

M E D I A C O M 8 7

Export Google

Feeds de productos para Google Merchant Center

Módulo PrestaShop - Compatible con PrestaShop 1.6.0.4 a 9.x

Documentación de usuario - Mediacom87

Índice

1. Presentación y requisitos previos

2. Instalación

3. Configurar países, idiomas, monedas y transportistas

4. Elegir los productos exportados y asociar las categorías de Google

5. Las opciones del feed

6. Etiquetas personalizadas para Google Ads

7. Generar los feeds y declarar las URL en Merchant Center

8. Automatizar con el CRON

9. Proteger los feeds

10. El feed de promociones

11. La pestaña Diagnóstico

12. Resolver los problemas más habituales

13. Licencia y asistencia

Cómo leer este documento Los nombres entre comillas corresponden a los textos que muestra el módulo. Las pestañas se encuentran en la columna izquierda de la página de configuración. Los procedimientos están numerados: siga los pasos en orden.

1. Presentación y requisitos previos

1.1 Qué hace el módulo

Export Google construye, a partir de su catálogo PrestaShop, los feeds de productos que espera Google Merchant Center. Genera un feed por cada pareja de país e idioma, y los mantiene al día automáticamente mediante CRON.

Precios, impuestos, transportistas, categorías y atributos opcionales se configuran país por país. Cada pareja país-idioma dispone de su propio archivo XML y de su propia URL de CRON.

1.2 Cobertura geográfica

- **71 países:** aquellos donde Google Shopping está disponible oficialmente.
- Cada país recibe la taxonomía de productos de Google de su propia configuración regional.
- Un mismo país puede llevar varios idiomas. Por ejemplo: Bélgica en francés, neerlandés y alemán; Suiza en francés, alemán e italiano.

Importante Solo se ofrecen los países donde Google Shopping opera realmente. Declarar un feed para un país que Google no cubre llevaría a un rechazo en Merchant Center.

1.3 Compatibilidad

PrestaShop	1.6.0.4 a 9.x, ThirtyBees incluido
PHP	5.6 a 8.3 y versiones posteriores
Multitienda	Sí. Configuración, feeds y URL de CRON por tienda
Idiomas de la interfaz	18: alemán, búlgaro, danés, eslovaco, español, estonio, finés, francés, griego, húngaro, inglés, italiano, japonés, neerlandés, polaco, portugués, rumano, sueco

El módulo detecta su versión de PrestaShop automáticamente y adapta sus plantillas y sus scripts.

1.4 Requisitos previos

- Una cuenta de Google Merchant Center. Este módulo produce y publica los feeds; la configuración de la propia cuenta de Merchant Center corre por su cuenta.
- Las monedas y los transportistas que vaya a asociar a sus países deben estar activos en su configuración de PrestaShop.
- Los idiomas deseados deben estar instalados y activos en **Internacional > Localización > Idiomas**.

- Un medio para lanzar una tarea programada: el crontab del servidor, el panel de su alojamiento o un servicio de webCron.

1.5 Las pestañas del módulo

La configuración está organizada en 14 pestañas.

Pestaña	Función
Países	Países de destino y, para cada uno: idioma o idiomas, moneda, transportista, impuestos
Configuración	Contenido del feed, imágenes, nombre del archivo, seguridad, compresión, lote de exportación
Elementos opcionales	Atributos adicionales enviados a Google (GTIN, marca, peso, gastos de envío, UTM)
Atributos de etiqueta personalizados	Etiquetas personalizadas 0 a 4 para Google Ads
Categorías	Inclusión o exclusión de categorías y asociación con la taxonomía de Google
Feed	Generación manual, URL que hay que dar a Google, descarga, renovación de la clave
Cron	URL y comandos listos para copiar y automatizar la generación
Promociones	Feed independiente para los vales de descuento
Diagnóstico	Auditoría de las imágenes, informe de calidad del feed, índices de la base de datos
FAQ	42 preguntas repartidas en 9 temas, con todas las respuestas visibles sin desplegar
Información y asistencia	Versión, compatibilidad, botón de contacto
Licencia	Registro y estado de la licencia Mediacom87
Política de seguridad	Compromisos de seguridad del módulo
Changelog	Historial de versiones, traducido

Bueno es saberlo Las pestañas **Feed** y **Cron** solo aparecen cuando hay al menos un país configurado y guardado. La pestaña **Atributos de etiqueta personalizados** solo aparece si su tienda tiene al menos una característica de producto.

2. Instalación

2.1 Instalar el módulo

1. En su back-office, abra **Módulos**.
2. Haga clic en **Subir un módulo** (o **Añadir un nuevo módulo**, según su versión de PrestaShop).
3. Seleccione el archivo ZIP del módulo y lance la subida.
4. Haga clic en **Instalar**.
5. Haga clic en **Configurar** para abrir la página del módulo.

2.2 Lo que la instalación hace, y lo que no hace

- No se modifica ninguna tabla nativa de PrestaShop. El módulo crea sus propias tablas.
- No se llama a ningún servicio externo desde el back-office. La biblioteca de tablas va incrustada en el módulo: el back-office funciona sin acceso a internet y no se pide nada a un tercero.
- Se escribe un archivo `.htaccess` en el directorio de exportación del módulo para impedir el listado del directorio y bloquear el acceso a los feeds mientras se están escribiendo.

2.3 El recorrido de configuración en resumen

1. Pestaña **Países**: marque sus países, ajuste idioma, moneda, transportista e impuestos, y guarde.
2. Pestaña **Configuración**: elija el contenido y el formato del feed, y active la protección de la URL y la compresión si le hacen falta.
3. Pestaña **Elementos opcionales**: active los atributos adicionales útiles para su catálogo.
4. Pestaña **Categorías**: excluya las categorías que no deban exportarse y asocie la taxonomía de Google.
5. Pestaña **Feed**: genere un primer feed y anote su URL.
6. Declare esa URL en Google Merchant Center como **recuperación programada**.
7. Pestaña **Cron**: programe la generación automática.

