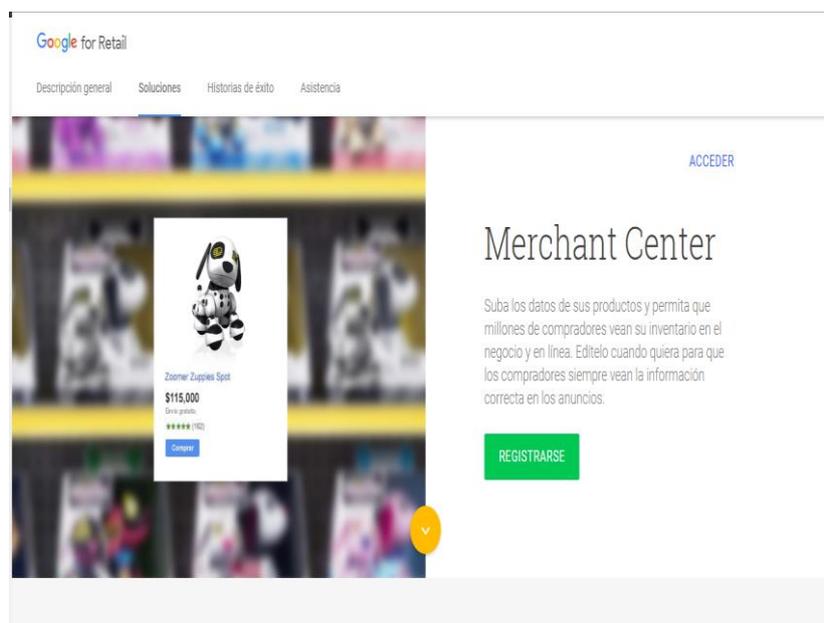


Los detalles técnicos en Google Merchant Center

Este tema es técnico, así que, vamos desmenuzando temas como el feed de productos y otros detalles que son vitales si has llegado al punto de usar Merchant Center.



Una búsqueda en Google te llevará a la página de registro, después de ingresar datos simples como el país donde se encuentra nuestro negocio, determinamos datos tan simples como el nombre y los números de contacto de las personas encargadas del área técnica y el área comercial, también se requieren emails y números de celular, aunque Google no los haga visible, si que los usará para ofrecer información pertinente sobre cada tema.

Por otro lado, un tip, si tienes varios negocios en diversos países o el mismo con varias sedes en diversos países, debes crear cuentas por separado por país, pues el dato país es un campo que no podrás cambiar y por lo mismo, no podrás crear algunos feeds o usar algunas características.

Así que se debe configurar y posteriormente entregar permisos, autorizando la cuenta de Google Ads, para enviar feeds desde diferentes cuentas y el asunto queda arreglado.

Google Merchant Center edison.monsalve@gmail.com

Acerca de su negocio ¿Dónde se encuentra su negocio?

Columbia

¿Cómo se llama su tienda?

¿Cuál es su sitio web?

Mi sitio contiene productos para adultos según se definen en la [política de Google](#)

Cómo ponerse en contacto

Enviar actualizaciones con consejos y prácticas recomendadas

Enviar oportunidades para evaluar nuevas funciones y participar en encuestas de Google

Reciba encuestas ocasionales y oportunidades de evaluación para ayudarnos a perfeccionar las funciones de Merchant Center. Sus comentarios nos permiten identificar los puntos fuertes del servicio y las características que podemos mejorar.

Añadir otro contacto para la atención al cliente opcional

[Continuar](#)

Después de la típica “lectura y aceptación de las políticas y condiciones de Google” llegamos al primer momento técnico, verificar y reclamar la URL de la tienda, si recuerdas la instalación del pixel de seguimiento, pues es muy parecido el proceso, Google te entregará un código que debes insertar en tu página web y listo, podrás usar este dominio en tu feed de productos.

