



# G. Información adicional

- G1. Nueva presentación de tramitación de pedido - Información adicional
- G2. Asistencia en el arranque (servicio incluido con la contratación de licencia Wakaprint) - Información adicional
- G3. Formación incluida con la contratación de licencia Wakaprint - Información adicional
- G4. Ayudas y recomendaciones - Información adicional
- G5. Subir archivos de pedidos con productos que tienen requiere archivo activado - Información adicional
- G6. Servicio de creación de contenidos - Información adicional
- G7. Otros softwares relacionados disponibles para contratación - Información adicional
- G8. Tabla medidas camisetas imagen - Información adicional
- G9. Plantilla envío correo solicitud de publicación de Wakaprint en tu dominio - Información adicional
- G10. Cómo interpretar los avisos de conexión segura en tu navegador - Información adicional
- G11. Sobre Spam en cuentas de correo - Información adicional
- G12. Textos legales y cumplimiento normativo información año 2026 - Información adicional
- G13. Territorios e Impuestos en España
- G14. Gestión de incidencias visuales en móvil derivadas de caché o entorno
- G15. Para garantizar una experiencia de compra correcta y evitar posibles errores visuales...
- G16. A tener en cuenta como usuario de un dispositivo móvil para navegación por internet
- G17. Módulo Wakaprint en ERP

- G18. Gestión general contable de ventas online y en establecimiento (Información orientativa)
- G19. Consideraciones fiscales en España según territorio (Información orientativa)
- G20. Numeración de facturas cuando existe un único NIF y varias marcas o canales de venta (Información orientativa)
- G21. Rectificación de facturas emitidas en España (Información orientativa)
- G22. Sobre forma de pago Paypal
- G23. Sobre pago con tarjeta de crédito bancaria.
- G24. Configuración de una forma de pago con confirmación inmediata

# G1. Nueva presentación de tramitación de pedido - Información adicional

## Nueva vista del carrito por defecto

900 000 000


---

ROTULACIÓN    IMPRENTA    COPISTERÍA    PUBLICIDAD    NEONES    TEXTIL PERSONALIZADO

---


### ARTÍCULOS EN SU CARRITO


PDF



**Carteles Mupis**  
Envío estimado: 11 de abril de 2025  
13,14 €  
Cantidad: 5      Base: 10,86 €      Impuesto: 21% IVA


Alto: 500mm  
Ancho: 500mm

DETALLES 



**Placas rotuladas**  
Envío estimado: 22 de abril de 2025  
5,33 €  
Cantidad: 1      Base: 4,41 €      Impuesto: 21% IVA

Alto: 200mm  
Ancho: 300mm

DETALLES 

#### Resumen

Subtotal de artículos	15,27 €
Costos de envío	0,00 €
Subtotal	15,27 €
Impuestos	3,21 €
<b>Total</b>	<b>18,47 €</b>

[REALIZAR PEDIDO](#)

¿Tienes un cupón?

La dirección proporcionada está incompleta o hay un error en la configuración de la tienda

[VACIAR CARRITO](#)

## Nueva vista del carrito con detalles de producto desplegados



### Carteles Mupis

Envío estimado: 11 de abril de 2025

13,14 €

Cantidad: 5

Base: 10,86 €

Impuesto: 21% IVA

DETALLES ▾



Alto

500mm

Ancho

500mm

#### Detalles

Referencia	TZVN8NY6
Alto	500mm
Ancho	500mm
Cantidad	5
Material cartel	Carteles papel estucado 150 g
Laminado	Sin laminado
Montado en rígido	Sin rígido
Tiempos	Express



### Placas rotuladas

Envío estimado: 22 de abril de 2025

5,33 €

Cantidad: 1

Base: 4,41 €

Impuesto: 21% IVA

DETALLES ▾



**Proceso de tramitación de pedido Paso 1**  
Vista permitiendo compra como usuario invitado

1

Información personal

2

Direcciones

3

Opciones de entrega

4

Opciones de pago

## INFORMACIÓN PERSONAL

Usaremos esta dirección de correo electrónico para enviarle actualizaciones del pedido

Email  
formacion@wakaprint.com[¿Tiene una cuenta? Haga clic aquí para iniciar sesión](#)

AÑADIR NOTAS AL PEDIDO

TÉRMINOS Y CONDICIONES

 He leído y acepto los términos y condiciones. Darse de alta en el boletín Doy mi consentimiento para el procesamiento de mis datos personales. Para más información lea nuestra [política de privacidad](#).

## Resumen

Subtotal de artículos	15,27 €
Costos de envío	0,00 €
Subtotal	15,27 €
Impuestos	3,21 €
<b>Total</b>	<b>18,47 €</b>

SIGUIENTE PASO

[¿Tienes un cupón?](#)

La dirección proporcionada está incompleta o hay un error en la configuración de la tienda

## Proceso de tramitación de pedido Paso 2.1

Vista permitiendo compra como usuario invitado misma dirección de facturación y envío

1

Información personal

2

Direcciones

3

Opciones de entrega

4

Opciones de pago

## DIRECCIONES

 Es una empresa

Nombre

Apellidos

Teléfono

Dirección

Código postal

Población

País

Seleccione país

 Envío a la misma dirección que la factura (sólo aplicable si se elige la entrega a domicilio).

## Resumen

Subtotal de artículos	15,27 €
Costos de envío	0,00 €
Subtotal	15,27 €
Impuestos	3,21 €
<b>Total</b>	<b>18,47 €</b>

CONTINUAR

[¿Tienes un cupón?](#)

La dirección proporcionada está incompleta o hay un error en la configuración de la tienda

\*La información de la dirección puede almacenarse de manera segura en nuestros sistemas durante 5 minutos para usarla al confirmar el pedido. [Política de privacidad](#)[< VOLVER A LA INFORMACIÓN PERSONAL](#)

## Proceso de tramitación de pedido Paso 2.2

Vista permitiendo compra como usuario invitado con diferentes direcciones para facturación y para envío

1

Información personal

2

Direcciones

3

Opciones de entrega

4

Opciones de pago

## DIRECCIONES

 Es una empresa

Nombre

Jesús

Apellidos

Pérez Villaverde

Teléfono

947099900



Dirección

C/ Bureba 5, NAVE 44

Código postal

09007

Población

Burgos

País

España



Provincia

Burgos prov



DNI/NIF

00000000

 Envío a la misma dirección que la factura (sólo aplicable si se elige la entrega a domicilio).

## DIRECCIÓN DE ENVÍO

 A una empresa

Nombre

600000000

Apellidos

Pérez Villaverde

Teléfono

600000000



Dirección

Avenida Fuente Nueva 5,10ª

Código postal

18002

Población

Granada

País

España



Provincia

Granada



## Resumen

Subtotal de artículos	15,27 €
Costos de envío	4,13 €
Subtotal	19,40 €
Impuestos	4,07 €
<b>Total</b>	<b>23,47 €</b>

CONTINUAR

¿Tienes un cupón?

\*La información de la dirección puede almacenarse de manera segura en nuestros sistemas durante 5 minutos para usarla al confirmar el pedido. [Política de privacidad](#)

[< VOLVER A LA INFORMACIÓN PERSONAL](#)

## Proceso de tramitación de pedido Paso 3

Vista permitiendo compra como usuario invitado

1  
Información personal

2  
Direcciones

3  
Opciones de entrega

4  
Opciones de pago

### OPCIONES DE ENTREGA

¿Tienes alguna instrucción especial para la entrega? Encontrarás un campo para notas del pedido en el siguiente paso.

Envío 24/48 h

Envío 24/48 h. según Kilos

Envío gran volumen

Recogida por mis propios medios ✓Gratis

Configuración personalizada Elija esta opción para una configuración de envío personalizada.

< VOLVER A LA DIRECCIÓN

**Resumen**

Subtotal de artículos	15,27 €
Costos de envío	4,13 €
Subtotal	19,40 €
Impuestos	4,07 €
<b>Total</b>	<b>23,47 €</b>

SIGUIENTE PASO

¿Tienes un cupón?

## Proceso de tramitación de pedido Paso 4.1

Vista permitiendo compra como usuario invitado con mismo envío para todos los productos

1  
Información personal

2  
Direcciones

3  
Opciones de entrega

4  
Opciones de pago

### OPCIONES DE ENTREGA

¿Tienes alguna instrucción especial para la entrega? Encontrarás un campo para notas del pedido en el siguiente paso.

Envío 24/48 h

Envío 24/48 h. según Kilos

Envío gran volumen

Recogida por mis propios medios ✓Gratis

Configuración personalizada Elija esta opción para una configuración de envío personalizada.

< VOLVER A LA DIRECCIÓN

**Resumen**

Subtotal de artículos	15,27 €
Costos de envío	4,13 €
Subtotal	19,40 €
Impuestos	4,07 €
<b>Total</b>	<b>23,47 €</b>

SIGUIENTE PASO

¿Tienes un cupón?

## Proceso de tramitación de pedido Paso 4.2

Vista permitiendo compra como usuario invitado con diferentes envíos por producto

1

Información personal

2

Direcciones

3

Opciones de entrega

4

Opciones de pago

## OPCIONES DE ENTREGA

PDF

¿Tienes alguna instrucción especial para la entrega? Encontrarás un campo para notas del pedido en el siguiente paso.

- Envío 24/48 h
- Envío 24/48 h. según Kilos
- Envío gran volumen
- Recogida por mis propios medios ✓Gratis
- Configuración personalizada Elija esta opción para una configuración de envío personalizada.

### Envío personalizado para cada producto

- Carteles Mupis**
- Envío 24/48 h
  - Envío 24/48 h. según Kilos
  - Envío gran volumen
  - Recogida por mis propios medios

- Placas rotuladas**
- Envío 24/48 h
  - Envío 24/48 h. según Kilos
  - Envío gran volumen
  - Recogida por mis propios medios

< VOLVER A LA DIRECCIÓN

### Resumen

Subtotal de artículos	15,27 €
Costos de envío	4,13 €
Subtotal	19,40 €
Impuestos	4,07 €
<b>Total</b>	<b>23,47 €</b>

SIGUIENTE PASO

¿Tienes un cupón?

## Proceso de tramitación de pedido Paso 4-Pago

Vista permitiendo compra como usuario invitado con diferentes envíos por producto

1

Información personal

2

Direcciones

3

Opciones de entrega

4

Opciones de pago

## OPCIONES DE PAGO

 Tarjeta de crédito (Redsys) Transferencia bancaria Paypal Bizum Payspock Pagar en tiendaVOLVER A LA SELECCIÓN DE  
TRANSPORTISTA

## Resumen

Subtotal de artículos	15,27 €
Costos de envío	4,13 €
Subtotal	19,40 €
Impuestos	4,07 €
<b>Total</b>	<b>23,47 €</b>

REALIZAR PEDIDO

¿Tienes un cupón?

# G2. Asistencia en el arranque (servicio incluido con la contratación de licencia Wakaprint) - Información adicional

La contratación de la licencia incluye servicio de asistencia para el arranque para subir contenidos, publicación de la tienda en el dominio del cliente y ajustar forma de pago mediante tarjeta de crédito entre otros.

A continuación reflejamos tabla de los contenidos y ajustes a facilitar por el cliente para la prestación del servicio.