3. Configurar países, idiomas, monedas y transportistas

Todo empieza en la pestaña **Países**. Mientras no haya ningún país configurado, no puede producirse ningún feed.

3.1 Elegir los países de destino

1. Abra la pestaña **Países**.
2. En la lista **Países de Google Shopping a los que exportar**, marque los países deseados.
3. Aparece un bloque de configuración por cada país marcado, en la columna lateral de pestañas.
4. Haga clic en **Guardar configuración**.

3.2 Ajustar cada país

Para cada país marcado hay que rellenar cuatro ajustes.

Ajuste	Lo que conviene saber
Idiomas asociados al feed	El idioma o los idiomas del feed para ese país. Cada idioma produce un archivo XML distinto y una URL de CRON distinta.
Impuestos	<i>Impuesto incl. o Impuestos no incluidos</i> . El ajuste debe coincidir con lo que su tienda muestra a los visitantes de ese país.
Moneda	La moneda del feed para ese país. Debe estar activa en PrestaShop y coincidir con lo que espera Merchant Center.
Transportista	El transportista que sirve para calcular los gastos de envío anunciados. Los transportistas inactivos aparecen señalados como tales en la lista.

3.3 Añadir varios idiomas a un mismo país

Algunos países requieren feeds en varios idiomas, como es el caso de Bélgica.

1. En el bloque del país, localice la lista desplegable de idioma.
2. Haga clic en **Añadir un idioma** para añadir una línea.
3. Seleccione el idioma en la nueva lista desplegable.
4. Repita la operación para cada idioma adicional y guarde.

Bueno es saberlo Los idiomas propuestos son los que están instalados y activos en **Internacional > Localización > Idiomas**. Si falta un idioma, instálelo antes en PrestaShop.

Buena práctica Compruebe que la moneda y el transportista están activos en PrestaShop antes de seleccionarlos aquí. Una moneda inactiva produce precios incoherentes en el feed.

4. Elegir los productos exportados y asociar las categorías de Google

Todo se decide en la pestaña **Categorías**, que muestra el árbol completo de sus categorías de PrestaShop.

4.1 Incluir o excluir una categoría

1. Abra la pestaña **Categorías**.
2. En la columna **Exportación**, cada categoría lleva una marca verde (se exporta) o una señal de prohibido roja (se excluye).
3. Haga clic en el icono para pasar la categoría de un estado al otro.

Regla de selección: solo entran en el feed los productos cuya categoría por defecto sea una categoría exportada. El producto sigue a su categoría por defecto, no a sus categorías secundarias.

Bueno es saberlo

La columna **Productos** indica cuántos productos tienen asignada por defecto cada categoría. Un nombre de categoría en naranja señala que ningún producto la tiene como categoría por defecto: por tanto, no aparecerá en el feed.

Se recomienda encarecidamente usar la categoría más profunda como categoría por defecto de un producto, para transmitir la información más pertinente.

4.2 Asociar la taxonomía de productos de Google

La columna **Categorías de Google** aparece cuando la opción **Categoría de productos Google** está activada en la pestaña **Elementos opcionales** y hay al menos un país configurado.

1. Abra la pestaña **Categorías**.
2. Haga clic en la bandera del país, en la línea de la categoría que quiera asociar, para abrir el campo de entrada.
3. Empiece a escribir el nombre de la categoría de Google: aparece una lista de autocompletado.
4. Seleccione la categoría más adecuada y confirme con el botón de validación.

Cuando hay varios países configurados, un selector situado encima de la tabla permite cambiar la columna de un país a otro. Cada país recibe la taxonomía de Google de su propia configuración regional, así que la asociación se hace país por país.

Consejo de Google Use la categoría más específica posible. Es preferible «Ropa y accesorios > Ropa > Vestidos» a un simple «Ropa y accesorios».

4.3 Género y grupo de edad para la ropa

Si activa la opción **Ropa** en la pestaña **Configuración**, aparecen dos columnas más en la pestaña **Categorías: Género y Grupo de edad**. Se rellenan categoría por categoría, haciendo clic en el valor mostrado.

Estos atributos son obligatorios para los artículos de ropa enviados a Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia y Japón. Se recomiendan para el resto de países y categorías.

Valores de grupo de edad

Valor	Franja
Recién nacido	Hasta los 3 meses
Bebé	De 3 a 12 meses
Niño	De 1 a 5 años
Niños	De 5 a 13 años
Adulto	Adolescentes en adelante

4.4 Exclusiones automáticas

Al margen de las categorías, un producto queda fuera del feed si:

- está desactivado en PrestaShop;
- su categoría por defecto está excluida de la exportación, o corresponde a la raíz de la tienda;
- no tiene nombre, ni descripción, ni imagen;
- su precio es cero o negativo;
- está sin existencias y la opción **Exportar productos sin existencias** está desactivada;
- no está asociado a la tienda actual, en modo multitienda.

La pestaña **Diagnóstico** cuenta estas exclusiones causa por causa después de cada generación: véase el capítulo 11.

4.5 Excluir productos uno a uno

Excluir una categoría entera para dejar fuera tres productos equivale a sacrificar una sección rentable. La pestaña **Productos** resuelve ese caso: retira del feed los productos que usted señale, sin cambiar nada de su visibilidad en la tienda.

1. Abra la pestaña **Productos**.
2. Busque el producto por nombre, referencia, identificador o categoría en el campo de búsqueda.
3. Haga clic en el icono de su fila: una marca verde significa exportado, una señal de prohibición roja significa excluido.

El producto excluido sigue activo, se puede pedir y aparece en sus categorías. Solo el feed lo deja fuera, sus ventas orgánicas no se ven afectadas. Ahí está toda la diferencia con los dos apañes habituales: desactivar el producto o desmarcar «disponible para pedido» también lo quita de la tienda, y excluir su categoría se lleva por delante todos los demás productos de esa categoría.