Google Merchant Center edison.monsalve@gmail.com

Sitio web

Para ver sus productos en Google, debe confirmar que es el propietario de la URL del sitio web y reclamarla en esta cuenta de Merchant Center. [Más información](#)

Asegúrese de que es el propietario de la URL que desea utilizar en esta cuenta de Merchant Center. A continuación le explicamos por qué es importante:

- Usted o su contacto del servicio técnico deberán poder realizar modificaciones en el código del sitio web.
- Si otra persona utiliza esta URL o este dominio en otra cuenta de Merchant Center, es posible que usted pierda la titularidad.

Si no puede realizar este paso ahora, puede hacerlo más adelante en la página "Información de la empresa" de su cuenta de Merchant Center. [Consulte las instrucciones.](#)

URL de sitio web

<http://morpheus-co.blogspot.com>

✓ Verificado

✓ Reclamado

[Finalizar](#) [Saltar](#)

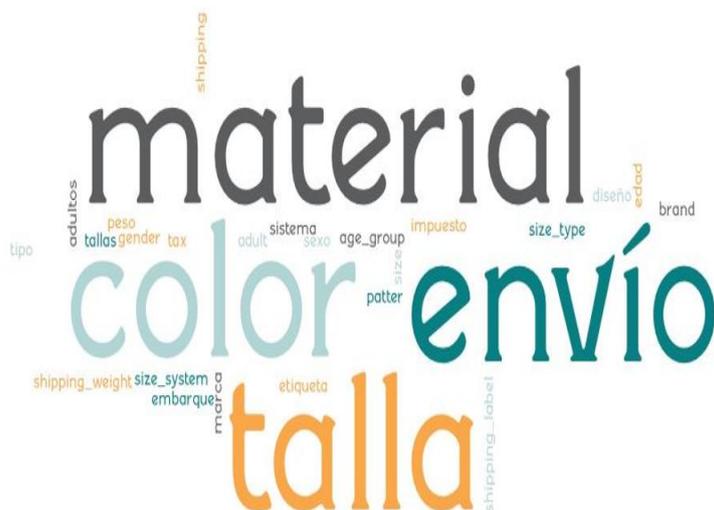
El feed y los campos obligatorios

Un feed no es más que un archivo o una secuencia de datos, la tecnología es indiferente, podría ser un archivo plano, uno separado por comas, un archivo de hoja de cálculo, incluso una hoja de cálculo de Google drive, un archivo XML, un json, etc. El punto es que tenemos que informarle a Google, mediante datos estructurados qué productos tenemos y qué características tienen.

Como suele ser común en las bases de datos, cada producto tendrá unos campos que ayudan a determinar que un producto es diferente de otro, así que debes tener en tu estructura algunos de estos campos que Google denomina, obligatorios.

- **Id – o identificador [id]:** El id podría ser el SKU o ISBN. Si un producto viene en dos colores, necesariamente tendrá dos id, igual con marcas, peso, tallas, etc.
- **Título [title]:** El título es el nombre del producto y se recomienda incluir características clave del producto como “control ps3 negro inalámbrico”.
- **Descripción [description]:** La descripción debería tener datos adicionales como los componentes y también elementos clave como “incluye baterías”.
- **Estado [condition]:** El estado ¿está recién fabricado o es usado? ¿podemos usar nuevo [new], reacondicionado [refurbished] o usado [used].
- **Precio [price]:** El precio debe ser exactamente igual al que tienes publicado en la URL del producto, salvo que sea menor por efecto de promociones, también debe estar en la moneda local del país donde ofrecerás el feed, ejemplo: US \$ 10 o COP \$10 – si estamos en EE. UU o si es para Colombia respectivamente, la tabla de códigos de precios para países la puedes conseguir en la ayuda de Merchant Center.
- **Disponibilidad [availability]:** En la disponibilidad podríamos tenerlo configurado como: pedido anticipado (pre compra, por ejemplo), en stock [in stock] y agotado. En este punto es importante aclarar que, si se te agota un producto, no tienes que eliminarlo del feed, una vez que vuelva a estar disponible, modificas tu feed y el anuncio lo volverá a mostrar.
- **Enlace [link]:** En los enlaces de imágenes e imágenes de link debemos ser sumamente cuidadosos, sobra decir que no tiene sentido enviar a la URL de inicio de nuestro ecommerce, debe ser directamente a la URL del producto y estar a muy pocos clics del proceso de compra, si tenemos varias imágenes podrás determinar la URL principal y posteriormente insertar URLs auxiliares para las imágenes. Otro detalle importante es que se registra la URL del negocio en el dominio principal y por herencia, los productos lo podrán usar, por ejemplo, si tenemos una URL para un producto, www.ejemplo.com/producto2 y una URL para una imagen como www.imagenes.ejemplo.com/productos cuando registraste la URL www.ejemplo.com automáticamente determinaste que todo ese dominio superior estaría sujeto a Google Merchant Center.
- **Enlace de imagen [image link]:** asegúrate de tener imágenes excelentes, sin marcas de agua, de fondo blanco, nada es más frustrante que no poder anunciar un producto porque Google nos devolvió la foto.