Plantilla	Estado	Observaciones
Dominio		(*)Las cuentas de correo nuevas serán creadas por soporte técnico y tendrán el nombre del dominio después de la @. El prefijo (antes de la @) será el que vosotros decidáis. Por ejemplo; ac@dominio.com, info@dominio.com o tienda@dominio.com entre otros.  Se recomienda utilizar este documento para controlar los contenidos y ajustes esenciales que se van facilitando o gestionando.
Nombre de dominio y DNS		
Logotipos de la marca de la tienda en archivo y tamaño correcto		
Color corporativo en hexadecimal		
Tipografía		
Nombre fiscal		
Nombre comercial		

Número de identificación fiscal	
Términos y Condiciones	
Aviso legal	
Política de privacidad	
Política de cookies	
Firma copyright	
Eslogan en el pie de página	
Descripción página de inicio	
Atención al Cliente	
Cuenta de correo para uso por la tienda (clientes) *	
Cuenta de correo para el público en general*	
Ubicación (domicilio o establecimiento)	
Horario de atención al cliente	
Teléfono de contacto público	
Whatsapp (opcional)	
Google Maps API KEY (opcional)	
IBAN cuenta corriente, entidad y beneficiario	
Pago con tarjeta de crédito (Documentación bancaria)	

Bizum (opcional con TPV pago por tarjeta de crédito)	
Paypal (opcional)	
Redes Sociales (enlaces públicos)	

Observaciones:

- Gestionamos la contratación de un nuevo dominio a nombre del cliente si fuera necesario.
- Creamos las cuentas de correo siempre y cuando tengamos accesos para hacerlo.
- Prestamos asistencia telefónica técnica para configuración de forma de pago Paypal en el supuesto de que el cliente no consiga ajustarlo con éxito.
- La asistencia técnica y de funcionamiento para la licencia de Wakaprint PREMIUM es mediante solicitudes y consultas telefónicas, por correo y tickets.
- La asistencia técnica y de funcionamiento para la licencia de Wakaprint LITE es mediante solicitudes y consultas por correo y tickets.

Al formalizar la contratación de Wakaprint un gestor de cuentas inicia el contacto y envío de esta información entre otras como por ejemplo; para acordar la primera hora de formación de las 5 que se imparten en directo con cada cliente individualmente.

# G3. Formación incluida con la contratación de licencia Wakaprint - Información adicional

En la contratación de la licencia Wakaprint se incluye la formación

**Modo de realización:**

En directo con el cliente.

**Horas de formación:**

Se compone de 5 horas.

**Se imparte la formación:**

1 hora al día previo acuerdo de fecha/hora entre el experto y el cliente. Es recomendable distanciar los días de formación lo suficiente para que el cliente pueda practicar con la aplicación entre una formación y otra.

**Por medio:**

Se hace mediante reunión con la aplicación Google Meet.

Inicia la reunión el experto enviando al cliente invitación a unirse, a la cuenta de correo facilitada.

**Con equipo necesario:**

- Requiere un ordenador conectado a la red www.
- Entrada y salida de audio. (Auricular con micrófono).

**Incidencias posibles:**

La reunión a través de Google Meet permite la comunicación mediante el chat en caso de que se presente alguna incidencia con el audio. Además, el cliente cuenta con el teléfono de contacto para

comunicarse con el experto, y viceversa.

### **Asistencia para resolución de dudas**

Una vez agotadas las 5 horas de formación, el cliente dispone de 1 año para plantear consultas sobre funcionamiento de la aplicación.



# G4. Ayudas y recomendaciones - Información adicional

- Se recomienda que cualquier usuario que vaya a acceder a datos personales (en particular los considerados sensibles) lo haga en **estricto cumplimiento de la normativa vigente en materia de protección de datos (Reglamento (UE) 2016/679 - RGPD - y Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales)**. Cuando el acceso se realice a instancia directa del titular de los datos, esta autorización deberá otorgarse por escrito e incorporar expresamente una cláusula de confidencialidad que garantice la no divulgación ni el uso indebido de la información.
- La aplicación dispone de las herramientas necesarias para crear una tienda en la que el cliente obtenga la información que necesita de forma intuitiva, inspirando confianza, despertando el interés y el deseo de compra. Todo ello con el objetivo de que el potencial cliente formalice la compra.
- La aplicación ofrece **ayudas para el administrador**. Puede mostrarlas en un campo de texto, mediante un icono de información que al poner el cursor sobre él muestra la ayuda, o en un texto fuera y debajo de los campos a rellenar o ajustar.
- Para **ver el nombre completo de los valores sin acceder a su edición** poner el cursor encima del texto y mostrará el texto completo.
- El **índice de las características** es útil **como menú de navegación** en la ficha del producto.  
Al hacer clic sobre una característica en la lista del índice se accede a la posición en la que está la característica.  
Estando en la zona inferior de la ficha de producto se accede a la zona superior de la ficha de producto rápidamente al hacer clic en la primera característica del índice de característica.  
También puede usar las teclas del teclado de inicio y fin para acceder rápidamente al

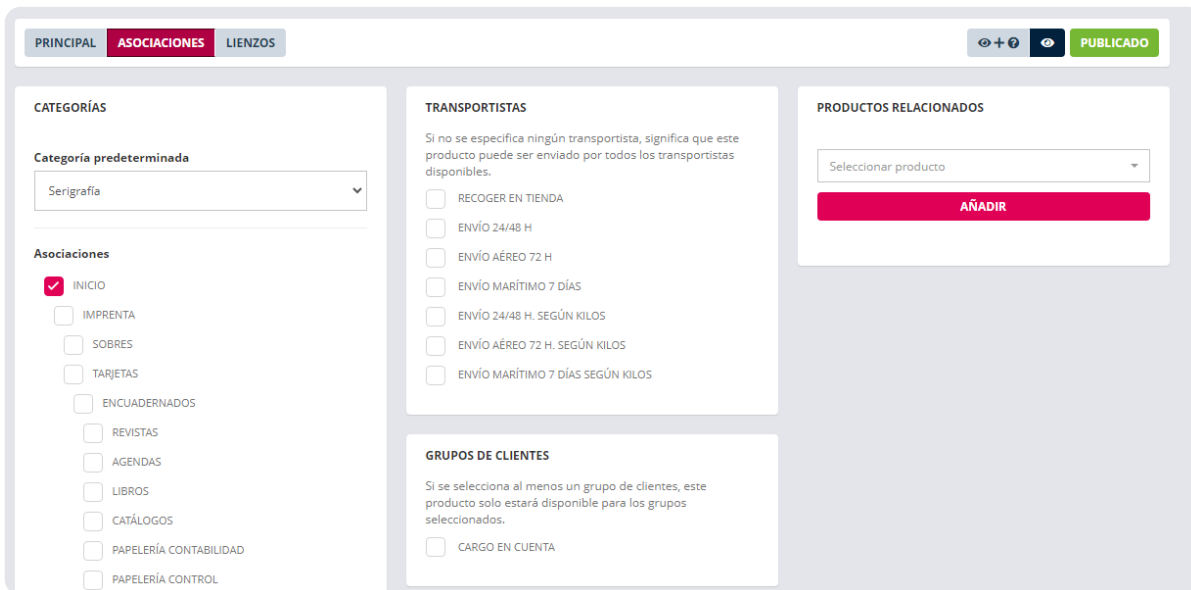
inicio o final de la página respectivamente.

- En la versión 3.15.0 se modifica la apariencia de la ficha de producto desde el administrador. Se añade un buscador de características. La interfaz se muestra en navegación de tres pestañas: principal, asociaciones, lienzo.

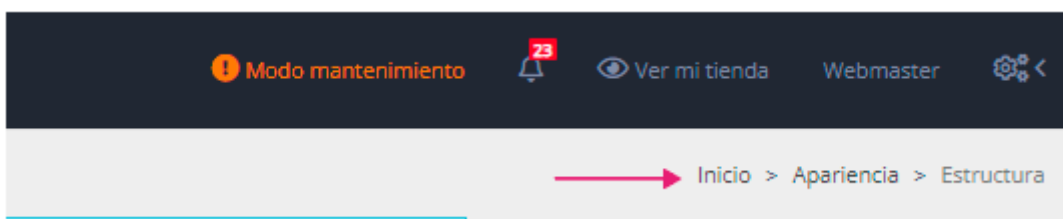
The screenshot displays a product management interface with three tabs: 'PRINCIPAL', 'ASOCIACIONES', and 'LIENZOS'. The 'PRINCIPAL' tab is active. The interface includes a top navigation bar with 'Inicio', a search icon, and a 'PUBLICADO' button. The main content area is divided into several sections:

- Product Information:** Fields for Nombre (Tazas), Slug (tazas), Referencia (MH37PWGS), Ref. proveedor, EAN, and Marca.
- OPCIONES DE PRODUCTO:** A central section with a 'Búsqueda rápida' input and a list of product options: CANTIDAD (CANTIDAD), DISEÑO (SELECCIONAR), ENTREGA (TIEMPO DE PRODUCCIÓN), MODELO (IMÁGENES), and MODO COLOR SERIGRAFÍA (RADIO). This section is highlighted with a dark border.
- Advanced Mode:** A section titled 'El modo avanzado te permite personalizar la jerarquía de características...' with a checked 'MODO AVANZADO' checkbox and a 'STOCK Y COMBINACIONES' button.
- Navigation:** Buttons for 'MAPA' and 'ÍNDICE'.
- Alphabetical Index:** A section titled 'ÍNDICE ALFABÉTICO' with a list: 1. Cantidad, 2. Diseño, 3. Entrega, 4. Modelo, 5. Modo color serigrafía.
- Price and Taxes:** Fields for 'Desde: (para mostrar en catálogo)' (13,00 €), 'Precio de venta mínimo' (0,00 €), and 'Impuestos' (21%).
- AÑADIR CARACTERÍSTICA:** A form with 'TIPO' (Radio) and 'NOMBRE' (Crear o buscar por nombre) fields.

En la pestaña Asociaciones se muestran las relativas a categorías, transportistas, y grupos de clientes.



- Buscar productos en el listado de productos por el id del producto es muy rápido y al ser único por producto evita cometer errores.
- Los impactos de precio por tramos generan una gráfica con un diente de sierra en un punto medio. Es debido a que matemáticamente los rangos tienen esa consecuencia. En una cantidad concreta se produce un salto cuantitativo mayor que en el resto de tramos. Sin embargo las gráficas de los impactos de precio aplicando un variable más un fijo crean tramos sin el efecto de diente de sierra en la gráfica.
- Breadcrumbs (migas de pan).  
Para facilitar la navegación la aplicación presenta la ruta que muestra las secciones por las que se ha llegado a la sección y permite hacer clic en ellas para volver a secciones recorridas.



- El texto de la imagen llamado Alt se escribe en escritura normal sin guiones.


- El peso en editor de propiedades de producto es por unidad de producto. Los gastos de envíos por rangos de peso tienen en cuenta la cantidad de unidades que compra el cliente. Multiplican el precio establecido en el campo de peso por las unidades que compra el cliente.
- El dato de cantidad por caja no repercute en el precio. Es una medida informativa para saber cuántos vienen por caja.
- La altura de las vistas públicas de las tarjetas de las categorías que se muestran en la página de inicio es definida para toda la fila afectando a la altura de todas las tarjetas de categorías que están en la fila. La altura la define la categoría que está en la fila que más texto tiene en la descripción corta.
- Para consultar y comprender el flujo de cantidades que tiene el producto configuradas recomendamos usar la vista del producto con las ayudas de flujo de cantidad.