Actuar sobre toda una búsqueda. Escriba un término en el campo de búsqueda y use **Excluir toda la búsqueda** o **Reintegrar toda la búsqueda**. La acción recae sobre todos los productos coincidentes, no solo sobre la página mostrada, y una confirmación indica cuántos son. Con el campo de búsqueda vacío recae sobre todo el catálogo.

La lista se pagina y se busca en el servidor: se abre sin esperas, incluso con un catálogo de varias decenas de miles de referencias.

Conviene saber:

- las exclusiones pertenecen a la tienda actual, en modo multitienda;
- surten efecto en la próxima generación del feed, manual o por CRON;
- un producto ya descartado por su categoría lo indica en su fila, para que no busque por qué el feed no ha cambiado;
- no se modifica nada en su catálogo PrestaShop: el módulo guarda estas exclusiones en una tabla propia.

5. Las opciones del feed

Dos pestañas reúnen los ajustes del feed: **Configuración** para el contenido, las imágenes y los archivos; **Elementos opcionales** para los atributos adicionales enviados a Google.

5.1 Contenido textual del feed

Opción	Efecto
Descripción del producto	Elija el origen de la descripción: <i>Breve descripción</i> (resumen), <i>Descripción larga</i> , o ambas seguidas.
Dar prioridad a las etiquetas META	Utiliza el metatítulo y la metadescripción en lugar del nombre y de la descripción del producto.
Eliminar mayúsculas no deseadas	Google prohíbe el uso masivo de mayúsculas. Active esta opción si sufre ese tipo de rechazos.
Añadir código ISO	Añade el código ISO del idioma de exportación al identificador del producto, si necesita diferenciar sus feeds.
Exportar productos sin existencias	Mantiene en el feed los productos cuyo stock está a cero.
Tienda para adultos	Etiqueta los artículos considerados para adultos, para todos los países de destino.

5.2 Imágenes

Opción	Efecto
Formato de imagen	El formato de PrestaShop utilizado para los enlaces de imagen del feed. Google recomienda la imagen más grande y mejor definida de la que disponga, con un límite de 4 MB por archivo.
Número máximo de imágenes por producto	De 1 a 20 imágenes por producto.
No exportar la imagen de portada	Obliga a que la segunda imagen pase a ser la imagen principal en la exportación. Resulta útil cuando su imagen de portada lleva elementos ajenos al producto y provoca rechazos. Solo se aplica a los productos que tienen varias imágenes.

Plazo de imágenes del 31 de enero de 2027 Google exige imágenes de producto de al menos 500x500 píxeles y aplica esta regla a partir del 31 de enero de 2027. Por debajo de ese tamaño, los productos se rechazan. La pestaña **Diagnóstico** permite localizar las imágenes afectadas: véase el capítulo 11.

5.3 Impuestos y monedas

La elección entre *Impuesto incl.* e *Impuestos no incluidos* se hace país por país en la pestaña **Países**. Los precios específicos y los descuentos activos se tienen en cuenta en el precio exportado.

Forzar la moneda en la URL de producto

Cuando un feed usa una moneda distinta de la moneda por defecto de la tienda, la página de destino debe mostrar el precio correcto. El módulo añade entonces parámetros a la URL del producto, del tipo `?id_currency=2&SubmitCurrency=1`.

La trampa del robots.txt Muchas tiendas añaden una regla en `robots.txt` para impedir la indexación de las variantes de moneda, del tipo `Disallow: /*&id_currency=`. Ahora bien, Google Shopping usa el mismo robot que el posicionamiento natural: si la página de producto está bloqueada, Google no puede verificar el precio y sus productos se rechazan en Merchant Center.

Ajuste	Comportamiento
Opción activada	Los parámetros de moneda se añaden a la URL. El módulo coloca <code>id_currency</code> en primer lugar, para que una regla del tipo <code>Disallow: /*&id_currency=</code> , que exige el prefijo <code>&</code> , ya no se aplique. Consérvela si su plantilla necesita ese parámetro para mostrar el precio correcto.
Opción desactivada	El enlace del producto se mantiene limpio, sin parámetros. El precio y la moneda proceden del propio feed, que es el que manda en un feed segmentado por país en Merchant Center.

Se recomienda desactivarla si utiliza un feed segmentado por país y bloquea las URL de moneda en `robots.txt`. Se recomienda activarla si su plantilla necesita el parámetro para devolver el precio correcto a los robots. A largo plazo, la solución más limpia sigue siendo una tienda PrestaShop por país, en multitienda, cada una con su moneda por defecto.

5.4 Archivo, compresión y lotes de exportación

Opción	Efecto
Nombre del fichero	El prefijo del archivo de exportación. El país y, en su caso, el idioma se añaden automáticamente.

Comprimir el feed (gzip)	Produce un feed <code>.xml.gz</code> , un formato que Merchant Center lee de forma nativa. El archivo pesa varias veces menos, se ahorra ancho de banda y la recuperación es más rápida en los catálogos grandes.
Proteger la URL del feed	Añade una huella secreta al nombre del archivo. Véase el capítulo 9.
Limitación de las exportaciones	Número de productos tratados por ciclo de exportación. 2000 por defecto. Baje este valor (500 o 1000) si aparecen errores 500 o se supera el tiempo de ejecución; súbalo si su servidor va holgado.

Estas opciones cambian la URL del feed Modificar el **Nombre del fichero**, activar o desactivar **Comprimir el feed (gzip)**, activar o desactivar **Proteger la URL del feed**: cada una de estas acciones cambia la dirección del feed. Después de un cambio así, regenere sus feeds y declare las nuevas URL en Google Merchant Center; de lo contrario, Google seguirá consultando una dirección que ya no existe.

La exportación se pagina por lotes para evitar que se supere el tiempo de ejecución en los catálogos grandes. Los lotes se encadenan solos: no tiene que lanzar ningún ciclo a mano.