Atributos recomendados



Evidentemente son campos no obligatorios, pero que ayudarán a tener una mejor semántica de tu producto, dicho de otra manera, entre más información tenga Google de tu producto, más posibilidades hay de mostrarlo.

Estos son los campos:

- Marca [brand]
- Color [color]
- Sexo [gender]
- Edad [age_group]
- Material [material]
- Talla [size]
- Tipo de talla [size_type]
- Impuesto [tax]
- Sistema de tallas [size_system]
- Envío [shipping]
- Peso de embarque [shipping_weight]
- Etiqueta de envío [shipping_label]
- Adultos [adult]
- Diseño [pattern]

Existen más campos y estos variarán mucho a medida en que insertas información, pues Google irá categorizando y en consecuencia entregando más campos opciones, por ejemplo: si usas el campo Categoría en Google Product – [Google_product_category], semánticamente mostrará también este producto cuando la categoría sea similar.

Recuerda que la taxonomía de productos también lo puedes descargar de Google Merchant Center y contiene miles de categorías de productos.

Ejemplo, digamos que vas a vender un wearable, un sombrero que te da la hora en la visera, deberías seleccionar la categoría que mejor se acerque a la razón principal del producto.

Entre: **Ropa y accesorios > Joyería > Relojes y Ropa y accesorios > Complementos > Gorros**, deberías seleccionar gorros.

Existe la posibilidad de usar un campo llamado **[identifier exist]** – y declararlo FALSE, es decir, podemos indicar que no existe identificador para el producto.

Otro campo interesante es el de destino excluido **[excluded_destination]** y fecha de caducidad **[expiration_date]** pues podemos excluir países o zonas donde no vayamos a vender este producto, bien por razones legales, de franquicia, etc. Y fecha de expiración pues es claro que es para productos perecederos. Un detalle interesante es que, si no se incluye una fecha de expiración, se asume que expirarán en 30 días, que coincide con el tiempo mínimo en que se debe actualizar un feed o producto.

Otros datos para tener en cuenta

Dentro de la información que debe tener nuestro sitio web y que podría dañar nuestra reputación o manejo de la cuenta de Google Merchant Center si no la manejamos correctamente es:

- **Información de contacto exacta:** Google desea que los clientes tengan a donde comunicarse en caso de algún problema
- **Proceso de pago seguro:** Debes usar una pasarela de pago seguro, servidor SSL con certificado de seguridad.
- **Política de devoluciones y términos y condiciones de la facturación:** Debes tener esta información publicada en tu web.
- **Proceso de pago completo:** Incluye carrito de compras, poder adicionar y quitar productos y pasar a caja para facturar.

El archivo y la fuente

Hemos dicho que podría ser actualizado manualmente, de manera semi automática – por ejemplo, que lo genere el ecommerce y nosotros lo subimos por ftp o sftp o incluso automático 100% - porque el ecommerce se comunique directamente con Google Merchant Center.

Los procesos semi automáticos y automáticos dependerán muchísimo de la tecnología que uses en tu ecommerce o Administrador de Contenidos CMS, es en verdad un tema técnico a trabajar con tu experto temático.

Pero el manual es incluso más fácil de lo esperado, en el proceso Google te ayudará incluso a crear datos con una plantilla parecida a la siguiente:

Google Merchant Center feed - Test shopping

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Complementos Ayuda Guardando...

