y numerales.
- ✗ Títulos demasiado largos o palabras de búsqueda en el título.
- ✗ Precios en el título.
- ✗ Uso de símbolos en el título como: !, ?, *, € o comillas "..."
- ✗ Comentarios subjetivos o con fines publicitarios como "Oferta especial", "Bestseller", "Sin gastos de envío" etc.
- ✗ No utilices tu nombre de vendedor para marcas o fabricantes, a no ser que tu nombre de vendedor sea la marca comercial correspondiente.
- ✗ Uso de etiquetas HTML o caracteres especiales, que no aparecen en teclados estándar (p. ej. ®, ©, ™, etc.).

2. Estructura del título

El **formato de título** en Amazon para la categoría Bebidas Alcohólicas es el siguiente:

En el caso de vino, champán, etc., los elementos que se han de incluir, siempre que estén disponibles, son:

[Marca/Bodega] + [Nombre del producto] + [Composición / Variedad de uva] + [Cosecha] + [Dulzor] + ([Número de botellas] "x" [Volumen neto del producto (en l)])

Ejemplos de títulos de producto:

"Langmeil Valley Floor Shiraz 2012 seco (6 x 0.75 l)"

"Rotwild Dornfelder 2013 seco (1 x 0.75 l)"

"Peter Mertes Set de vino Alemania Bio (6 x 0.75 l)"

"Moët & Chandon Impérial Pinot Noir seco (1 x 0.75 l)"

Caso especial: No incluyas información de cosecha ni de sabor en los packs con productos diferentes. No incluyas la composición o escribas "Vino base". Si todas las botellas son de la misma cosecha y tienen el mismo sabor, sí puedes incluir esta información en el título.

En el caso de licores, cerveza, etc., los elementos que se han de incluir, siempre que estén disponibles, son:

[Marca] + [Nombre del producto] + [Tipo de alcohol] + ([Número de botellas] "x" [Volumen neto del producto (en l)])

Ejemplos de títulos de producto:

„Lagavulin Single Malt Whisky (1 x 0.7 l)"

"Becks Gold Pils (6 x 0.33 l)"

“Frangelico Licor de Avellana (1 x 0.7 l)”

3. Ejemplos de buenos y malos títulos

✓ Títulos buenos

- ✓ Somersby Cider Apple (1 x 0.33 l)
- ✓ Kalea Caja de cerveza “12 variedades” (12 x 0.33 l)
- ✓ Crystal Head Vodka (1 x 0.7 l)
- ✓ Stony Cape Chardonnay 2013 seco (1 x 3 l)
- ✓ Feinkost Käfer Set de vino „Europa“ Vino base (6 x 0.75 l)

✗ Títulos malos

- ✗ Kalea Bierbox – caja metálica de alta calidad con 12 variedades de cerveza escogida.
- ✗ Antitoxin Absenta 0,5 ltr. – Botella de calavera – Skullbottle – Botella de calavera – Skull Bottle
- ✗ Promoción 5+1 Terre Allgre Sangiovese Puglia IGT, ¡6 botellas al precio de 5!
- ✗ 2013 Doppio Passo Primitivo

B. Fotos del producto

Unas fotos nítidas y representativas que dejen reconocer claramente el producto ofertado juegan un papel fundamental en la venta, así como en la decisión de compra. 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 producto. Las fotos del producto no deben incluir texto, marcas de agua ni logos.

1. Requisitos mínimos:

- 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).
- El producto debe ser fácilmente reconocible, estar bien iluminado y encontrarse en una posición que aporte información relevante. Por norma general el cliente adquiere todo lo que se muestra en la foto:
 - Si en la descripción se oferta una botella, la imagen debe incluir únicamente una botella.
 - Si el producto se oferta, por ejemplo, en un pack de 6, la imagen debe incluir 6 botellas una junto a otra (no separadas).
- Las imágenes no deben incluir texto, borders/marcos, logos, etiquetas, precios ni marcas de agua.
- 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 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 sabores), 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".