Este botón le permitirá como administrador ver el producto como lo ve el cliente pero con las cantidades de unidades que reciben las características y las cantidades de unidades que obtienen o reservan para poder ser recibidas por otras características. Para diferenciarlas tener en cuenta su posición. Si se muestran justo antes de la característica es la cantidad de unidades que esta recibiendo. Si está inmediatamente después de la característica es la cantidad de unidades que puede estar o no estar recibiendo otra característica de ella.

Para ver el flujo de cantidades de forma jerárquica. Es decir, en el orden en el que se transfieren la características las cantidades de unidades está el árbol. El árbol además de permitirnos ver el flujo de cantidades ordenado nos permite modificar las cantidades recibidas y ver los cambios en él de forma dinámica.

Cuando se trabaja con diferentes fuentes de cantidad, suele ser interesante echar un vistazo al árbol de jeraquia.

 VER ÁRBOL

Recomendación. Antes de modificar el árbol haga una captura de pantalla de él para comparar los cambios y poder tener una referencia en el supuesto de querer volver al estado anterior a los cambios del árbol.

- Al regenerar el tamaño de las imágenes en algunos casos los productos pueden mostrar en la vista del gestor la imagen pero no en la vista pública. Esto es debido a lo que se explica en la sección llamada "Funcionamiento de las imágenes" del capítulo llamado "Imágenes" de este manual.

... Si por alguna razón faltase la imagen original en el sistema, es posible que se sigan visualizando en nuestras imágenes generadas, pero tan pronto como se vuelva a solicitar la regeneración de las tamaño de imagen esta se perderán, ya que no tienen ninguna foto de origen desde donde poder copiarse.

Después de regenerar las imágenes revisar las imágenes públicas de los productos y si alguna no se muestra volver a subirlas. Antes de subirlas verifique si la imagen de tipo "list" está definida como por defecto. Si no lo está actuar según indicaciones siguientes.

Ir a Apariencia->Tamaños de Imágenes y actualice la de tipo "list". Marcarla como por defecto. **Sólo hacerlo con la de tipo "list"**. Comprobar si se ven las imágenes.

CREAR NUEVO TAMAÑO						Mostra
NOMBRE	ANCHO	ALTO	POR DEFECTO	LLENAR	MARCA DE AGUA	
thumb	80	80	No	✓	✗	VER ▾
list	300	200	Sí	✓	✗	VER ▾
preview	550	350	No	✗		Actualizar
slider	650	300	No	✓		Eliminar

Inicio > Tamaño de imagen > list > Update

MARCA DE AGUA

POR DEFECTO

ACTUALIZAR

- Para facilitar la navegación entre las opciones de un producto, desde el gestor con los botones de página atrás/adelante del navegador se pueden recorrer una a una las

características a las que se ha accedido anteriormente.

Inspeccionando dimensiones de imágenes

**Intrinsic size** se corresponde al tamaño del ajuste de la imagen fijado en Apariencia.

**Rendered size** es el tamaño en el que se está mostrando la imagen.

El tamaño de la imagen que se ha subido no se puede ver en la inspección de la web ya que las redimensiona al tamaño de Intrinsic size

# G5. Subir archivos de pedidos con productos que tienen requiere archivo activado - Información adicional

En los productos que tienen activado "Requiere archivo" hace que desde la vista del pedido del lado del cliente se muestre el botón de carga de archivo, tanto si la compra es como cliente registrado o como cliente invitado.

A tener en cuenta:

- Cuando el pedido ha sido tramitado, Wakaprint envía de forma automática un correo de confirmación de pedido al cliente con los detalles del producto, forma de pago, fecha de entrega y **referencia** entre otros.
- El administrador puede ajustar que solo esté permitida la compra a clientes registrados.
- A criterio del administrador en un producto se puede tener activado "Requiere archivo" y una característica que requiera subir el archivo para el cálculo del precio (vector, sube tu PDF).
- A criterio del administrador en un producto se puede tener activado "Requiere archivo" y el diseñador.
- Wakaprint ofrece diversos editores de texto para ayudas, descripción larga en el producto (con posibilidad de insertar videos) así como botón para enlazar a página de instrucciones de archivo. Con estas herramientas el administrador puede informar claramente al cliente de cómo ha de cargar el archivo, cómo reemplazarlo y cómo volverlo a subir en el supuesto de ser rechazado incluso.

**Los usuarios registrados** acceden a su cuenta con usuario y contraseña y verán en su panel de gestión de cuenta los pedidos que hayan tramitado con esa cuenta. Para iniciar sesión hacen clic en ese icono.




Al hacer clic muestra el formulario de acceso a cuenta de usuario registrado.

### Iniciar sesión

Usuario  
formacion@wakaprint.com

Contraseña  
.....

Recordarme la próxima vez

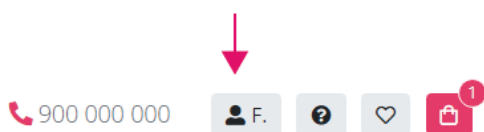
No soy un robot   
reCAPTCHA  
Privacidad - Términos

**INICIAR SESIÓN**

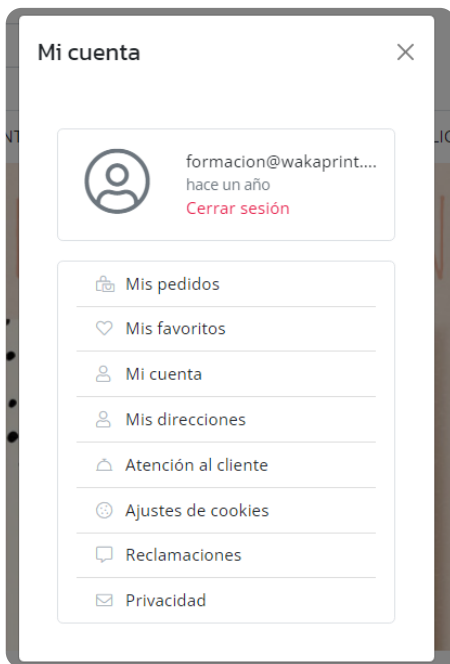
No recuerdo mi contraseña

¿No tienes cuenta? [Crea una aquí](#)

En esta imagen se ve como el cliente tiene iniciada la sesión de su cuenta de usuario registrado. Se reconoce porque aparece la inicial del nombre del usuario registrado junto al icono.



Al hacer clic de nuevo en el icono se accede al menú de la cuenta de usuario registrado.



El cliente accede a la opción del menú "Mis Pedidos". Se mostrarán todos los pedidos que haya tramitado.

Al acceder a un pedido mostrará en el producto que tiene requiere archivo el botón de subir archivo con la leyenda "Elegir archivo". Además muestra un botón para acceder a la información sobre subida de archivos llamado "Limitaciones de instrucciones de carga". Esta información comunica entre otros el tamaño de archivo máximo a subir (dato obtenido de forma automática de las limitaciones ajustadas en el servidor), y el tiempo disponible para cambiar el archivo (según lo ajustado por el administrador de la tienda, siendo el tiempo mínimo de 15 minutos).

## Productos

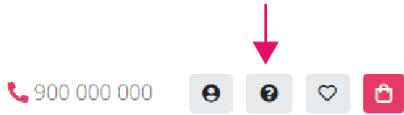
Mostrando 1-2 de 2 elementos.

<b>Tarjetones</b> <b>Referencia:</b> IMB291B7 <b>Cantidad:</b> 25 <b>Modo de Impresión:</b> A todo color (cuatro tintas CMYK) <b>Diseño:</b> Con tu diseño <b>Formato:</b> 105 x 148 mm (A6) <b>Impresión de caras tarjetón:</b> Una cara	<b>Fecha aproximada</b> <b>9</b> martes <b>ABRIL 2024</b> <b>Precio</b> Subtotal   Impuesto   Subtotal con impuestos	<b>ELEGIR ARCHIVO</b> LIMITACIONES E INSTRUCCIONES DE CARGA
---	--	--

Una vez transcurrido el tiempo ajustado para permitir al cliente cambiar el archivo, éste estará

disponible para su descarga en el pedido en la vista del administrador de la tienda.

**Los clientes que compran como invitados** acceden a su pedido desde la sección de "Seguimiento" de la vista titulada "Atención al Cliente". Para acceder a esta vista hacer clic en el siguiente icono y después en el botón "Seguimiento".



## ATENCIÓN AL CLIENTE DE SAMPLEPRINT



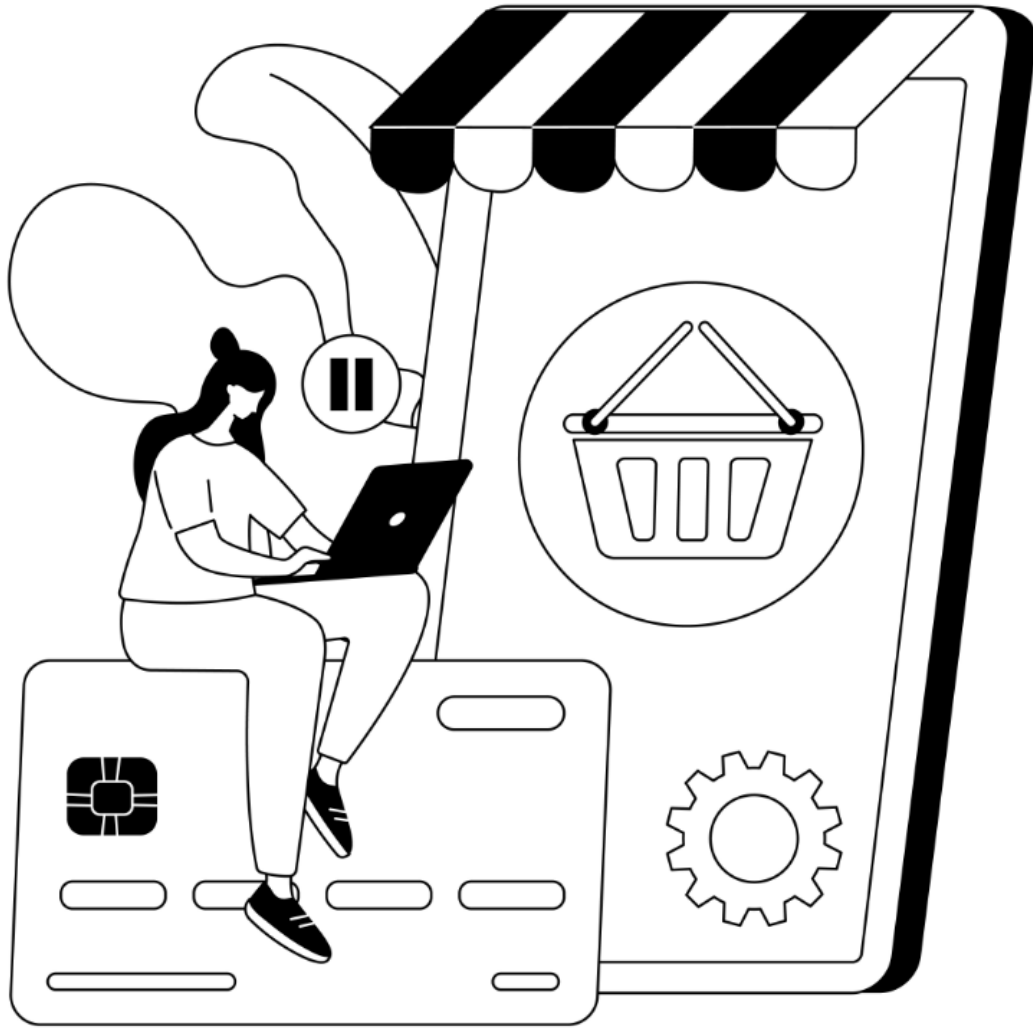
El cliente invitado escribe en el formulario el email con el que hizo el pedido y la referencia de éste. Al hacer clic en el botón buscar pedido y mostrará el pedido como al usuario registrado.