5.5 Elementos opcionales

La pestaña **Elementos opcionales** activa los atributos adicionales enviados a Google.

Elemento	Detalle
Código GTIN <code>[gtin]</code>	Códigos de barras internacionales. Usted elige la variable de PrestaShop que los contiene: EAN13, UPC, ISBN, MPN, referencia del producto o referencia del proveedor. Un producto sin código único es difícil de clasificar y puede quedar excluido de algunos programas de Shopping.
ID de producto personalizado	Sustituye el identificador del producto por otra variable. Conviene usarlo con prudencia: ese identificador debe ser único y no cambiar nunca.
Marca <code>[brand]</code>	La marca del producto. Google pide al menos dos atributos entre marca, MPN y GTIN.
Referencia del fabricante <code>[mpn]</code>	El número de producto del fabricante.
Peso	El peso del producto en el momento del envío, útil si ha definido una regla de gastos de envío en función del peso.
Gastos de envío	Estimación de envío por producto. Tiene prioridad sobre los ajustes globales definidos en Merchant Center.

Utilizar una cantidad mínima para los precios	Actívela si algunos productos tienen una cantidad mínima de compra y su ficha de producto muestra el precio correspondiente a esa cantidad.
Precio de compra [cost_of_goods_sold]	Sirve para el seguimiento del margen bruto en los informes de Google. Puede configurarse una tasa de transformación para no transmitir el precio de compra real: 1 para el precio exacto, 0,9 para una bajada del 10 %, 1,1 para una subida del 10 %. Una opción permite recurrir al precio de compra del producto cuando el de la combinación está a cero.
Categoría de productos [product_type]	Su propio árbol de categorías, del tipo «Inicio > Mujer > Vestidos».
Categoría de productos Google [google_product_category]	Activa la columna de asociación con la taxonomía de Google en la pestaña Categorías .
Etiquetado analítico	Añade parámetros UTM a todas las URL de producto, para el seguimiento en Google Analytics o una herramienta equivalente. Usted introduce <code>utm_campaign</code> , <code>utm_source</code> y <code>utm_medium</code> .

5.6 Combinaciones y artículos de ropa

La opción **Exportación de combinaciones de productos**, en la pestaña **Configuración**, exporta las combinaciones como productos distintos. Google define una variante como un grupo de productos idénticos que solo se diferencian por el color, el material, el patrón o la talla. Para cada uno de esos ejes, usted designa el atributo de PrestaShop correspondiente.

La opción **Ropa** añade los ajustes propios de la ropa. Si el color, la talla, el material o el patrón se guardan en características en lugar de en atributos, también los designa aquí.

5.7 Atributos que espera Google

Atributo	Origen en el módulo
id	Identificador del producto, o identificador personalizado
title	Nombre del producto, o metatítulo si la opción está activada
description	Descripción corta o larga, según su ajuste
link	URL del producto en su tienda
image_link	Imagen de portada, en el formato elegido
availability	Según el estado del stock

price	Precio del producto, con los impuestos aplicables
-------	---

Atributos muy recomendables: brand , gtin , mpn , google_product_category , condition .

Para los artículos de ropa, también obligatorios en Francia, Alemania, Reino Unido, Estados Unidos y Japón: gender , age_group , color , size .

El feed respeta la especificación RSS 2.0 con las extensiones de Google Shopping.

6. Etiquetas personalizadas para Google Ads

Las etiquetas personalizadas, `custom_label_0` a `custom_label_4`, sirven para agrupar sus productos en las campañas de Google Ads según criterios que usted decide. Google Ads las usa después como ejes de segmentación.

6.1 Configurar las etiquetas

1. Abra la pestaña **Atributos de etiqueta personalizados**.
2. Para cada uno de los cinco espacios, **Atributos de etiqueta personalizados 0 a 4**, seleccione la característica de producto de PrestaShop que debe alimentarlo.
3. Haga clic en **Guardar configuración**.

Bueno es saberlo Esta pestaña solo aparece si su tienda tiene al menos una característica de producto. Cree antes sus características en **Catálogo > Características** y rellénelas después en sus productos.

6.2 Ejemplos de segmentación

Etiqueta	Valores posibles
Temporada	Primavera, Verano, Otoño, Invierno
Margen	Alto, Medio, Bajo
Liquidación	Sí, No
Más vendido	Sí, No

6.3 La URL para redes sociales

Además de las características de producto, cada espacio puede recibir el valor **URL para redes sociales**. Se trata de una URL simplificada, pensada para alimentar los enlaces de sus anuncios en Facebook u otras redes.

7. Generar los feeds y declarar las URL en Merchant Center

7.1 Generar un feed desde el back-office

1. Asegúrese de que hay al menos un país configurado y guardado, con su idioma, su moneda y su transportista.
2. Abra la pestaña **Feed**.
3. Localice la línea de la pareja país e idioma que busca.
4. Haga clic en **Generar**.
5. Espere a que termine el proceso. La **Fecha de la última actualización** y la **URL a proporcionar a Google Merchant Center** aparecen entonces en esa línea.

Atención Si en lugar del botón aparece el mensaje «Valide la configuración para este país antes de poder generar su alimentación», vuelva a la pestaña **Países** y guarde la configuración de ese país.

7.2 La tabla de feeds

Columna	Contenido
País	El país de destino
Idioma	El idioma del feed
Generar	Lanza una generación inmediata
Fecha de la última actualización	Marca de tiempo del último archivo producido
URL a proporcionar a Google Merchant Center	La dirección que hay que declarar en Merchant Center
Descargar	Recupera el archivo desde el back-office, para inspeccionarlo

7.3 Dónde se escribe el archivo

El archivo se escribe en la raíz de la tienda o en el directorio de exportación del módulo. El nombre se compone del prefijo que haya elegido, seguido del país y, en multilingüe, del idioma.