2. Distintos tipos de fotos de producto:

En el catálogo de Amazon se pueden mostrar varias fotos por cada producto. Las fotos principales de los parent ASINs (= producto genérico) y de los child ASINs (las diferentes versiones del producto) es lo mínimo que debes incluir. Te recomendamos facilitar fotos con la mayor resolución posible para informar mejor al cliente y para favorecer la decisión de compra.

Foto principal del parent ASIN: Debes facilitar una foto de parent ASIN que muestre el producto que deseas ofertar.

Foto principal del child ASIN: Cada child ASIN debe incluir una foto principal que represente el tamaño o el sabor correspondiente. Debes facilitar una foto principal para cada versión en la que deseas vender el producto.

Fotos alternativas: Estas fotos muestran diferentes vistas del producto para una mejor representación de la parte posterior de la botella, envoltorios de regalo o sugerencias de presentación. Puedes facilitar hasta 8 fotos alternativas por parent ASIN y por child ASIN.

3. Ejemplos de fotos buenas y malas

✓ Buenas fotos principales



✗ Malas fotos principales





- ✓ Imágenes nítidas y de buena calidad del producto; si procede, con envoltorio de regalo.
- ✓ Fondo blanco sin sombreado.
- ✓ Imágenes de sets con todos los productos incluidos en la entrega.

- ✗ Fondos de color o con marcos.
- ✗ Más de un único producto, baja resolución, mala calidad.
- ✗ Envase no identificable.
- ✗ Fotos poco claras o con representación muy pequeña del producto.
- ✗ Elementos perturbadores / Texto "Set de cervezas premium".

C. Información detallada

Los productos con información correcta, detallada y comprensible son más fácilmente encontrados por los clientes y, por lo tanto, vendidos con más frecuencia.

Además de buenos títulos y buenas fotos de producto, tu éxito de venta en Amazon.es depende también de la calidad de la información proporcionada.

1. Reglas más importantes para una localización y una calidad de los datos óptimas

- Los clientes encontrarán rápida y fácilmente tus productos si estos incluyen descripciones detalladas y datos completos.
- Las descripciones de producto buenas y detalladas pueden aumentar las ventas y ayudar a reducir el número de devoluciones. Utiliza únicamente datos oficiales del fabricante. Crea una descripción de producto lo más individualizada posible: la descripción debe sustituir al clásico asesoramiento y aumentar la probabilidad de aparecer en los motores de búsqueda.
- Asigna siempre a sus productos un Browse Node ID (o nodo de navegación) concreto (el nodo más específico posible), para facilitar la localización del producto en las búsquedas y en el uso de filtros.
- Los términos de búsqueda facilitan la localización de tu producto, también cuando se introducen sinónimos. Debajo, encontrarás algunos consejos para incorporar buenos términos de búsqueda:
 - ✓ Utiliza palabras clave relevantes. No se permiten palabras inadecuadas que despiquen a los compradores.
 - ✓ Puedes utilizar una grafía diferente o sinónimos. P. ej.: TV para televisión.
 - ✓ Escríbelo siguiendo un orden lógico. P. ej.: libros de cuentos para niños, y no libros para niños de cuentos.
 - ✓ Utiliza el menor número posible de abreviaturas.
 - ✓ No utilices de nuevo palabras del título.
 - ✓ No utilices comillas ni comas.

- ✓ No introduzcas faltas de ortografía (nosotros también lo corregimos).
- ✓ No utilices variaciones simples. P. ej.: guante y guantes.
- ✓ Prueba y cambia tus palabras clave si es necesario.
- ✓ Google Trends ofrece sugerencias de palabras clave populares en la web.

