

Que el cliente se haga el pedido.

Le mandas un enlace por WhatsApp. Él entra desde el móvil, ve tu catálogo con sus fotos y **con sus precios**, marca cantidades y envía. A ti te entra un pedido en borrador, listo para revisar. Sin registro, sin contraseñas y sin cobrar nada online.

[Un enlace](#)[Sus precios](#)[Carro permanente](#)[Pedido en borrador](#)

Qué es exactamente

Un **recogedor de pedidos**. Ni más ni menos, y conviene tenerlo claro desde el principio.

Lo que hace

Enseña tu catálogo a un cliente concreto con **los precios que tiene pactados**, recoge lo que quiere y lo deja como **pedido en borrador** dentro de GestioERP.

Se acabaron los pedidos por WhatsApp con faltas de ortografía y referencias a medias.

Lo que no hace

No cobra. No hay pasarela de pago ni confirmación en firme. **No reserva stock** ni comprueba existencias. No emite ningún documento fiscal.

Todo pedido lo revisa una persona antes de servirse. Es lo que se pretende.

El enlace: así entra el cliente

Sin usuario, sin contraseña, sin registrarse. Un enlace propio y ya está dentro.

Cliente 751 — Enlaces de portal web

DESCRIPCIÓN	ENLACE	ACTIVO	PEDIDOS	ÚLTIMO USO
Encargado de tienda	.../WebPortal?token=9f3c...	Sí	14	10-08 18:22
Almacén	.../WebPortal?token=2b7e...	Sí	3	08-08 09:10
Comercial (baja)	.../WebPortal?token=c104...	No	27	02-06 12:44

WhatsApp

Email

Copiar

En la ficha del cliente, pestaña **Enlaces de portal web**. Se ve quién lo usa, cuántos pedidos ha hecho y cuándo entró por última vez.

Crear y mandar

Nuevo enlace, le pones una descripción y guardas. En la pestaña **Enviar** tienes el botón de **WhatsApp** —que abre el chat con el mensaje escrito— y el de **Email**, ya dirigido al correo del cliente.

Un enlace por persona

Esta es la clave. Puedes dar uno al encargado y otro al almacén: **cada enlace tiene su propio carro**, así que no se pisan los pedidos entre ellos.

Y si alguien se va de la empresa, desactivas *su* enlace sin cortarle a los demás.

Cortar el acceso

Desmarcar **Activo** y listo: el enlace deja de funcionar al instante y quien lo abra ve «Enlace no válido o desactivado».

Quien tenga el enlace, es el cliente. No hay contraseña que lo respalde, así que trátalo como una llave: quien lo reenvíe está dando acceso a **sus precios y su histórico de compras**. Los enlaces **no caducan solos** —viven hasta que los desactivas. Dos costumbres que lo resuelven: **un enlace por persona** con su nombre en la descripción, y darlo de baja en cuanto alguien deja de necesitarlo.

Lo que ve el cliente

Una sola pantalla, pensada para el móvil. Sin menús, sin secciones, sin perderse.

Slave Computer, sl

Cliente: JOSGALL PLANT S.L. (751) - IVA INCLUIDO: NO

Importe orientativo sin IVA. Al preparar el pedido pueden añadirse cargos por embalajes, portes, gastos de gestión, etc.

POT1

Categoría web

Todas (3)

Color

Todas (3)

Temporada

Todas (3)

3 Artículos

Códigos	Descripción	Precio / Cantidad	Subtotal
 POT1 (16) 2434280000166	POTHO COLGAR 13 Plantas de interior Verde Eterna	1,00 € 201 1-100 1,10 101-200 1,05 +200 1,00	201,00 +10%
 POT11 (4828) 2434280048281	POTHO 11 Plantas de interior Verde Eterna	0,75 € 12 1-100 0,75 101-200 0,70 +200 0,65	9,00 +10%
 POT15 (3713) 2434280037131	POTHO TARRINA 15 Plantas de interior Verde Eterna	2,16 € 22 1-10 5,89 11-20 2,40 +20 2,16	47,52 +10%

Utilidades

4 Líneas

Total: 324,93 € sin IVA · Con impuestos: 364,84 €

Enviar pedido

Datos de ejemplo. Fíjate en la escala de precios bajo el artículo: el tramo que se le está aplicando sale resaltado en verde.

Busca como quiere

Por referencia, por descripción o **por código de barras**. Y tres filtros — categoría, color y temporada — que **muestran cuántos productos hay en cada opción** teniendo en cuenta lo que ya haya filtrado.

Ve las fotos

Las mismas que tienes en la ficha del artículo. Pulsa la miniatura y se abre a pantalla grande, con las demás fotos debajo si hay varias.

Desde el móvil

En el teléfono la tabla se convierte en **tarjetas**, con la foto grande y la casilla de cantidad a mano. Está pensado para pedir de pie en el almacén.