- Un solo idioma: `prefijo_pais.xml`

- Multilingüe: `prefijo_pais-idioma.xml`

Con la compresión gzip activada, la extensión pasa a ser `.xml.gz`. Con la protección de URL activada, se añade una huella secreta al nombre.

Escritura atómica Cada exportación se escribe en un archivo temporal y se coloca en su sitio con un único movimiento cuando ha terminado. Google descarga siempre, por tanto, o bien el feed anterior completo, o bien el nuevo feed completo, nunca un archivo truncado, aunque pase durante una generación.

7.4 Declarar la URL en Google Merchant Center

1. Inicie sesión en su cuenta de Google Merchant Center.
2. Abra **Productos > Feeds** y haga clic en el botón para añadir un feed.
3. Seleccione el país y el idioma de destino.
4. Elija **Recuperación programada** como método de entrada.
5. Pegue la URL que muestra la pestaña **Feed** del módulo.
6. Defina la frecuencia y la hora de recuperación.

Google descargará entonces su archivo automáticamente a la hora indicada. Procure que su CRON se ejecute antes de esa hora.

7.5 Con qué frecuencia actualizar

Google recomienda una actualización diaria como mínimo. Si su catálogo se mueve a menudo, en precios o en existencias, aumente la cadencia.

Tamaño del catálogo	Cadencia orientativa
Menos de 5000 productos	De 2 a 4 veces al día sin dificultad
De 5000 a 50 000 productos	De 1 a 2 veces al día
Más de 50 000 productos	1 vez al día, en horas de poco tráfico

7.6 Plazos de procesamiento en Google

- **Procesamiento:** un feed nuevo se procesa normalmente en unas horas, a veces hasta 3 días laborables.
- **Revisión:** una cuenta reciente puede ser objeto de una revisión inicial más profunda, de hasta varias semanas.
- **Actualizaciones:** una vez establecido el feed, las actualizaciones suelen tenerse en cuenta en unas horas.

El estado del procesamiento se consulta en Merchant Center, en **Productos > Diagnóstico**.

7.7 Declarar el feed en otras plataformas

El feed respeta la especificación de Google Merchant Center, y esa misma especificación es aceptada como fuente de datos RSS 2.0 por Meta (Facebook e Instagram), Pinterest, TikTok y Snapchat: el archivo que publica el módulo puede declararse en esas plataformas tal cual. TikTok también puede importar directamente un catálogo de Google Merchant Center, pero solo cuando ese catálogo se alimenta mediante recuperación programada, que es exactamente el modo de publicación del módulo. Microsoft Advertising utiliza su propio formato de archivo y ofrece en su lugar una importación desde Merchant Center.

Atención Cada plataforma mantiene sus propios requisitos (límites de longitud de los campos, categorías, atributos obligatorios). El archivo se acepta, pero los productos rechazados deben comprobarse en cada plataforma.

8. Automatizar con el CRON

El botón **Generar** y el CRON producen exactamente el mismo archivo XML. Solo cambia el disparador. Para una tienda en producción, el CRON es el método recomendado.

8.1 Obtener la URL de CRON

1. Abra la pestaña **Cron**.
2. Localice el panel de la pareja país e idioma que busca: hay un panel por feed.
3. Elija la pestaña correspondiente a su método: WebCron, curl, wget, PHP o cPanel / Plesk.
4. Haga clic en el botón de copia para llevar la URL o el comando al portapapeles.

8.2 Los cinco métodos propuestos

Método	Uso
WebCron	Basta con pegar la URL en un servicio de webCron externo. No hace falta acceso al servidor.
curl	Una línea que se añade al crontab del servidor, por SSH o desde el panel del alojamiento.
wget	Alternativa a curl, con el mismo principio.
PHP	Para los alojamientos que solo permiten tareas PHP. Si <code>php</code> no está en el PATH, use la ruta completa.
cPanel / Plesk	Procedimiento paso a paso para estos dos paneles, con el comando listo para pegar.

8.3 Entender una expresión CRON

Una expresión cron se compone de 5 campos, seguidos del comando que hay que ejecutar: minuto (0 a 59), hora (0 a 23), día del mes (1 a 31), mes (1 a 12), día de la semana (0 a 7).

Expresión	Significado
<code>0 4 * * *</code>	Todos los días a las 4:00
<code>0 */6 * * *</code>	Cada 6 horas
<code>0 3,15 * * *</code>	Dos veces al día, a las 3:00 y a las 15:00

30 2 * * 1

Todos los lunes a las 2:30

8.4 Recomendaciones

- Programe al menos una exportación al día, unos minutos antes de la hora de recuperación definida en Google Merchant Center.
- En un catálogo grande, elija las horas de poco tráfico, por ejemplo entre las 2:00 y las 6:00.
- Por encima de 50 000 productos, la exportación puede durar varios minutos: compruebe que el `max_execution_time` de su servidor es suficiente.

Atención La URL de CRON contiene una clave secreta. No la publique ni la comparta. Si renueva la clave de seguridad (capítulo 9), las URL de CRON cambian: tendrá que actualizar sus tareas programadas.

9. Proteger los feeds

9.1 Por qué proteger la URL del feed

Por defecto, el nombre del archivo del feed se construye a partir del nombre que usted ha configurado y del código de país. Su URL es, por tanto, previsible. Cualquiera que conozca la dirección de su tienda puede descargar el archivo y hacerse con todas sus referencias, sus precios y sus niveles de existencias.

De hecho, la pestaña **Feed** muestra un aviso mientras la protección no está activada.

9.2 Activar la protección

1. Abra la pestaña **Configuración**.
2. Active la opción **Proteger la URL del feed**.
3. Haga clic en **Guardar configuración**.
4. Vuelva a la pestaña **Feed** y regenere cada feed.
5. Anote las nuevas URL y declárelas en Google Merchant Center.

El módulo añade entonces al nombre del archivo una huella secreta derivada de su clave de seguridad, lo que hace que la URL sea imposible de adivinar.