# G6. Servicio de creación de contenidos - Información adicional

El equipo de Wakaprint pone a disposición del cliente la opción de contratar bolsa de horas para creación de contenido y subida de productos.

Previa entrevista con el cliente sobre tipo de contenidos a subir y productos a crear se hace una estimación de las horas requeridas para llevarlo a cabo. El cliente puede contratar un mínimo de 20 horas y un máximo de 60 horas de bolsa de horas de llave en mano.

Las horas contratadas pueden ser ampliadas con contratación de más horas y pueden ser consumidas en un máximo de tiempo de 1 año.



# G7. Otros softwares relacionados disponibles para contratación - Información adicional

1. Módulo diseñador en línea para Wakaprint. Para que el cliente suba el archivo en el mockup del producto.
2. Módulo para vender fotocopias on line en Wakaprint. Sistema que permite subir uno o varios PDF, cuenta las páginas y ajusta el precio en función de opciones como gramaje de papel, tamaño del papel, disposición de páginas en cara, impresión de caras, juegos, cubiertas y encuadernados en función de páginas por juego resultantes. Dispone de explorador para visualizar las páginas de los PDF y descartar páginas.
3. ERP ENICO  
A destacar sus múltiples funcionalidades para emisión y envío de documentos de ventas, control de la producción, llavero para contraseñas, comunicación mediante tickets, creación de documentos agrupados en proyecto, factura digital, gestión de peticiones de trabajadores, CRM, compartir archivos, pedidos a proveedores, control de permisos de usuarios, entre otros.

El ERP ENICO y Wakaprint están conectados para añadir rápidamente conceptos de productos especificados con precios calculados a documentos del ERP. Lo que permite no tener que hacer cálculos manuales para cada concepto al crear presupuestos o pedidos en el ERP.

El ERP ENICO es publicado en un dominio del cliente y alojado en un hosting lo que permite acceder a él desde cualquier dispositivo conectado a la red www.

**El cliente puede solicitar una demo guiada con un experto para conocer mejor estos softwares y resolver sus dudas.**



**Es posible contratar el El ERP ENICO con forma de pago mediante Bono del Kit digital.**



# G8. Tabla medidas camisetas imagen - Información adicional

TALLA	PECHO (CM)	CINTURA (CM)	CADERA (CM)
XS	81-86	66-71	84-89
S	86-91	71-76	89-94
M	91-97	76-81	94-99
L	97-102	81-86	99-104
XL	102-107	86-91	104-109
XXL	107-112	91-96	109-114
XXXL	112-117	96-101	114-119

# G9. Plantilla envío correo solicitud de publicación de Wakaprint en tu dominio - Información adicional

**Asunto:** Publicación de tienda y gestión de cuentas de correo

**Destinatario:** [contenidos@wakaprint.com](mailto:contenidos@wakaprint.com)

Hola,

Soy **[Nombre del cliente o empresa]** y estoy en proceso de publicar mi tienda con Wakaprint. A continuación, detallo la información necesaria para avanzar con la publicación del dominio y la gestión de las cuentas de correo:

## 1. Dominio

**¿Tienes ya registrado el dominio?**

Sí

No

**Gestión del registro del dominio:**

Yo me encargaré del registro y la gestión del dominio

Deseo que el equipo de Wakaprint se encargue del registro

**Nombre del dominio:** [ejemplo: midominio.com]

**Situación actual del dominio:** [ejemplo: registrado y activo / en proceso de transferencia / aún sin registrar]

**¿El dominio tiene actualmente contenido publicado?**

Sí

No

(Si la respuesta es **sí**, por favor, detallar qué hay publicado actualmente y qué se desea hacer con ese contenido:)

[Texto libre: por ejemplo, "Actualmente el dominio muestra un sitio informativo antiguo. Deseamos reemplazarlo completamente con la nueva tienda."]

## 2. Cuentas de correo

### **¿Existen cuentas de correo actualmente?**

Sí

No

(Si existen cuentas:)

### **¿Desea migrar el contenido de los buzones?**

Recomendado conservar y usar un servidor básico para el contenido de los buzones de las cuentas de correo.

### **Cuentas de correo nuevas a crear (si se necesita):**

- [ejemplo: [contacto@midominio.com](mailto:contacto@midominio.com)]
- [ejemplo: [info@midominio.com](mailto:info@midominio.com)]

Saludos

[Nombre]

# G10. Cómo interpretar los avisos de conexión segura en tu navegador - Información adicional

## Diagnóstico rápido de avisos de conexión

Síntoma en el navegador	Posible causa	Qué hacer
URL tachada o candado roto, mensaje "La conexión no es privada" / "No seguro"	Certificado SSL/TLS caducado, inválido o mal configurado	Revisar certificado del sitio (online: SSL Labs), no depender de red; todos los usuarios verán el mismo error
Mensaje: "Este sitio web no puede proporcionar una conexión segura" / "Prueba Diagnóstico de red de Windows"	Problema de red o nodo intermedio (firewall, CDN, proxy)	Probar desde otra red o dispositivo, limpiar caché DNS, esperar resolución del servidor o nodo regional
Solo ocurre en ciertas ubicaciones o provincias	Nodo de CDN o ruta de red específica con fallo	Confirmar desde otra ubicación; problema temporal del proveedor de hosting/CDN
Opción "Avanzado / Continuar bajo su propio riesgo" disponible	Problema de certificado	Solo continuar si confías en el sitio; de lo contrario no arriesgar datos
No hay opción de continuar	Problema de conexión segura bloqueada	Revisar firewall, antivirus o red; normalmente temporal o regional

## Consecuencias de usar sistemas operativos o navegadores desactualizados

**Mayor riesgo de seguridad:** Los navegadores antiguos pueden no soportar protocolos HTTPS modernos, exponiéndote a ataques de interceptación de datos.

**Mensajes frecuentes de error:** Podrías recibir alertas de conexión segura aunque el sitio funcione correctamente.

**Incompatibilidad con certificados nuevos:** Muchos sitios usan certificados y protocolos TLS recientes que los navegadores desactualizados no reconocen.

**Limitación de funciones web:** Algunas páginas podrían no cargarse correctamente o bloquearse por medidas de seguridad.

## 📌 Recomendaciones

- Mantener siempre el sistema operativo y navegador actualizados para garantizar seguridad, compatibilidad y acceso sin interrupciones.
- Siempre verificar fecha y hora del dispositivo.
- Limpiar caché de navegador y DNS si el problema parece intermitente.
- Si es un problema de certificado, todos los usuarios lo verán.
- Si solo ocurre en una zona, suele ser CDN o ruta de red.

# G11. Sobre Spam en cuentas de correo - Información adicional

Las cuentas de correo electrónico asociadas al dominio pueden utilizarse de forma básica para la comunicación habitual de la tienda. Para un funcionamiento más avanzado —por ejemplo, con filtros automáticos de spam, mayor capacidad de almacenamiento o herramientas colaborativas— se recomienda valorar el uso de servidores especializados en correo electrónico.

En este sentido, se han analizado distintas soluciones:

1. Servidor de listas negras: permite bloquear remitentes identificados internacionalmente como emisores de spam. Aunque contribuye a reducir mensajes no deseados, se recomienda complementarlo con otras medidas más avanzadas. **Solución aplicada.**
2. Google Workspace: ofrece la posibilidad de gestionar las cuentas de correo de su propio dominio desde la plataforma de Google, utilizando la aplicación Gmail y beneficiándose de sus potentes filtros antispam y herramientas adicionales. **Acción a realizar por el administrador.**
3. Servidores externos especializados: existen proveedores dedicados exclusivamente a la gestión de correo electrónico que incluyen sistemas avanzados de protección y filtrado, ofreciendo un nivel superior de seguridad y control en la recepción de mensajes. **Requiere migración de la cuenta de correo.**

En conclusión, aunque ningún sistema garantiza la eliminación total del spam, tanto la opción de **Google Workspace** como la de un **servidor externo especializado** ofrecen un nivel de protección mucho más completo y fiable que el filtro actual basado únicamente en listas negras.

El Hosting Avanzado para Wakaprint se centra en garantizar el máximo rendimiento de la tienda online, mientras que la gestión del correo electrónico puede optimizarse mediante soluciones diseñadas específicamente para ese propósito.

# G12. Textos legales y cumplimiento normativo información año 2026 - Información adicional

## 1. Introducción

La plataforma Wakaprint permite la gestión de datos personales y la realización de transacciones electrónicas en el contexto de la actividad de comercio electrónico. El titular del sitio web debe cumplir con la normativa vigente en materia de protección de datos, comercio electrónico y defensa de los consumidores.

Para ello, el sitio web debe disponer de los textos legales obligatorios, incluyendo el Aviso legal, la Política de privacidad y los Términos y condiciones.

## 2. Aviso legal

El Aviso legal es el documento que identifica al titular del sitio web e informa sobre las condiciones generales de acceso y uso.

Su finalidad es garantizar la transparencia y proporcionar al usuario información sobre la entidad responsable del sitio web.

El Aviso legal debe incluir, como mínimo, la siguiente información:

- Identidad del titular del sitio web
- Número de identificación fiscal (NIF / CIF)
- Dirección postal
- Dirección de correo electrónico de contacto
- Condiciones de uso del sitio web
- Información sobre propiedad intelectual

- Limitación de responsabilidades

Este documento debe estar accesible de forma permanente desde el sitio web.

### 3. Política de privacidad

La Política de privacidad informa al usuario sobre el tratamiento de sus datos personales.

Es obligatorio disponer de este documento cuando el sitio web recoge datos personales mediante funcionalidades como:

- Formularios de contacto
- Registro de usuarios
- Procesos de compra
- Formularios de suscripción
- Uso de cookies o herramientas de análisis

La Política de privacidad debe indicar:

- La identidad del responsable del tratamiento
- La finalidad del tratamiento de los datos
- El tiempo de conservación
- Los derechos del usuario
- La forma de ejercer dichos derechos

**No es obligatorio registrar los ficheros de datos personales ante la Agencia Española de Protección de Datos.** No obstante, el responsable del sitio web debe mantener un registro interno del tratamiento de datos y aplicar las medidas de seguridad correspondientes.

### 4. Términos y condiciones

Los Términos y condiciones regulan la relación contractual entre el titular del sitio web y el cliente durante el proceso de compra.

Este documento debe definir las condiciones aplicables a la contratación, incluyendo:

- El proceso de compra
- Los precios e impuestos aplicables
- Las formas de pago disponibles
- Las condiciones de envío y entrega
- La política de cancelación y devoluciones
- Las garantías aplicables
- La legislación aplicable

La plataforma Wakaprint requiere la aceptación expresa por parte del cliente de los Términos y condiciones y de la Política de privacidad para completar un pedido.

Durante el proceso de compra, el sistema muestra las casillas de verificación correspondientes. El cliente debe marcar dichas casillas para poder finalizar el pedido.

El sistema no permite completar el pedido sin esta aceptación. Esta validación permite garantizar el consentimiento expreso del cliente y la validez legal de la transacción.

La aceptación queda registrada como parte de la información del pedido.

## **5. Consentimiento del usuario**

Cuando el sitio web recoge datos personales o permite la realización de pedidos, debe obtenerse el consentimiento expreso del usuario.