2. Bullet points – Características principales del producto

- ❑ Los bullet points del producto en la página de detalle proporcionan al cliente información adicional sobre tu producto y pueden ser decisivos en la decisión de compra.
- ❑ Recuerda que la información en este apartado ha de ser breve y precisa. En la descripción del producto podrás incluir descripciones más extensas y detalladas.
- ❑ Indica las cinco características más relevantes de tu producto.
- ❑ 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, de la siguiente forma: Mililitros: ml
- ❑ Evita signos de puntuación como guiones, símbolos, puntos y signos de exclamación.
- ❑ No incluyas información vaga o imprecisa; explica las características del producto de la forma más descriptiva posible
- ❑ No incluyas información publicitaria ni relativa a los precios. Está prohibido dar información empresarial o sobre el envío. La información de Amazon ya incluye estos datos.
- ❑ **En el caso del vino** cíñete, en la medida de lo posible, a la siguiente estructura:
 - Descripción del vino: Repite aquí el contenido del atributo „ product_description “
 - País de procedencia + Región + Subregión: Repite el contenido de los atributos „country_string“, „region_of_origin“ y/o „subregion_of_origin“
 - Otros buenos bullet points son: Distinciones, tipo de cierre, temperatura de consumo, ocasión, maridaje, o similar.

✓ **Bullet points buenos - VINO**

- ✓ Descripción del vino: vino afrutado y de aroma intenso con delicadas notas de madera
- ✓ Para acompañar platos de carne, caza y queso curado
- ✓ Procedencia: Italia > Apulia
- ✓ Temperatura de consumo: 16-18°C
- ✓ Tipo de cierre: Corcho natural

✗ **Bullet points malos - VINO**

- ✗ ¡6 botellas de vino a un precio extraordinario!
- ✗ ¡Para todos los gustos!
- ✗ 6 variedades de uva europea, entre ellas las más conocidas.

✓ **Bullet points buenos - CERVEZA**

- ✓ Caja de cerveza con diseño retro, con 12 variedades de cerveza y nota de cata
- ✓ Edición limitada, caja reutilizable
- ✓ Producto del año según la revista especializada Regal (2012)

✗ **Bullet points malos - CERVEZA**

- ✗ Cervezas internacionales
- ✗ Pack de cerveza
- ✗ Si el artículo no estuviera disponible durante un corto período de tiempo, nos reservamos el derecho a sustituir el artículo por otro de calidad igual o superior.
- ✗ La original

✓ **Bullet points buenos - BEBIDAS ESPIRITUOSAS**

- ✓ Descripción: Excelente ron de 12 años envejecido en barrica de roble
- ✓ Distinciones
- ✓ Color: Ámbar oscuro

✗ **Bullet points malos - BEBIDAS ESPIRITUOSAS**

- ✗ Whisky de EEUU
- ✗ Whiskey de Tennessee

3. Descripción del producto

La descripción del producto permite dar una descripción detallada del producto ofertado en formato texto y reemplazar así el asesoramiento personal. Aquí puedes incluir datos sobre el fabricante o la marca, así como información sobre el proceso de producción.

En el caso del vino utiliza la descripción sobre todo para dar información sobre la bodega. Podrás describir otras características como descripción del sabor, maridaje etc. en los highlights y demás atributos.

✓ **Correcto**

- ✓ Utiliza este campo para describir el producto de forma más detallada y para resaltar las características que hacen que destaque sobre los demás.
- ✓ Describe las características exclusivas del producto
- ✓ Escribe frases completas y no solo una descripción esquemática por puntos.

✗ **Incorrecto**

- ✗ No dejes el campo en blanco, estarás perdiendo la oportunidad de convencer al cliente
- ✗ No incluyas información específica del distribuidor o de la oferta (p. ej. precio o envío), ya que se muestra la misma descripción de producto para todos los vendedores. Incluye solo información que sea válida de forma general.

4. 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?
Ramón Bilbao Vino Alta Crianza - 6 botellas x 750 ml - Total: 4500 ml	6	El cliente recibe 1 caja de 6 botellas de 750 ml
Vino Pata Negra - Vino Tinto, Botella Reserva, paquete de 3 Botellas (3x 0,75 L)	3	El cliente recibe 1 caja de 3 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.