No se salte el paso 5 Activar o desactivar esta opción cambia la URL del feed. Si no declara la nueva URL, Google seguirá consultando una dirección que ya no existe y notificará un error de origen de datos.

9.3 Lo que la protección no cambia

El archivo sigue siendo un archivo estático público, servido por su servidor web a plena velocidad y sin autenticación. Solo su nombre pasa a ser desconocido. Google recupera la URL que usted ha declarado, exactamente igual que antes: la protección no impide en modo alguno que Google lea el feed.

9.4 Renovar la clave de seguridad

Si una URL de feed se ha compartido por error, o si sospecha de una filtración, renueve la clave.

1. Abra la pestaña **Feed**.
2. Baje hasta el panel **Seguridad de los feeds**.
3. Haga clic en **Renovar la clave de seguridad** y confirme.
4. Regenere todos sus feeds.
5. Actualice las URL en Google Merchant Center, tanto las de los feeds de productos como las de los feeds de promociones.

6. Actualice sus tareas CRON con las nuevas URL.

Efecto inmediato La renovación elimina todos los archivos generados e invalida de inmediato las URL antiguas, tanto de feeds de productos como de promociones, así como las URL de CRON. Prevea encadenar en seguida los pasos 4 a 6.

9.5 Las demás protecciones del módulo

- Archivo `.htaccess` escrito en el directorio de exportación: sin listado de directorio y sin acceso a los feeds mientras se escriben.
- Escritura atómica: no puede servirse ningún feed truncado, ni siquiera durante una generación.
- Descarga desde el back-office autenticada mediante una comparación de clave en tiempo constante.
- Ninguna llamada a un servicio externo desde el back-office.

9.6 La compresión gzip

La opción **Comprimir el feed (gzip)**, en la pestaña **Configuración**, produce un feed `.xml.gz`. Google Merchant Center lee este formato de forma nativa. El archivo pesa varias veces menos: se ahorra ancho de banda y la recuperación es más rápida en los catálogos grandes.

Atención Activar o desactivar la compresión también cambia la URL del feed. Regenere y vuelva a declarar sus URL en Merchant Center después de ese cambio.

10. El feed de promociones

10.1 Precios tachados y vales de descuento: dos cosas distintas

Son dos nociones que se confunden a menudo.

Caso	Dónde ocurre
Precios promocionales , es decir, sus precios tachados	Ya viajan en el feed de productos. El módulo envía el precio rebajado y sus fechas de validez, y Google muestra el precio tachado. No hay nada que configurar.
Vales de descuento , del tipo «-20 % con el código SUMMER»	Requieren un feed de promociones independiente, que Merchant Center espera declarado en Promociones .

10.2 Requisitos previos en Google

Dos condiciones

1. Primero debe solicitar el acceso al programa **Merchant Promotions** en Google Merchant Center. Google valida la solicitud manualmente y, después, cada promoción se revisa antes de su difusión.
2. Su código debe funcionar para todos los visitantes. Google prueba realmente los códigos: un código que no funcione para todo el mundo hace que la promoción se rechace y puede penalizar la cuenta.

10.3 Activar y alimentar el feed

1. Cree sus vales de descuento en **Catálogo > Reglas de carrito** si aún no lo ha hecho.
2. Abra la pestaña **Promociones** del módulo.
3. Active **Activar el feed de promociones**.
4. En la tabla, marque la columna **Exportar** para cada regla de carrito que quiera publicar.
5. Rellene la columna **Título público** (60 caracteres máximo).
6. Haga clic en **Guardar configuración**.

10.4 Las reglas de carrito auditadas

Cada regla de carrito se audita antes de proponerse. Las que Google no puede anunciar sin riesgo quedan bloqueadas, con su motivo mostrado en rojo.

Motivo de bloqueo	Significado
-------------------	-------------

Reservada a un solo cliente	La regla es nominativa, así que los visitantes de Google no pueden usarla
Expirada	Su fecha de fin ya ha pasado
Limitada a ciertos productos	Google anuncia una oferta válida para el pedido, no para una selección
Descuento en un producto concreto	Por el mismo motivo
Excluida para este país	La regla no se aplica al país del feed
Conversión de moneda imposible	El importe no puede expresarse en la moneda del feed
Ningún descuento que Google pueda expresar	El tipo de descuento no tiene equivalente en Google
Título ausente	Google exige un texto público

Otras reglas sí pueden publicarse, pero con un aviso naranja: oferta automática sin código, pocos usos restantes, limitación a ciertos grupos de clientes o a ciertos transportistas, no acumulable, restricción de país, envío gratuito no anunciado, importe sin impuestos, uso parcial autorizado, título que se va a truncar.

10.5 Los tipos de oferta reconocidos

- Porcentaje de descuento
- Importe de descuento
- Envío gratuito
- Regalo

El importe mínimo de compra y las fechas de validez se toman de la regla de carrito.

10.6 El título público

El nombre interno de una regla de carrito rara vez resulta adecuado para los compradores. La columna **Título público** le permite escribir la frase que leerán los compradores, por ejemplo «-20 % en su pedido con el código SUMMER». El campo está limitado a 60 caracteres, tal como exige Google.

Bueno es saberlo El título se guarda por idioma, uno por cada idioma de sus feeds: la misma promoción puede anunciar «-20 % en su pedido con el código SUMMER» en el feed francés y «20% Rabatt auf Ihre Bestellung mit dem Code SUMMER» en el alemán. La pestaña solo ofrece los idiomas de sus feeds configurados. Un idioma dejado vacío recae en el nombre de la regla del carrito, que PrestaShop ya traduce, y el campo muestra ese nombre como sugerencia. Una promoción sin título ni nombre de regla del carrito en el idioma de un feed queda fuera de ese feed, porque Google exige una etiqueta pública.