100% Arial 10 B I U A

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	id	título	descripción	enlace	estado	precio	disponibilidad	enlace imagen	gfm	mpn	marca	cat	cat	cat
2	123	Ebook de prueba 1	Ebook de prueba del feed 1	http://miweb.com/producto1	new	COP 20	in stock	*						
3	124	Ebook de prueba 2	Ebook de prueba del feed 2	http://miweb.com/producto2	new	COP 30	in stock	*						
4	125	Ebook de prueba 3	Ebook de prueba del feed 3	http://miweb.com/producto3	used	COP 35	in stock	*						
5														
6														

Si logramos subir los productos se verá algo similar a esto:

Google Merchant Center Products

Cachearando Merchant ID: 127676690 CSB Google Shopping (google.com/shopping)

Home Opportunities Business information Products Tax Shipping

Diagnostics Updates to product data may not appear for up to 2 hours.

List

<input type="checkbox"/>	Title	Item ID ↑	Price	Clicks	Condition	Availability	Status
<input type="checkbox"/>	Ebook de prueba 1	123	COP30.00	0	New	In stock	
<input type="checkbox"/>	Ebook de prueba 2	124	COP30.00	0	New	In stock	
<input type="checkbox"/>	Ebook de prueba 3	125	COP35.00	0	Used	In stock	

Show rows: 50 1-3 of 3

Aunque debo decir que, en la estructura de ejemplo, al no subir las URLs correctas, los productos están subidos, pero rechazados.

Google Merchant Center Products

Cachearando Merchant ID: 127676690 CSB Google Shopping (google.com/shopping)

Home Opportunities Business information Products Tax Shipping Shipping ads

Diagnostics Colombia, Spanish

List

Feeds Processing: Done (3 items counted, 3 items with issues) DOWNLOAD REPORT

Processing only checks for basic file and data issues. To see all issues, go to Diagnostics.

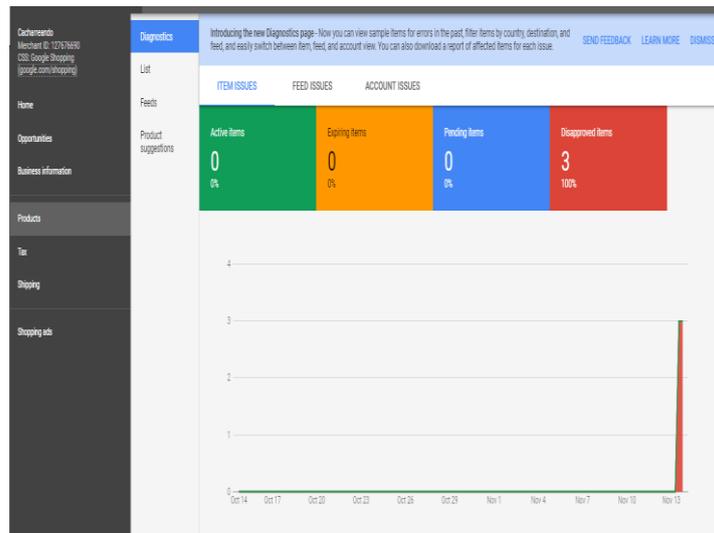
Issue	Affected items	Affected destinations
Invalid URL in attribute: enlace	3	All

We couldn't understand the URL you submitted. Please check the format of your URL. Below are some example items that are affected by this issue.

Item ID	Value
123	https://miweb.com/producto1
124	https://miweb.com/producto2
125	https://miweb.com/producto3

Issue	Affected items	Affected destinations
Invalid or missing recommended attribute: enlace imagen	3	All

De manera que es común que en nuestras estadísticas tengamos reportes sobre productos recibidos activos, expirados, pendientes y no aprobados.



Y esto es todo. En verdad, es obvio que es un tema técnico y delicado, pero no es más complejo que lo que nombramos hasta el momento, con el tiempo te darás cuenta de que esta característica puede ahorrarte horas y horas de trabajo y gestión y te puede ayudar Google vendiéndote tus productos directamente.

Esto es Google Merchant Center.