La plataforma Wakaprint incorpora mecanismos que garantizan que este consentimiento se obtiene de forma válida mediante la aceptación de los textos legales correspondientes.

## **6. Uso de cookies**

Si el sitio web utiliza cookies, el titular debe informar al usuario mediante una política de cookies y, cuando sea necesario, obtener su consentimiento antes de su uso.

## **7. Responsabilidad del titular del sitio web**

El titular del sitio web es responsable de redactar, publicar y mantener actualizados los textos legales obligatorios.

La plataforma Wakaprint proporciona las herramientas necesarias para su integración y visualización, si bien la responsabilidad legal del cumplimiento normativo corresponde al titular del sitio web.

## 8 Formulario de desistimiento

En la mayoría de tiendas online es obligatorio poner a disposición del cliente un formulario de desistimiento, según la normativa de consumidores de la Unión Europea.

El desistimiento permite al cliente:

- Cancelar la compra
- Sin necesidad de justificación
- En un plazo de **14 días naturales** desde la recepción del pedido siempre y cuando no sea un producto claramente personalizado.

### 8.1 Obligación legal

El titular del sitio web debe:

- Informar al cliente sobre el derecho de desistimiento
- Proporcionar un medio para ejercerlo
- Poner a disposición un formulario de desistimiento (modelo estándar o equivalente)

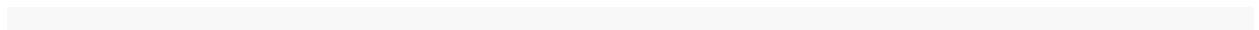
Este formulario puede:

- Publicarse en una página del sitio web, o
- Incluirse en los Términos y condiciones, o
- Facilitarse junto con el pedido

### 8.2 Excepción importante

El derecho de desistimiento **no se aplica a productos personalizados**, lo cual es muy relevante en el caso de Wakaprint.

En ese caso, debe indicarse expresamente en los Términos y condiciones que:



No se admite el derecho de desistimiento en productos personalizados, conforme a la normativa vigente.

# G13. Territorios e Impuestos en España

A fecha del 20 de febrero de 2026

## 1. Territorios de España

### Provincias en España península

#### 1.1 Provincias de España Peninsular — Códigos ISO y prefijos postales

##### Notas técnicas:

- El prefijo postal corresponde a los dos primeros dígitos del código postal.
- El código ISO sigue el estándar ISO 3166-2:ES.
- Esta clasificación es útil para configurar impuestos, envíos y validaciones en Wakaprint.

#### 1.2 Provincias de España Peninsular ordenadas por Comunidad Autónoma

Comunidad Autónoma	Provincia	Código ISO	Prefijo postal
Andalucía	Almería	ES-AL	04
Andalucía	Cádiz	ES-CA	11
Andalucía	Córdoba	ES-CO	14
Andalucía	Granada	ES-GR	18
Andalucía	Huelva	ES-H	21
Andalucía	Jaén	ES-J	23
Andalucía	Málaga	ES-MA	29
Andalucía	Sevilla	ES-SE	41
Aragón	Huesca	ES-HU	22
Aragón	Teruel	ES-TE	44
Aragón	Zaragoza	ES-Z	50
Asturias	Asturias	ES-O	33

Comunidad Autónoma	Provincia	Código ISO	Prefijo postal
Cantabria	Cantabria	ES-S	39
Castilla-La Mancha	Albacete	ES-AB	02
Castilla-La Mancha	Ciudad Real	ES-CR	13
Castilla-La Mancha	Cuenca	ES-CU	16
Castilla-La Mancha	Guadalajara	ES-GU	19
Castilla-La Mancha	Toledo	ES-TO	45
Castilla y León	Ávila	ES-AV	05
Castilla y León	Burgos	ES-BU	09
Castilla y León	León	ES-LE	24
Castilla y León	Palencia	ES-P	34
Castilla y León	Salamanca	ES-SA	37
Castilla y León	Segovia	ES-SG	40
Castilla y León	Soria	ES-SO	42
Castilla y León	Valladolid	ES-VA	47
Castilla y León	Zamora	ES-ZA	49
Cataluña	Barcelona	ES-B	08
Cataluña	Girona	ES-GI	17
Cataluña	Lleida	ES-L	25
Cataluña	Tarragona	ES-T	43
Comunidad de Madrid	Madrid	ES-M	28
Comunidad Valenciana	Alicante	ES-A	03
Comunidad Valenciana	Castellón	ES-CS	12
Comunidad Valenciana	Valencia	ES-V	46
Extremadura	Badajoz	ES-BA	06
Extremadura	Cáceres	ES-CC	10
Galicia	A Coruña	ES-C	15
Galicia	Lugo	ES-LU	27
Galicia	Ourense	ES-OR	32
Galicia	Pontevedra	ES-PO	36
La Rioja	La Rioja	ES-LO	26
Navarra	Navarra	ES-NA	31

Comunidad Autónoma	Provincia	Código ISO	Prefijo postal
País Vasco	Álava	ES-VI	01
País Vasco	Bizkaia	ES-BI	48
País Vasco	Gipuzkoa	ES-SS	20
Región de Murcia	Murcia	ES-MU	30

### 1.3 Provincias y territorios especiales de España — Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla

Comunidad Autónoma	Provincia / Ciudad Autónoma	Código ISO	Prefijo postal	Impuesto aplicable
Islas Baleares	Illes Balears	ES-PM	07	IVA
Islas Canarias	Las Palmas	ES-GC	35	IGIC
Islas Canarias	Santa Cruz de Tenerife	ES-TF	38	IGIC
Ceuta	Ceuta	ES-CE	51	IPSI
Melilla	Melilla	ES-ML	52	IPSI

#### Notas técnicas:

- **Illes Balears** aplica IVA, igual que la Península.
- **Islas Canarias** aplican IGIC (Impuesto General Indirecto Canario), no IVA.
- **Ceuta y Melilla** aplican IPSI (Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación).
- Los prefijos postales corresponden a los dos primeros dígitos del código postal.
- Esta clasificación es necesaria para configurar correctamente los impuestos y envíos en Wakaprint.

## 2. Territorios en España y tipos de impuestos indirectos

España dispone de distintos sistemas de imposición indirecta según el territorio. A continuación se detallan los impuestos aplicables y sus tipos principales:

Territorio	Impuesto	General	Reducido	Superreducido	Otros tipos
Península	IVA	21%	10%	4%	0% (exportaciones, exenciones)

Territorio	Impuesto	General	Reducido	Superreducido	Otros tipos
Baleares	IVA	21%	10%	4%	0% (exportaciones, exenciones)
Canarias	IGIC	7%	3%	0%	9,5%, 13,5%, 15%, 20% (especiales)
Ceuta	IPSI	Variable	Variable	Variable	Depende del tipo de producto o servicio
Melilla	IPSI	Variable	Variable	Variable	Depende del tipo de producto o servicio

## 2.1 Descripción de los tipos:

### IVA (Península y Baleares)

- General (21%): aplicable a la mayoría de productos y servicios.
- Reducido (10%): transporte, hostelería, algunos productos sanitarios.
- Superreducido (4%): libros, alimentos básicos, medicamentos.
- Exento (0%): exportaciones, envíos a Canarias, Ceuta y Melilla.

### IGIC (Canarias)

- General (7%): tipo más habitual.
- Reducido (3%): determinados productos específicos.
- Cero (0%): productos básicos.
- Incrementados (9,5%, 13,5%, 15%, 20%): productos específicos.

### IPSI (Ceuta y Melilla)

- Los tipos varían según el producto o servicio.
- Generalmente inferiores al IVA.
- Establecidos por cada ciudad autónoma.

### Importante para Wakaprint:

Los pedidos enviados desde Península o Baleares a Canarias, Ceuta o Melilla deben facturarse sin IVA, aplicándose el impuesto correspondiente en destino.

## 3. Facturación en territorios especiales de España (Canarias, Ceuta y Melilla)

Canarias, Ceuta y Melilla son territorios españoles con un régimen fiscal especial y están fuera del ámbito de aplicación del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Por este motivo, las operaciones de venta de bienes desde la Península o Baleares hacia estos territorios deben facturarse sin IVA.

**Normativa aplicable:**

Ley 37/1992 del IVA, artículo 3 y artículo 21.

### 3.1 Cómo emitir la factura

Cuando el destinatario se encuentre en Canarias, Ceuta o Melilla:

- Los productos deben facturarse sin IVA.
- Los gastos de envío deben facturarse sin IVA, incluso si el proveedor de transporte ha facturado dichos gastos con IVA al remitente.
- La base imponible total (productos y envío) se mostrará sin aplicación de IVA.
- Se recomienda incluir una mención de exención fiscal.

**Ejemplo de concepto en factura:**

Operación exenta de IVA según Ley 37/1992 del IVA, por tratarse de un envío a territorio fuera del ámbito de aplicación del impuesto.

### 3.2 Tratamiento de los gastos de envío

El proveedor de transporte puede facturar el servicio de envío con IVA al remitente cuando este se encuentre en la Península o Baleares. Este IVA es deducible para el remitente según la normativa vigente.

Sin embargo, cuando dichos gastos de envío se repercuten al cliente en Canarias, Ceuta o Melilla, deben incluirse en la factura sin IVA, al formar parte de una operación exenta.

### 3.3 Impuesto aplicable en destino

El cliente deberá abonar el impuesto correspondiente en su territorio:

Territorio	Impuesto aplicable
Islas Canarias	IGIC (Impuesto General Indirecto Canario)
Ceuta	IPSI (Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación)

Territorio	Impuesto aplicable
Melilla	IPSI (Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación)

Este impuesto es gestionado por las autoridades fiscales del territorio correspondiente y normalmente es liquidado por el transportista en el momento de la entrega, junto con los posibles gastos de gestión aduanera.

### **Importante**

- El proveedor en Península o Baleares no debe aplicar IVA en la factura al cliente.
- Los gastos de envío deben facturarse sin IVA cuando el destino sea Canarias, Ceuta o Melilla.
- El IVA soportado en los servicios de transporte facturados al remitente es deducible.
- Estas operaciones se consideran exportaciones a efectos fiscales, aunque el destino sea territorio español.
- El cliente deberá abonar el impuesto local correspondiente (IGIC o IPSI) y, en su caso, los gastos de gestión aduanera.

Esta configuración debe aplicarse correctamente en Wakaprint para garantizar el cumplimiento de la normativa fiscal vigente.

# G14. Gestión de incidencias visuales en móvil derivadas de caché o entorno

## 1. Descripción general del problema

En entornos móviles pueden reportarse anomalías visuales puntuales relacionadas con la presentación de la interfaz, tales como:

- Superposición aparente entre bloques
- Desalineaciones visuales
- Elementos que no se muestran
- Comportamientos responsive inconsistentes

Estas incidencias pueden manifestarse únicamente en determinados dispositivos, versiones de sistema operativo o navegadores, sin que exista necesariamente un error estructural en el código actual desplegado en producción.

Es importante diferenciar entre:

- Error real de maquetación (layout bug)
- Problema derivado del entorno del usuario (caché, renderizado, configuración)

## 2. Causa general más frecuente

La causa más habitual en estos casos es el uso de **recursos cacheados en el navegador móvil**.