10.7 Generar y declarar los feeds de promociones

El panel **Feeds de promociones generados** lista un feed por país e idioma, cada uno con su propia URL.

1. Haga clic en **Generar** en la línea que desee para refrescar ese feed de inmediato.
2. Anote la URL mostrada.
3. En Google Merchant Center, declare esa URL en **Promociones**, por separado de sus feeds de productos.

El feed de promociones no necesita su propio CRON: se reconstruye al mismo tiempo que el feed de productos del mismo país y del mismo idioma, y cada vez que se guarda la pestaña **Promociones**. Sigue los mismos ajustes de seguridad y de compresión que sus feeds de productos.

El archivo se publica siempre Incluso sin ninguna promoción, el archivo se publica: es un documento válido sin entradas. Eliminar el archivo convertiría en un 404 una URL declarada para recuperación programada, lo que Merchant Center notifica como un error de origen de datos.

Detener una promoción Retirar una promoción del feed no la detiene en Google: una promoción aprobada sigue corriendo hasta su fecha de fin. Para detenerla antes, finalícela desde la página **Promociones** de Merchant Center.

11. La pestaña Diagnóstico

La pestaña **Diagnóstico** reúne tres análisis.

11.1 Auditoría de las imágenes de producto

Google exige imágenes de producto de al menos 500x500 píxeles y aplica esta regla a partir del 31 de enero de 2027. Por debajo de ese tamaño, los productos se rechazan.

1. Abra la pestaña **Diagnóstico**.
2. En el panel **Auditoría de las imágenes de producto**, haga clic en **Analizar mis imágenes de producto**.
3. Lea la tabla de resultados y después la lista de ejemplos.
4. En un catálogo grande, la auditoría trabaja por muestras: vuelva a lanzarla para continuar el análisis.

Bueno es saberlo La auditoría mide el archivo original que usted ha subido, no las miniaturas generadas por su plantilla, porque es ese archivo original el que Google recupera.

Indicador	Lo que cuenta
Último análisis	Fecha de la auditoría
Productos analizados	Número analizado sobre el total, con mención de la muestra si procede
Imágenes por debajo de 500x500	Las imágenes que hay que corregir de forma prioritaria
Productos sin imagen de portada	Estos productos no pueden exportarse
Archivos de imagen que faltan o ilegibles	Archivos ausentes o dañados en el servidor
Imágenes conformes	No hay nada que hacer

11.2 Informe de calidad del feed

Después de cada generación, el módulo registra por qué se han descartado productos del feed, y qué productos exportados corren riesgo de ser rechazados. El panel **Calidad de los feeds** presenta el informe feed por feed, con su fecha.

Causa	Qué hacer
Descartado: descripción vacía	Rellene la descripción corta o larga, o la metadescripción.

Descartado: sin imagen	Añada al menos una imagen al producto.
Descartado: título vacío	Rellene el nombre del producto, o su metatítulo si da prioridad a las etiquetas META.
Descartado: la categoría por defecto es la raíz de la tienda	Asigne una categoría por defecto real, distinta de la raíz de la tienda.
En riesgo: sin marca	Asigne un fabricante. Google exige la marca siempre que el producto tenga una.

Cada causa viene acompañada de hasta 50 ejemplos de productos afectados, con su identificador y su nombre, para corregirlos directamente en el catálogo.

Bueno es saberlo Si no aparece ningún informe, genere antes un feed: el informe se produce al terminar la generación. La mención «generación incompleta» señala una exportación que no ha llegado a su fin.

11.3 Verificación de los índices de la base de datos

Los índices que faltan pueden ralentizar mucho la exportación en los catálogos grandes, por encima de 250 000 productos por ejemplo. El panel **Verificación del índice de la base de datos (rendimiento)** lista los índices recomendados, si están presentes y por qué importan.

1. Abra la pestaña **Diagnóstico** y baje hasta ese panel.
2. Localice las líneas marcadas con una señal roja: el índice no existe.
3. Haga clic en **Crear el índice** para añadirlo. La consulta SQL correspondiente se muestra debajo del botón.

Atención Ejecute siempre este tipo de modificación de estructura en un periodo de poco tráfico, y asegúrese de disponer de una copia de seguridad de su base de datos.

12. Resolver los problemas más habituales

12.1 La generación falla o devuelve un error 500

Suele ocurrir en catálogos grandes, cuando al servidor le falta tiempo o memoria.

1. Baje el valor de **Limitación de las exportaciones** en la pestaña **Configuración**: pruebe con 500 o 1000.
2. Pida a su proveedor de alojamiento que aumente el `max_execution_time`; se recomiendan 300 o más.
3. Pídale que aumente el `memory_limit`; se recomiendan 256M o más.
4. Prefiera el método CRON al botón del back-office: las llamadas CRON suelen estar menos limitadas.
5. Compruebe los índices de la base de datos en la pestaña **Diagnóstico**.

12.2 La fecha y la URL no se actualizan después de la generación

1. Compruebe que el directorio de exportación tiene permisos de escritura (chmod 755 o 775).
2. Asegúrese de que el archivo XML no está bloqueado por otro proceso.
3. Compruebe que el servidor dispone de espacio en disco suficiente.
4. Abra la consola de su navegador (F12, pestaña Consola) y busque un error de JavaScript.

12.3 Faltan productos en el feed

Consulte la lista de exclusiones automáticas del capítulo 4.4 y abra después la pestaña **Diagnóstico**: cuenta las exclusiones de la última generación, causa por causa, lo que muestra qué regla ha retirado sus productos.

Piense también en la pestaña **Productos**: puede que el producto se haya excluido uno a uno, véase el capítulo 4.5.

12.4 La URL de CRON devuelve una página en blanco o un error

1. Abra la URL de CRON directamente en su navegador: el mensaje de error, si lo hay, indicará la causa.
2. Compruebe que la clave de seguridad contenida en la URL coincide con la que ha generado el módulo. Una reinstalación del módulo reinicia la clave.
3. Si utiliza un servicio de webCron, asegúrese de que su servidor acepta las peticiones HTTP entrantes correspondientes.
4. Compruebe que `mod_rewrite` (Apache) o su equivalente (Nginx) está activo para las URL simplificadas.