5. Características específicas de los tipos de producto Vino / Bebidas de alta graduación / Cerveza

Esta información hace que tu oferta sea completa y detallada y se muestra en un cuadro independiente en la página de detalle de producto, p. ej.

Contenido de alcohol	13 %
Premios	Gold Medal Mundus Vini
Descripción del cuerpo	Bianco
Marca	Protos
País de origen	Spain
Número de unidades en el paquete	1
Peso	1.3 kilogramos
Volumen de líquidos	750 ml
Fabricante	BODEGAS PROTOS S.L.
Número de productos	1
Región de producción	Castilla y León
Recomendaciones de preparación	Servir entre 8 y 10 grados
Instrucciones de almacenaje	Guardar en posición horizontal en lugar fresco y con humedad superior al 70% Prevenir de la luz del sol
Cosecha	2015
Tipo de uva	100%

En las características específicas de la categoría del producto recomendamos incluir información sobre:

- Graduación alcohólica** (alcohol_content): Indica el contenido de alcohol de su producto (en porcentaje de volumen)
- Cosecha** (vintage): Indica el año de elaboración del vino. Para los vinos con cosecha desconocida, elije "N/A", para el resto de casos utiliza el formato: YYYY, ejemplo: 2005. El cliente puede utilizar este campo para afinar la búsqueda. Las cosechas de los ASINs existentes no pueden ser modificadas, ya que para cada cosecha se crea un único ASIN (incluso aunque el EAN permanezca inalterado). Para cada nueva cosecha del vino se debe incluir también un nuevo SKU en el inventario.
- Composición por variedades de uva** (varietal_composition): Describe la composición por variedades de uva de su vino. Ejemplo: „40% Merlot, 30% Syrah, 30% Cabernet“
- Variedad principal** (varietal_designation): En caso de mezclas (vino base) indica la variedad de uva principal utilizada en la producción del vino. Ejemplo: „80% Merlot, 20% Syrah“ significa que la variedad de uva principal es Merlot. Si no hay una variedad principal evidente (más del 80%), elija Vino base como variedad principal.
- Nota de cata** (taste_description): Describe el sabor del vino con una frase.
- short_product_description**: Elije de una a tres palabras que describan el sabor o el aroma.
- País, región, zona de procedencia** (country_string; region_of_origin and subregion_of_origin): Estos campos describen la procedencia del vino. Elije el valor más adecuado.
Ejemplo: country_string: Australia, region_of_origin: South Australia, subregion_of_origin: Riverland
- Sugerencia de presentación** (serving_recommendation): Ejemplo: Servir a temperatura ambiente.
- Denominación** (designation): Elije el valor más adecuado de los que aparecen en el Flat File.
Ejemplo: Merlot
- Contenido de la botella** (size_name): Indica el contenido por botella, p.ej. „0.75 l“
- Tipo de whisky** (alcohol_type): Elije uno de los valores de la lista, para describir el tipo de whisky. Ejemplos: Blended Whisky, Bourbon Whisky, Grain - Rye - Corn Whisky, Single Malt Whisky, Vatted Malt Whisky

6. Precio base

Este dato proporciona al cliente información sobre el precio base de cada producto. El precio por litro se muestra en la página de detalle. Facilita la siguiente información:

Ejemplo: Alhambra Reserva 1925 – Pack Cerveza Alhambra Reserva x4 Botella 1/3; Precio: 4,01 €

En el fichero de carga de inventario (o Flat File): Volumen (item_display_volume): 4 x 0.33 l = **1.32**

En el fichero de carga de inventario (o Flat File): Unidad de medida del volumen de venta (item_display_volume_unit_of_measure): **litro**

El precio base es calculado automáticamente por el sistema. En este caso el valor sería 3,04 € / litro. Vista en la página de detalle:



7. Marca / Fabricante

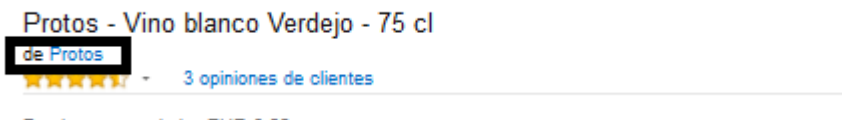
La marca se tiene en cuenta no solo en la búsqueda en Amazon, sino también en motores de búsqueda externos, y los clientes pueden filtrar los resultados de búsqueda por marcas.