Sus precios, no una lista genérica

Esto es lo que separa este portal de una tienda online cualquiera: cada cliente ve **exactamente lo que se le va a cobrar**.

Su tarifa	El nivel T1...T9 que tenga en su ficha decide el precio de partida
Los tramos por cantidad	Al teclear más unidades, el precio baja solo y el tramo aplicado se resalta. Sin recargar la página
Su descuento por familia	Ya viene aplicado, con su insignia verde «-10 %»
Los importes	Sin IVA , y debajo el total con impuestos como referencia

La escala de precios está a la vista. Bajo cada artículo aparece algo como 1-10 2,70 · 11-20 1,50 · +20 1,25, con el tramo actual marcado. El cliente **ve el incentivo por comprar más** sin que nadie se lo tenga que explicar por teléfono. Es, probablemente, lo que más sube el pedido medio.

Se deja claro tres veces que el importe es orientativo: en la cabecera, junto al total y al confirmar. El texto dice que pueden añadirse embalajes, portes y gastos de gestión. El importe de verdad lo fija tu albarán o tu factura, como siempre.

Y los precios se refrescan solos. Si el cliente deja el carro a medias tres días y entretanto le cambias la tarifa, al volver a entrar verá los precios nuevos. Nunca se envía un pedido con una tarifa caducada.

El carro no se pierde

No es una cesta de navegador: vive en tu GestioERP, así que aguanta apagones, cambios de móvil y días de por medio.

Se guarda solo

No hay botón de guardar. Al teclear una cantidad se guarda al momento y la barra de abajo lo confirma:

Guardando... → **Guardado**

✓.

Sigue ahí mañana

Puede empezar el pedido el lunes en el ordenador y rematarlo el miércoles en el móvil. Mismo enlace, mismo carro.

Un carro por enlace

El encargado y el almacén pueden estar preparando pedidos **a la vez** sin mezclarse. Cada enlace tiene el suyo.

Puede dejar notas. Un comentario general del pedido y otro **en cada línea** —«los verdes que sean grandes», «para el sábado sin falta»—. Ambos llegan al pedido que tú recibes.

Para quitar un artículo basta con **poner cantidad 0**, o pulsar la papelera desde «Ver carro». Y si se queda sin líneas, el carro desaparece: no te llenas de presupuestos vacíos.

Las utilidades: el botón que hace que repita

El botón amarillo de la barra inferior. Cuatro listas que convierten «tengo que repasar el catálogo» en «marco cuatro cosas y envío».

Últimas compras

El repetir pedido. Lo último que compró de cada artículo, con la fecha, la cantidad y **cuánto hace:** «hace 12 días».

Para quien repone, esto es la lista de la compra: ve la rotación de cada artículo de un vistazo y va sumando con el botón +.

Productos actuales

Lo que se está vendiendo **ahora mismo**, entre todos tus clientes. El catálogo real de la semana, no las cuatro mil fichas.

Es como decirle «esto es lo que hay bueno esta semana» sin llamarle.

Lo que compran los demás

Lo que otros clientes están pidiendo **hoy y ayer**, ordenado por cuántos lo piden. Pura prueba social: si tres floristerías han pedido eso hoy, algo tendrá.

Nunca se dice quién: solo el número de clientes y las unidades.

Ver carro

El repaso final, con las cantidades grandes y editables, los comentarios y el total. Es donde se remata el pedido antes de enviarlo.

Y encima de las tres listas van tus «Aconsejados». Los artículos que marques como aconsejados en su ficha salen **siempre los primeros**, con su estrella. Es tu escaparate: lo que quieres colocar esta semana, delante de sus narices, en todas las pantallas.

Qué pasa cuando le da a enviar

1 Le pide confirmación

Con el importe: «¿Confirmas el envío del pedido por 342,50 €? Después no podrás modificarlo desde aquí».

2 Se crea un pedido de cliente

Normal y corriente, en el estado de siempre: **editable, pendiente de revisar**. Con sus líneas, sus precios y sus comentarios.

3 Se avisa por correo

A ti, con el resumen del pedido. Y al cliente, un «Hemos recibido tu pedido» con el mismo resumen.

4 Él ve la confirmación

Con la referencia del pedido y un botón para empezar otro.

5 Tú lo trabajas como siempre

Está en **Ventas** → **Pedidos**. Lo revisas, ajustas si hace falta y lo sirves. Las observaciones dicen que vino del portal.

Y mientras tanto puedes espiar el carro. En **Ventas** → **Carros web abiertos** ves lo que tus clientes están preparando *antes* de que lo envíen: quién, con qué enlace, cuánto lleva. Sirve para llamar a tiempo —«veo que estás haciendo pedido, ¿te añado los que te faltan del jueves?»—.

Qué se publica y qué no

Tú decides artículo por artículo. De fábrica **no se publica nada**: hay que ir marcando.