12.5 Los precios del feed no coinciden con los de la tienda

Causa frecuente	Comprobación
Ajuste de impuestos	La elección entre impuesto incluido o no incluido, para cada país, debe coincidir con lo que su tienda muestra a los visitantes de ese país.
Moneda	La moneda asociada al país debe ser la que espera Google Merchant Center.
Precios específicos y descuentos	El módulo exporta el precio vigente, con los descuentos y precios específicos activos incluidos.
Precio por grupo	El precio exportado es el que ve el grupo de clientes «Visitante».

Después de corregir, regenere el feed y espere a que Google vuelva a recuperarlo.

12.6 Mis productos se rechazan en Merchant Center

Problema notificado	Vía de corrección
Falta el GTIN o el código de barras	Rellene el campo EAN13 o UPC en sus productos y active después Código GTIN en la pestaña Elementos opcionales .
Diferencia de precio entre el feed y el sitio	Compruebe los ajustes de moneda y de impuestos, y regenere el feed después de cada cambio de precio.
Imagen demasiado pequeña o con marca de agua	Use imágenes suficientemente grandes y evite el texto promocional incrustado. Lance la auditoría de imágenes de la pestaña Diagnóstico .
Descripción ausente o genérica	Redacte descripciones únicas y descriptivas, de al menos 50 caracteres.
Exceso de mayúsculas	Active Eliminar mayúsculas no deseadas en la pestaña Configuración .
Página de producto inaccesible	Compruebe que el producto está activo y que la URL es accesible. Revise las redirecciones y los errores 404. Si bloquea los parámetros de moneda en <code>robots.txt</code> , relea el capítulo 5.3.

12.7 Comprobar la validez de un feed

1. Descargue el feed desde la pestaña **Feed**, con el botón de descarga.
2. Ábralo en un editor de texto o en un navegador para revisar la estructura XML.
3. En Google Merchant Center, abra **Productos > Feeds**, haga clic en su feed y después en la pestaña de procesamiento para leer los errores y los avisos.

12.8 Algunos textos del módulo no están traducidos

Tradúzcalos desde **Internacional > Traducciones**, eligiendo «Traducciones de los módulos instalados» y después este módulo. El contenido del propio feed procede siempre de sus datos de producto, en el idioma configurado para el país.

13. Licencia y asistencia

13.1 El módulo funciona sin licencia

Importante La generación de los feeds, el CRON, el feed de promociones y los diagnósticos funcionan **sin licencia**. Registrar la suya desbloquea las notificaciones de actualización y la asistencia prioritaria.

La licencia Mediacom87 es **gratuita** para cualquier cliente de un módulo comprado en Addons o en PrestatoolBox.

Función	Sin licencia	Con licencia activa
Exportación de los feeds XML de Google Shopping	Sí	Sí
Multipaís y multidioma	Sí	Sí
Automatización por CRON	Sí	Sí
Taxonomía de Google y combinaciones	Sí	Sí
Feed de promociones y diagnósticos	Sí	Sí
Notificaciones de actualización	No	Sí
Avisos de subida de versión mayor	No	Sí
Asistencia prioritaria	No	Sí

13.2 Solicitar una licencia

1. Abra la pestaña **Licencia**.
2. En el bloque **Solicitar una nueva licencia**, indique su dirección de correo electrónico, la plataforma de compra, la referencia del pedido y el dominio de su tienda.
3. Haga clic en **Enviar solicitud de licencia**.

Mediacom87 valida su pedido manualmente. La licencia se activa en unos días laborables.

13.3 Registrar una clave existente

Si ya le han facilitado una clave, o si migra su tienda desde otro dominio, introdúzcala en el bloque **Ya tengo una clave de licencia** y haga clic después en **Validar esta clave**.

Si la clave está registrada en otro dominio, el módulo ofrece un formulario de solicitud de migración: indique el nuevo dominio y el motivo, por ejemplo un rediseño de la tienda, un cambio de dominio o un nuevo alojamiento. Mediacom87 valida la solicitud manualmente.

13.4 Seguir el estado de la licencia

El bloque **Estado de la licencia** muestra el estado actual, la clave, el plan, la fecha de expiración, el dominio registrado y la fecha de la última comprobación en el servidor. El botón **Verificar ahora** fuerza una comprobación inmediata.

Los estados posibles son: activa, a la espera de validación por Mediacom87, rechazada, revocada, expirada, no válida o no registrada. En caso de rechazo, se muestra el motivo.

13.5 Actualizaciones

El módulo comprueba por sí mismo si hay una nueva versión disponible y muestra un banner en la parte superior de su página de configuración cuando la hay. Esta comprobación requiere una licencia activa.

La pestaña **Changelog** recoge el historial de versiones, traducido al idioma de su back-office.

13.6 Contactar con la asistencia

Abra la pestaña **Información y asistencia** y haga clic después en **Contacto**.

En las versiones vendidas directamente, el botón abre un formulario en una ventana modal: usted indica su dirección de correo electrónico de respuesta y su mensaje. Un resumen de su instalación, calculado en el servidor, se adjunta automáticamente al envío, y el mensaje sale por el sistema de correo de la tienda. En las versiones compradas en Addons, el botón lleva al formulario del marketplace.

Alcance de la asistencia La asistencia cubre el módulo. La configuración del propio Google Merchant Center, la revisión de sus productos y las decisiones de aprobación corresponden a Google.

13.7 Ayuda integrada

Dos pestañas responden a la mayoría de las preguntas sin salir del back-office:

- **FAQ:** 42 preguntas repartidas en 9 temas, con todas las respuestas visibles sin desplegar.
- **Política de seguridad:** los compromisos de seguridad del módulo.