Indique siempre una marca y compruebe que ha escrito el nombre correctamente. Para productos sin marca utilice "Desconocida" y no su nombre de vendedor.

Si una bodega no dispone de marca registrada, puede incluir el nombre de la bodega.

Definición marca (Brand): Marca del producto. Se muestra en la página de detalle del producto y se utiliza para una óptima categorización.

Definición fabricante (Manufacturer): Fabricante del producto, que normalmente coincide con la marca. Se muestra en la página de detalle del producto y se utiliza para una óptima categorización. En el caso del vino indique el nombre de la empresa vinícola.



8. Identificación del nodo de navegación correcto

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 muestran a los clientes en la página web. Un nodo de navegación consta de un número unívoco de varias cifras - el browse node ID - y de una ruta de categoría, p. ej.

ID: 6347816031; Ruta: Supermercado/Cervezas, vinos y licores/Vinos/Vinos tintos

A través del 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 sus artículos al browse node ID adecuado, es un factor fundamental para que el cliente encuentre sus productos en la categoría correspondiente. Indica siempre un ID único, para ello elige siempre el término más preciso y riguroso (escrito en negro), nunca los nodos de navegación de una categoría superior (escritos en gris). Se trata de un requisito fundamental para poder utilizar otras opciones de filtrado en la navegación (Refinements, ver capítulo 8).

En la guía de estructura de navegación o Browse Tree Guide (BTG) ([descargable en esta página de ayuda](#)), encontrarás todas las subcategorías disponibles para la categoría Bebidas Alcohólicas.

9. Filtros de navegación o Refinements

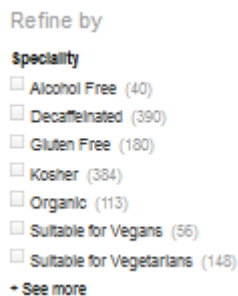
Los filtros de navegación o Refinements son **opciones adicionales de filtrado** dentro de nodos de búsqueda específicos que el cliente puede ver en la columna de la izquierda de la página de resultado de su búsqueda. Sirven para limitar y especificar de forma más precisa la selección del artículo.

Cuanto más en detalle navegue el cliente en la estructura de la categoría, más específicos serán los Refinements. Si el cliente ha utilizado un Refinement, el producto aparecerá solo si esta información fue añadida en la plantilla de inventario (Fichero de

carga de inventario o Flat File). Según el tipo de artículo habrá que rellenar unos u otros campos del Flat File. Encontrarás información sobre los filtros de navegación o Refinements disponibles para cada nodo de búsqueda en la guía de estructura de navegación (o BTG) [aquí](#).

Además de las opciones de filtrado, estos datos aparecen a menudo reflejados en la página de detalle para que el cliente obtenga más información del artículo y para influir positivamente en la conversión.

Ejemplos de opciones de filtrado para vinos en Amazon.co.uk: características especiales (con valores válidos como "sin Gluten" etc.)*



10. Variantes

Las variantes son una parte fundamental en la publicación de tus ofertas en Amazon. Las variantes son artículos específicos (child ASIN) que están relacionados con un mismo producto de nivel jerárquico superior (parent ASIN).

No ofrezcas el producto de nivel superior para la venta en Amazon, aunque este represente una parte de su producto. El catálogo de Amazon utiliza el producto del nivel superior como base para relacionar otros productos entre sí. Las variantes se crean al insertar el producto.