CASILLA EN LA FICHA DEL ARTÍCULO	QUÉ HACE
Visible en el portal	Si no está marcada, el cliente ni lo ve. Los artículos nuevos nacen sin marcar
Se puede pedir	Si la quitas, se ve pero con la etiqueta <i>Solo consulta</i> : escaparate sin poder pedirlo
Aconsejado	Sale el primero en las tres listas de utilidades y en el carro
Categoría · Color · Temporada	Los tres filtros del portal. Los valores te los montas tú
Texto para la web	Una descripción comercial, distinta de la del ERP. Sale en cursiva bajo el nombre

No hay que ir uno por uno. Desde la **lista de artículos** filtras por familia, seleccionas todos y usas los botones de *Portal web*: marcar visible, quitar del portal, marcar aconsejado, quitar aconsejado. Publicar una familia entera es cosa de dos clics.

Además de tu marca, el artículo tiene que estar **marcado como «se vende»** y **no bloqueado** en el ERP. Si un artículo no aparece en el portal y juras que lo marcaste, es casi siempre una de esas dos.

Las categorías, colores y temporadas

Vienen ya sembradas —12 categorías de vivero, 10 colores con su color real y las 4 estaciones— y se cambian en **Administración** → **Segmentaciones web**. Si vendes otra cosa, las reescribes y listo.

Lo que conviene saber antes de darlo

No mira el stock

El cliente puede pedir algo que no tienes. Es deliberado —un pedido es una intención, no una reserva— pero significa que **alguien tiene que revisar** antes de servir.

No hay pedido mínimo

Ni importe mínimo, ni cantidad mínima, ni bloqueo por deuda. Si lo necesitas, hoy se controla al revisar el pedido.

El cliente no ve sus facturas

El portal es solo para pedir. No consulta facturas, ni albaranes, ni lo que debe, ni puede descargarse los pedidos que ya mandó.

Sin Fitoware pierde tres cosas

Los **tramos por cantidad**, los **descuentos por familia** y el **comentario por línea**. El resto funciona igual: catálogo, filtros, fotos, carro, utilidades y envío.

Lo que hemos añadido

Comparado con lo que se suele ofrecer —una tienda online genérica, o nada—, esto es lo que aporta.

LO QUE AÑADIMOS	LO QUE TE AHORRA
Acceso por enlace, sin registro	El cliente entra al segundo de recibir el WhatsApp. Sin altas, sin contraseñas olvidadas, sin llamadas de «no puedo entrar».
Sus precios de verdad	Su tarifa, sus tramos y sus descuentos. No una lista pública que luego hay que corregir a mano en cada pedido.
La escala de tramos a la vista	El cliente ve solo lo que gana pidiendo más. Sube el pedido medio sin que nadie negocie.
Carro permanente y por persona	Pedidos preparados a lo largo de la semana, y varias personas del mismo cliente sin pisarse.
Últimas compras	Repetir el pedido de siempre en un minuto, con la rotación de cada artículo delante.
Productos actuales y lo que compran los demás	Vender lo que se mueve esta semana sin llamar a nadie, con prueba social y sin revelar quién compra qué.
Aconsejados	Tu escaparate, siempre el primero en todas las pantallas del portal.
Carros web abiertos	Ver el pedido que está preparando <i>antes</i> de que lo mande, y llamar a tiempo.
Precios que se refrescan solos	Que nunca entre un pedido con una tarifa vieja.
Comentarios por línea	Las instrucciones del cliente llegan pegadas a su artículo, no en un audio de WhatsApp.
Pensado para el móvil	Pedir de pie en el almacén, con la foto grande y el dedo.

Ponerlo en marcha

1 Elige qué se publica

Lista de artículos → filtra por familia → seleccionar todo → *Marcar visible en el portal*. Empieza por lo que más se vende.

2 Ponles foto

Es lo que más se nota. Sin foto el portal se usa la mitad.

3 Clasifícalos

Categoría y color, que son los filtros que de verdad usa el cliente.

4 Marca tus aconsejados

Diez o quince, no más: es un escaparate, no un catálogo.

5 Revisa la tarifa del cliente

Sin tarifa no hay precios. Este es el fallo número uno al estrenar el portal.

6 Crea su enlace y mándaselo

Con una descripción que diga quién es. Y por WhatsApp, que es donde lo va a abrir.

Empieza con **un cliente de confianza**. Que lo use una semana, escucha qué le chirría y ajusta. Cuando ese esté contento, el resto va solo.

Guía 8 – El portal web del cliente

Escrita el 11/08/2026

Comprobada con: FacturaScripts 2026.6 · WebERP 0.7 · Fitoware 2.4

Si tu instalación tiene versiones anteriores, algo de lo que se cuenta aquí puede no estar todavía. Al actualizar un módulo, revisa esta guía.