Los navegadores móviles almacenan localmente:

- Hojas de estilo CSS
- Archivos JavaScript
- Recursos minificados
- Assets estáticos

Cuando se realizan cambios en producción, el dispositivo puede seguir utilizando versiones anteriores almacenadas en caché, generando discrepancias visuales entre:

- Entorno limpio
- Modo incógnito
- Navegador con caché persistente

Esto puede producir conflictos aparentes que ya no existen en el código actual.

### 3. Indicadores de incidencia por caché

Una incidencia puede clasificarse como derivada de caché cuando:

- No se reproduce en modo incógnito.
- No se reproduce en otro dispositivo limpio.
- No se detectan conflictos reales en DevTools.
- No existe error estructural en el CSS actual.  
Comparar modo normal vs modo incógnito  
Si, en modo incógnito funciona y en modo normal falla. El CSS cargado no es el mismo → problema de caché.
- El comportamiento es inconsistente según navegador o sesión.

El modo incógnito actúa como entorno aislado sin uso de caché previa.

### 4. Consideraciones técnicas relevantes

- Cerrar el navegador no elimina la caché.
- Reiniciar el dispositivo no elimina la caché.
- En iOS, la caché se mantiene hasta borrado manual o expiración.
- Safari puede conservar recursos incluso tras actualizaciones de CSS si no hay invalidación correcta.

Por este motivo, una incidencia visual aislada no debe clasificarse automáticamente como bug activo.

### 5. Procedimiento de verificación

Ante una incidencia visual en móvil:

1. Reproducir en modo incógnito.
2. Reproducir en otro dispositivo.
3. Verificar ausencia de conflicto real en CSS.
4. Revisar cabeceras de caché (cache-control, versionado de assets).
5. Solicitar limpieza de caché al usuario si procede.

### 6. Clasificación de la incidencia

Si se dan estos supuestos:

- El comportamiento no se reproduce en entorno limpio.

- No existe error estructural.
- Se confirma dependencia de sesión o navegador.

La incidencia debe clasificarse como:

**Problema derivado de caché o entorno del usuario, no bug activo en producción.**

# G15. Para garantizar una experiencia de compra correcta y evitar posibles errores visuales...

Para garantizar una experiencia de compra correcta y evitar posibles errores visuales o de funcionamiento, se recomienda a los usuarios seguir estas buenas prácticas al comprar desde un dispositivo móvil.

## **1. Mantener el navegador actualizado**

Es importante utilizar la versión más reciente del navegador (Safari, Chrome, etc.), ya que las versiones antiguas pueden:

- Mostrar errores visuales
- No interpretar correctamente estilos actualizados
- Generar comportamientos inesperados

## **2. Actualizar la página si se detecta un comportamiento extraño**

Si se observa:

- Elementos superpuestos
- Botones que no aparecen
- Diseño desordenado

Se recomienda:

- Recargar la página.
- Cerrar la pestaña y volver a abrirla.
- Probar en modo incógnito.

### **3. Borrar la caché del navegador si el problema persiste**

En ocasiones, el navegador puede estar mostrando una versión antigua almacenada en caché.

Si la página no se visualiza correctamente:

- Borrar los datos del sitio web desde ajustes del navegador.
- Volver a cargar la página tras limpiar caché.

Esto suele resolver incidencias visuales puntuales.

### **4. Evitar niveles de zoom o configuraciones extremas de accesibilidad**

Configuraciones como:

- Zoom de pantalla activado
- Tamaño de texto muy ampliado

Pueden alterar la visualización de algunos elementos en páginas web.

Si se detectan problemas visuales, se recomienda probar temporalmente con la configuración estándar.

### **5. Probar en otro navegador si fuera necesario**

Si un problema persiste en Safari, puede probarse en Chrome o viceversa.

Esto ayuda a determinar si se trata de un problema específico del navegador.

### **6. Comprobar conexión a internet estable**

Conexiones inestables pueden provocar:

- Carga parcial de estilos
- Elementos incompletos
- Botones que no responden

Se recomienda utilizar conexión estable (WiFi o datos móviles con buena cobertura).

## **Conclusión**

La mayoría de incidencias visuales puntuales en móvil se deben a:

- Caché almacenada en el navegador.
- Configuraciones del dispositivo.
- Versiones antiguas del navegador.

- Problemas temporales de conexión.

Siguiendo estas buenas prácticas, la experiencia de compra suele resolverse correctamente sin necesidad de intervención técnica.

# G16. A tener en cuenta como usuario de un dispositivo móvil para navegación por internet

Los navegadores en general, también en los dispositivos móviles, guardan archivos temporales (como estilos y scripts) para que las páginas carguen más rápido.

Si recientemente se ha actualizado la web, tu navegador puede seguir utilizando una versión anterior almacenada, lo que puede provocar que algunos elementos no se muestren correctamente.

Limpiar la caché obliga al navegador a cargar la versión más reciente.

Si al intentar comprar desde tu móvil ves que:

- El botón “Añadir al carrito” no aparece.
- La página se ve desordenada.
- Hay elementos que se superponen.
- No puedes pulsar correctamente un botón.

Es posible que tu navegador esté mostrando una versión antigua almacenada en caché.

Esto es algo que puede ocurrir ocasionalmente cuando se han realizado mejoras recientes en la web.

A continuación te indicamos cómo solucionarlo rápidamente. Si el problema continúa, pasa al siguiente paso.

## **1. Recargar la página**

Primero prueba a:

1. Cerrar la pestaña.
2. Volver a entrar en la página.

3. Recargar manualmente.

## 2. Probar en modo incógnito

Abrir la página en modo incógnito (o navegación privada).

En muchos casos, el problema desaparece al cargar la versión actualizada de la web.

## 3. Alternativa rápida

Si prefieres, puedes:

- Abrir la página en otro navegador (por ejemplo, Chrome).
- Probar desde otro dispositivo.

## 4. Borrado de caché

Paso 1: Borrar la caché del **navegador (iPhone - Safari)**

1. Ir a **Ajustes**
2. Entrar en **Safari**
3. Pulsar **Avanzado**
4. Entrar en **Datos de sitios web**
5. Buscar el nombre de la web
6. Eliminar los datos de ese sitio

Después vuelve a acceder normalmente.

Cómo borrar la caché de **Chrome en iPhone (iOS)**

1. Abrir **Chrome**
2. Pulsar los **tres puntos (...)** abajo a la derecha
3. Entrar en **Configuración**
4. Pulsar **Privacidad**
5. Seleccionar **Borrar datos de navegación**
6. Marcar **“Imágenes y archivos almacenados en caché”**
7. Confirmar

Si solo se marca esa opción:

- Se borra la caché
- No se borran contraseñas
- No se borran datos guardados (si no se seleccionan)

**Si después de estos pasos el problema continúa, por favor contacta con nosotros indicando:**

- Modelo de tu móvil.
- Navegador que estás utilizando.
- Una captura de pantalla del problema.

Te ayudaremos lo antes posible.

# G17. Módulo Wakaprint en ERP

## 1. Descripción general

El módulo Wakaprint en ERP ENICO permite la integración operativa entre el comercio online Wakaprint y el sistema de gestión empresarial ENICO.

Wakaprint es una plataforma de comercio electrónico para la venta de productos personalizables que genera:

- Carritos de compra
- Pedidos
- Información de pago
- Datos del cliente

El módulo en ENICO permite importar esta información para su gestión administrativa, contable y productiva dentro del ERP.

“La integración entre Wakaprint y ENICO nos ha permitido reducir drásticamente el tiempo dedicado a la gestión de presupuestos y pedidos. Ahora calculamos presupuestos en cuestión de segundos, sin duplicar tareas ni realizar complejos cálculos por variaciones.

Además, la comunicación interna entre producción, administración y contabilidad es mucho más fluida, ya que todo el proceso queda centralizado en un único

sistema. La relación con el cliente también es más ágil, ya que enviamos y convertimos los documentos rápidamente desde el ERP.

Hemos optimizado recursos, eliminado errores y ganado una agilidad operativa que antes era imposible.”

**Director de Operaciones**

## 2. Objetivo del módulo

El objetivo principal del módulo es:

- Importar carritos generados en Wakaprint.
- Importar pedidos pendientes de pago.
- Importar pedidos confirmados y pagados.
- Convertir la información online en documentos internos del ERP.

Esto permite centralizar la gestión administrativa y productiva dentro de ENICO.

Presupuestar con los productos en Wakaprint añadirlos al carrito , importarlo en el ERP y gestionar desde éste el presupuesto.

Importar pedidos con pago "Cargo en cuenta" para facturarlos cuando proceda desde EL ERP.

Importar pedido tramitado en Wakaprint en orden de producción en el ERP para control de la producción.

## 4. Gestión de Carritos

La sección **Carritos - Wakaprint** muestra:

- ID del carrito
- Usuario
- Precio total
- Descuento aplicado
- Número de productos
- Fecha
- Opción de importación

Los carritos pueden importarse para su conversión en documentos internos si se requiere gestión manual o recuperación de ventas.

Los productos del carrito se convierten en conceptos al ser importados.

## 5. Gestión de Pedidos

La sección **Pedidos - Wakaprint** muestra:

- Referencia
- Email del cliente
- Precio total
- Estado de pago
- Número de productos
- Fecha
- Estado de importación

Desde esta pantalla es posible:

- Importar pedidos no importados.
- Ver qué pedidos ya han sido procesados.
- Evitar duplicidades mediante marcado automático como "IMPORTADO".

Los pedidos pueden importarse para su conversión en documentos internos si se requiere gestión manual o recuperación de ventas.

En los pedidos importados los productos del carrito se convierten en conceptos al ser importados. y también se añaden los datos del cliente de forma automática.

## 6. Importación manual

La importación se realiza manualmente mediante el botón **IMPORTAR**.

Durante la importación:

- El sistema permite convertir el registro en distintos tipos de documentos.
- Se integran los datos del cliente.
- Se transfieren líneas de producto.
- Se mantiene trazabilidad del origen online.

Una vez importado, el sistema marca el registro para evitar doble importación.

## **7. Ventajas operativas**

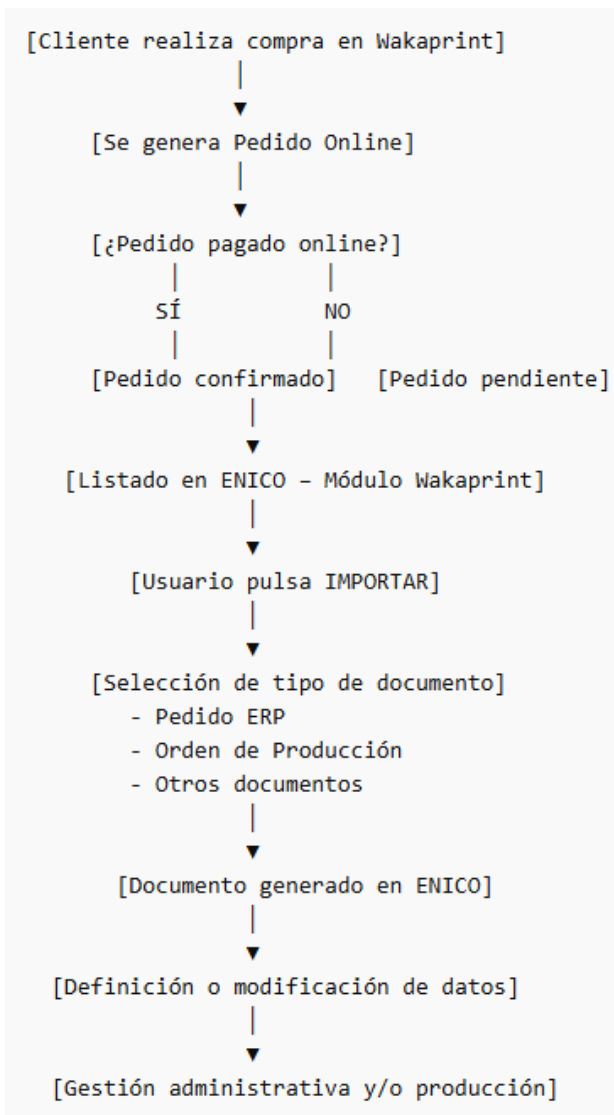
- Centralización de la gestión en ENICO.
- Control manual sobre qué pedidos se integran.
- Flexibilidad para importar carritos o pedidos.
- Posibilidad de facturar desde ERP incluso pedidos no pagados online.
- Integración directa con producción.