Un producto del nivel jerárquico inferior es un artículo específico, p. ej. Una botella de vino con un tamaño determinado. Puede tener un gran número de productos específicos, todos ellos relacionados con el mismo producto del nivel jerárquico inmediatamente superior. Cada producto específico se diferencia de alguna forma de los otros, p. ej. En el tamaño (0,5 l, 0,75 l, 1 l, o "1 botella, "3 botellas", "6 botellas", etc.).

En el campo Parentesco (Parent Child) podrás definir de qué producto se trata (principal o hijo). En los productos específicos (Child ASIN) debe quedar definido a través del campo Tema de la variante (Variation Theme), por ejemplo, que se trata de una variación de tamaño (Talla-Tamaño). Para Bebidas Alcohólicas existen las siguientes variantes (variation_theme):

- Sabor (flavor_name):** Los productos específicos se diferencian en el sabor (fresa, limón etc.)
- Talla-tamaño (SizeName):** Los productos específicos se diferencian en la capacidad de la botella (e.g. 0.25 l, 0.75 l, 1.5 l)
- Sabor y contenido de la botella (Flavor-Size):** Los productos específicos se diferencian en el sabor y en el tamaño de la botella (p. ej. wild berry 0.5 l, wild berry 1.0 l, lemon 0.5 l, lemon 1 l etc.)
- Número de botellas (number_of_items):** Los productos específicos se diferencian en el número de envases (p. ej. 1 botella, 3 botellas, 6 botellas, 12 botellas)
- Nombre del estilo (style_name):** Los productos específicos se diferencian en otras características (p. ej. Moderno.)
- Cosecha (vintage):** Los productos específicos se diferencian en el año de cosecha (p. ej. 2013, 2012, 2010 etc.)
- Cosecha y número de botellas (vintage-number_of_items):** Los productos específicos se diferencian en el año de cosecha y en el número de botellas (p. ej. 1 botella 2013, 3 botellas 2013, 1 botella 2014, 3 botellas 2014, etc.)

11. Términos de búsqueda

El título y unos filtros bien definidos no bastan para poner de relieve todas las características de tu producto. Estas se tendrán que incluir como términos de búsqueda (tal y como lo comentamos en la página 5 y 6). El título y los bullet points aparecen en los resultados de búsqueda, por lo que no es necesario repetirlos en los términos de búsqueda. No se pueden incluir términos de búsqueda en el título.

✓ Correcto

- ✓ Utiliza todos los campos disponibles, si es posible con un máximo de 50 caracteres por campo

✗ Incorrecto

- ✗ Repetición de la marca o de elementos del título (estos ya se introducen de forma automática en la búsqueda)

- ✓ Separa los términos simples con comas y los compuestos con un espacio en blanco (p. ej. Especial Navidad)
- ✓ Utiliza nombres o definiciones que describan su producto y aún no estén en el título ni en los bullet points
- ✓ Información detallada sobre proceso de maduración, destilación, métodos de fabricación, etc.
- ✓ Detalles del producto
- ✓ Fechas especiales como Navidad, Oktoberfest, etc.
- ✓ Utiliza términos de búsqueda para las variantes del producto
- ✓ Sinónimos
- ✗ Errores de escritura o plurales como términos de búsqueda: (nuestros programas de búsqueda encuentran estos términos)
- ✗ Adjetivos con matices subjetivos como “único”, “inolvidable”, etc.
- ✗ Términos demasiado amplios o genéricos, p. ej. cerveza, vino, etc.
- ✗ Su nombre de vendedor.
- ✗ Inclusión de atributos erróneos o confusos, así como de marcas de la competencia, lo que puede tener como consecuencia la suspensión de su cuenta.

12. 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 en 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 tienes 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.

**Los filtros de navegación no están siempre activos en los locales. Aun así, recomendamos rellenar los atributos indicados en la guía de estructura de navegación como usados para filtros de navegación (o refinements).*