## **8. Consideraciones importantes**

- La importación es manual, lo que permite control administrativo.
- El sistema evita duplicidades marcando registros ya importados.
- Los pedidos pueden convertirse en distintos documentos según flujo interno.

## **9. Diagrama de Flujo general - Integración Wakaprint - ERP ENICO**

### **9.1 Pedidos**



### Explicación del flujo 9.1 Pedidos

#### 1. Compra en Wakaprint

El cliente realiza un pedido en la tienda online.

#### 2. Generación del pedido

El pedido se crea en Wakaprint con estado pagado o pendiente de pago.

#### 3. Visualización en ENICO

El pedido aparece en el módulo Wakaprint dentro del ERP.

#### 4. Importación manual

El usuario pulsa IMPORTAR para integrar el pedido.

#### 5. Conversión en documento interno

El pedido se transforma en el documento correspondiente (Pedido ERP, Orden de Producción u otro).

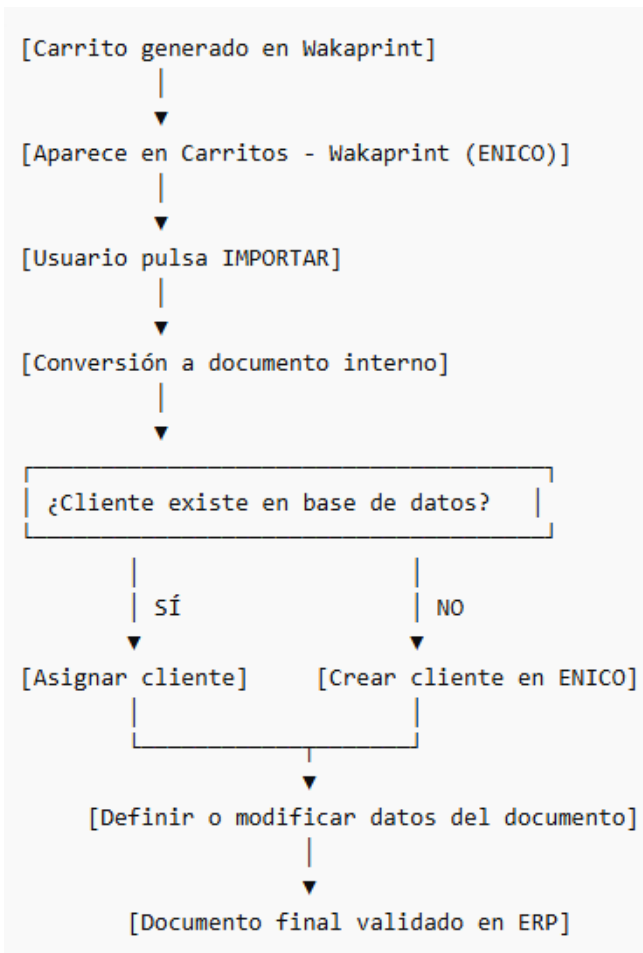
## 6. Definición o modificación de datos

Se revisan y ajustan los datos necesarios antes de continuar el proceso.

## 7. Gestión interna

El documento pasa a gestionarse íntegramente dentro de ENICO.

### 9.2 Flujo alternativo - Carritos



#### Explicación del flujo 9.2 Carritos

1. Carrito generado en Wakaprint.
2. Visualización en ENICO.
3. Importación manual.
4. Conversión a documento interno.
5. Validación o creación de cliente.
6. Definición o modificación de datos.
7. Documento listo para circuito ERP (facturación / producción).

## Para más información solicitar una demo

Horario de Atención al Cliente



+34 947 057 907



ac@wakaprint.com



El horario de atención al cliente es en días laborables de 9:00 a 14:00 h.

Se entienden como días laborables aquellos que no son fin de semana, festivo nacional, autonómico y local.

# G18. Gestión general contable de ventas online y en establecimiento (Información orientativa)

**Aviso.** La información y los procedimientos descritos deberán aplicarse conforme al criterio del asesor fiscal o gestor responsable de la empresa, cuyo criterio prevalecerá en materia contable y tributaria.

El contenido de esta página tiene carácter meramente informativo y orientativo, no constituyendo asesoramiento fiscal ni contable.

## Introducción

1. La información incluida en este apartado tiene carácter general y meramente informativo. No está adaptada a la normativa fiscal española ni a ninguna jurisdicción específica, por lo que deberá contrastarse con la legislación aplicable en cada caso.
2. La interpretación normativa, la llevanza contable y la presentación de declaraciones tributarias deben realizarse conforme al criterio del gestor, asesor fiscal o profesional responsable de la contabilidad de la empresa, cuya indicación prevalecerá en todo caso.

Cuando la empresa realiza ventas tanto a través del comercio electrónico como en establecimiento físico, no es obligatorio llevar dos contabilidades independientes. No obstante, es recomendable diferenciar las operaciones según el canal de venta para facilitar el control y la gestión interna.

## 1. Contabilidad

Se puede mantener una única contabilidad general, diferenciando las ventas por canal mediante:

- Subcuentas contables específicas (ej. Ventas tienda / Ventas online).
- Centros de coste.
- Etiquetas o categorías internas del software contable.

Esta separación permite:

- Analizar la rentabilidad por canal.
- Facilitar la conciliación bancaria (TPV, pasarelas de pago, efectivo).
- Mejorar el control financiero interno.

## **2. Facturación**

Las ventas online suelen generar factura automática en el momento del pago.

Las ventas en establecimiento pueden generar:

- Ticket simplificado.
- Factura completa (cuando el cliente la solicite).

Es recomendable utilizar series de numeración diferenciadas para cada canal (por ejemplo, una serie para tienda y otra para ecommerce), aunque no es obligatorio siempre que se mantenga la correlatividad exigida por la normativa fiscal vigente.

## **3. Declaración de IVA**

A efectos fiscales, las ventas online y físicas se declaran conjuntamente en los modelos tributarios correspondientes. Lo relevante es:

- El tipo impositivo aplicado.
- La localización del cliente (especialmente en ventas internacionales).

## **4. Recomendación**

Aunque no es obligatorio disponer de dos líneas contables separadas, se recomienda estructurar la contabilidad de forma que permita identificar claramente el origen de cada venta, facilitando así el control financiero y el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

# G19. Consideraciones fiscales en España según territorio (Información orientativa)

**Aviso.** La información y los procedimientos descritos deberán aplicarse conforme al criterio del asesor fiscal o gestor responsable de la empresa, cuyo criterio prevalecerá en materia contable y tributaria.

El contenido de esta página tiene carácter meramente informativo y orientativo, no constituyendo asesoramiento fiscal ni contable.

## Introducción

La presente información se ofrece con carácter orientativo. La aplicación concreta de la normativa fiscal en España debe realizarse

Cuando la empresa realiza ventas tanto a través del comercio electrónico como en establecimiento físico dentro de España, debe tener en cuenta que el régimen fiscal aplicable puede variar en función del territorio donde esté establecida o donde se realicen las operaciones.

## 1. Territorio Peninsular y Baleares (IVA)

En la Península y las Islas Baleares se aplica el **Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)**.

- Las ventas online y físicas tributan bajo el régimen general de IVA.
- Debe mantenerse numeración correlativa de facturas.
- Puede utilizarse series diferenciadas por canal (recomendable).
- Las operaciones se declaran en los modelos tributarios correspondientes (ej. modelo 303).

Si la empresa está incluida en el **SII (Suministro Inmediato de Información)**, deberá cumplir además con el envío electrónico de los registros de facturación.

## 2. Canarias (IGIC)

En Canarias no se aplica IVA, sino el **Impuesto General Indirecto Canario (IGIC)**.

- Las facturas deben reflejar el tipo de IGIC correspondiente.
- Las obligaciones formales son similares al IVA, pero con normativa propia.
- Las declaraciones se presentan ante la Agencia Tributaria Canaria.

Es importante que el sistema de facturación permita configurar correctamente el impuesto según territorio.

## 3. Ceuta y Melilla (IPSI)

En Ceuta y Melilla no se aplica IVA ni IGIC, sino el **Impuesto sobre la Producción, los Servicios y la Importación (IPSI)**.

- La tributación depende de la normativa local.
- Las obligaciones formales y tipos impositivos son diferentes al IVA peninsular.

## 4. Ventas entre territorios

Cuando se realizan ventas entre territorios (por ejemplo, Península → Canarias):

- Pueden considerarse operaciones exentas de IVA.
- Pueden generar obligaciones aduaneras o de importación.
- Debe analizarse el tratamiento fiscal específico de cada operación.

## Recomendación

Aunque la gestión contable pueda mantenerse unificada, es fundamental que el sistema permita:

- Configurar correctamente el tipo de impuesto (IVA, IGIC o IPSI).
- Aplicar el tratamiento fiscal adecuado según territorio.
- Diferenciar las operaciones para facilitar la correcta declaración tributaria, conforme al criterio del asesor fiscal o gestor responsable de la contabilidad y las declaraciones tributarias de la empresa.

# G20. Numeración de facturas cuando existe un único NIF y varias marcas o canales de venta (Información orientativa)

**Aviso.** La información y los procedimientos descritos deberán aplicarse conforme al criterio del asesor fiscal o gestor responsable de la empresa, cuyo criterio prevalecerá en materia contable y tributaria.

El contenido de esta página tiene carácter meramente informativo y orientativo, no constituyendo asesoramiento fiscal ni contable.

Cuando la empresa dispone de un único NIF, existe una única entidad fiscal.

Esto implica que:

- Todas las facturas deben emitirse por ese mismo NIF.
- Todas se integran en una única contabilidad.
- Todas se declaran conjuntamente en IVA e IRPF/IS.

Sin embargo, la normativa española no obliga a utilizar una única serie de numeración para todas las facturas.

Lo que exige la normativa es que las facturas tengan numeración correlativa dentro de cada serie.

## ¿Cómo se organiza la numeración correctamente?

Cuando existen varias marcas, establecimientos o canales de venta, pueden utilizarse series diferenciadas.

Por ejemplo:

- Serie A → Marca A
- Serie B → Marca B
- Serie WEB → Ecommerce
- Serie TDA → Tienda física

Cada serie debe:

- Mantener numeración correlativa.
- No presentar saltos injustificados.
- Estar correctamente registrada en la contabilidad única de la entidad.

### Ejemplo práctico

Entidad fiscal: Comercial XYZ, S.L. - NIF B12345678

Marca A:

A-001

A-002

A-003

Marca B:

B-001

B-002

Ecommerce:

WEB-001

WEB-002

Todas las facturas son válidas porque:

- Pertenecen al mismo NIF.
- Cada serie es correlativa.
- Se integran en la misma contabilidad.
- Se declaran conjuntamente en el modelo de IVA.

## ¿Y las facturas rectificativas y de abono?

También pueden tener:

- La misma serie que la original (si el sistema lo permite).
- O una serie propia recomendada.

Ejemplo:

RA-001 → Rectificativa de A-002

RB-001 → Rectificativa de B-001

Lo importante es mantener la trazabilidad con la factura original.

### **Principio clave**

Puede haber múltiples series de facturación bajo un mismo NIF.

Lo obligatorio es:

- Correlatividad dentro de cada serie.
- Integración en una única contabilidad.
- Declaración conjunta en los modelos fiscales correspondientes.

Las marcas pueden cambiar.

Las series pueden ser distintas.

El NIF es único y es el que determina la obligación fiscal.

# G21. Rectificación de facturas emitidas en España (Información orientativa)

**Aviso.** La información y los procedimientos descritos deberán aplicarse conforme al criterio del asesor fiscal o gestor responsable de la empresa, cuyo criterio prevalecerá en materia contable y tributaria.

El contenido de esta página tiene carácter meramente informativo y orientativo, no constituyendo asesoramiento fiscal ni contable.

## Introducción

En España, una vez emitida una factura, no puede modificarse ni eliminarse.

Cualquier error en los datos (por ejemplo, datos fiscales incorrectos) debe corregirse mediante la emisión de una factura rectificativa, conforme al Reglamento de Facturación (RD 1619/2012).

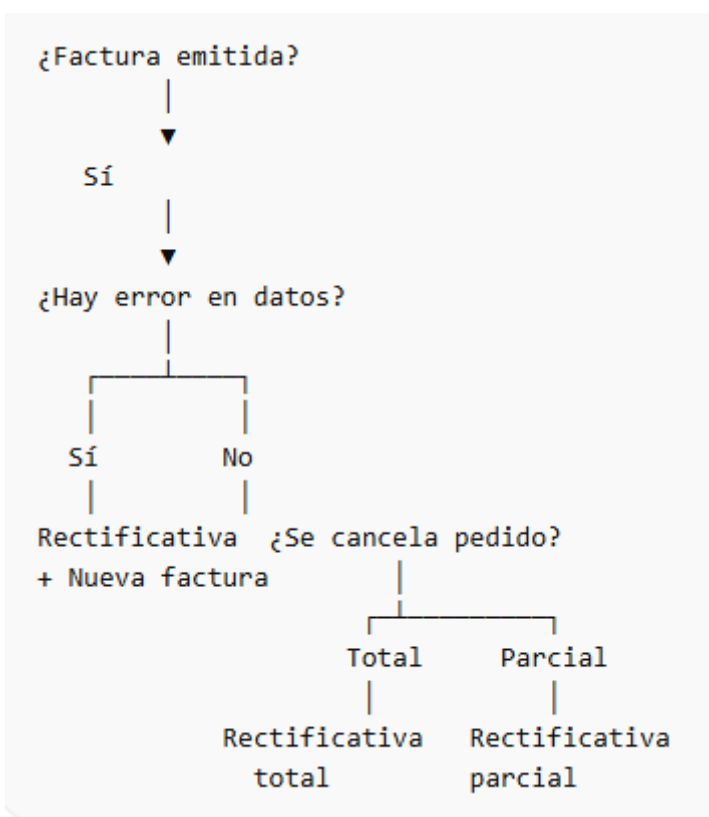
Si Wakaprint está configurado para emitir factura automáticamente cuando el pedido se marca como pagado, el procedimiento a seguir en caso de rectificación de factura o cancelación parcial o total de un pedido tramitado es el siguiente.

## A- Resumen de supuestos de rectificación (España)

Supuesto	¿Cancela el pedido?	¿Modifica la factura original?	¿Qué documento se emite?	¿Devolución de dinero?	Efecto en IVA
----------	---------------------	--------------------------------	--------------------------	------------------------	---------------

Error en datos fiscales	No	No	Rectificativa total + Nueva factura correcta	No	Se anula y se vuelve a declarar correctamente
Cancelación total	Sí	No	Rectificativa total	Sí (importe completo)	Se anula completamente el IVA
Cancelación parcial	△ Parcial	No	Rectificativa parcial	Sí (solo parte cancelada)	Se ajusta proporcionalmente

## Esquema simplificado de decisión



## Qué no se debe hacer

D.1 Declararse en IVA la factura web y la del ERP.

D.2 Generarse facturas nuevas en ERP sin vincularlas a la original.

D.3 Eliminar facturas ya emitidas.

## **Con los procedimientos indicados a continuación en cada supuesto**

E.1 Existe una única factura fiscal válida.

E.2 No se duplica el ingreso.

E.3 No se duplica el IVA.

E.4 Se mantiene correlatividad.

E.5 Se garantiza trazabilidad.

Independientemente del motivo (error o cancelación), la solución siempre pasa por emitir una factura rectificativa desde el sistema oficial de facturación, garantizando el correcto tratamiento contable y fiscal.

### **Supuesto 1 : Error en los datos fiscales (sin cancelar el pedido)**

El pedido es correcto y está pagado.

La factura se ha emitido automáticamente desde Wakaprint.

El cliente detecta un error en sus datos fiscales (por ejemplo, NIF incorrecto o razón social mal escrita).

En España, una factura emitida no puede modificarse.

Debe corregirse mediante factura rectificativa.

**Ejemplo** pedido:

Base imponible: 100 €

IVA (21%): 21 €

Total: 121 €

Factura emitida por Wakaprint: Nº WEB-4587

Cliente: "Juan Pérez SL"

NIF incorrecto

## S1.1 Procedimiento paso a paso:

### **S1.1.1** Registrar la factura en el ERP

Si aún no existe en el ERP:

- Crear factura con numeración oficial del ERP

Ejemplo:

Factura ERP: F-2024-125

Observación: "Correspondiente a factura WEB-4587"

### **S1.1.2** Emitir factura rectificativa (total).

Emitir una factura rectificativa desde el ERP que anule la anterior.

Ejemplo:

Nº Rectificativa: R-2024-015

Base imponible: -100 €

IVA: -21 €

Motivo: "Rectificación de datos fiscales"

Contablemente se revierte el ingreso y el IVA.

**S1.1.3** Emitir nueva factura correcta.

Emitir una nueva factura con los datos correctos.

Ejemplo:

Nº ERP: F-2024-126

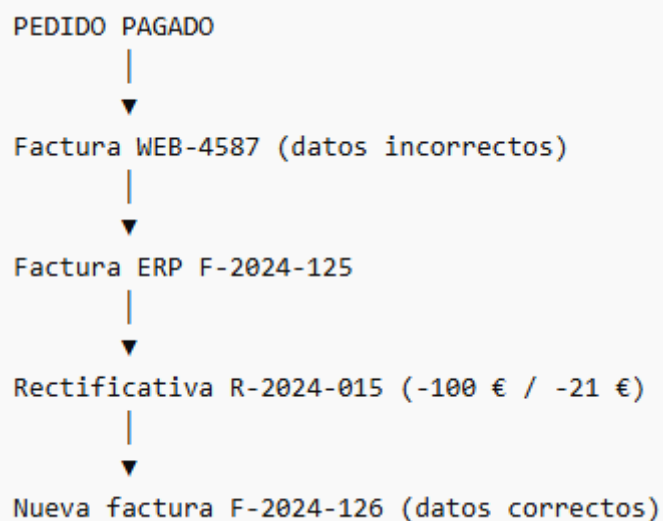
Base imponible: 100 €

IVA: 21 €

Cliente con NIF correcto

Se vuelve a registrar el ingreso correctamente.

### Esquema visual del proceso del ejemplo



#### **S1.1.4** Referencias cruzadas que deben mantenerse.

Ejemplo:

WEB-4587 → Factura generada por Wakaprint

F-2024-125 → Factura registrada en ERP

R-2024-015 → Rectificativa

F-2024-126 → Nueva factura correcta

## S1.2 Resultado final

- El pedido no se cancela.
- No se devuelve el dinero.
- El efecto económico es neutro.
- El IVA queda correctamente declarado.
- Se cumple la normativa española de facturación.

## Supuesto 2: Cancelación total del pedido

En España, la factura ya emitida no puede eliminarse ni modificarse.  
Debe anularse mediante factura rectificativa.

El pedido ha sido pagado y facturado automáticamente desde Wakaprint.  
Posteriormente, el pedido se cancela.

Ejemplo pedido cancelado;

- Pedido:  
Base imponible: 200 €  
IVA (21%): 42 €  
Total: 242 €
- Factura emitida por Wakaprint:  
Nº WEB-4620  
Total: 242 €

## S2.1 Procedimiento:

**S2.1.1** Registrar la factura en el ERP.

Si no estuviera ya registrada: Crear factura en el ERP con numeración oficial.

Ejemplo:

- Factura ERP: F-2024-130
- Observación: "Correspondiente a WEB-4620"

### **S2.1.2** Emitir factura rectificativa por el total

Emitir desde el ERP una factura rectificativa que anule completamente la operación.

Ejemplo:

- N° Rectificativa: R-2024-018
- Base imponible: -200 €
- IVA: -42 €
- Motivo: "Cancelación total de pedido"

Contablemente:

- Se revierte el ingreso.
- Se revierte el IVA repercutido.

### **S2.1.3** Devolver el importe al cliente.

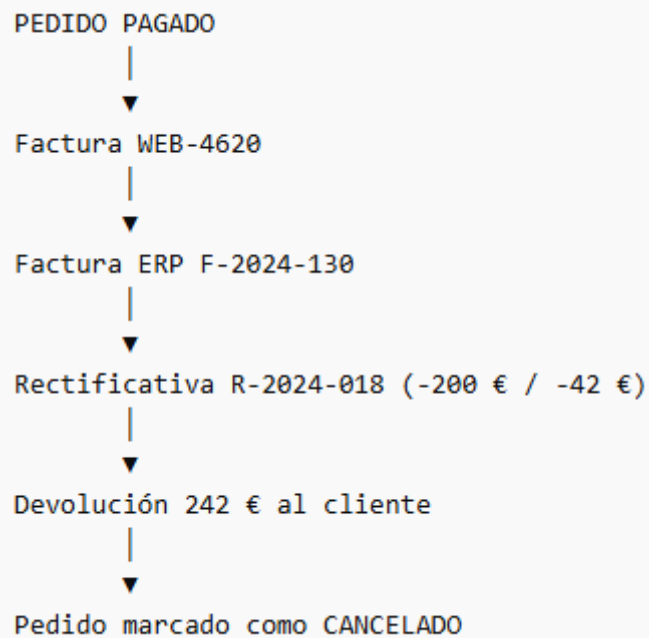
### Ejemplo:

- Registrar la devolución del pago (242 €).
- Reflejar el movimiento en banco o pasarela de pago.

#### S2.1.4 Marcar el pedido como cancelado

- El pedido puede marcarse como cancelado en Wakaprint.
- La factura original no debe eliminarse.

#### Esquema visual del proceso



## S2.2 Resultado final

- La factura original permanece registrada.
- Se emite una rectificativa por el total.
- Se devuelve el dinero al cliente.
- El ingreso y el IVA quedan correctamente anulados.
- Se cumple la normativa española de facturación.

### Supuesto 3: Cancelación parcial del pedido

En España, la factura original no puede modificarse ni eliminarse.  
La corrección debe realizarse mediante una factura rectificativa parcial.

El pedido ha sido pagado y facturado automáticamente.  
Posteriormente, se cancela o devuelve solo una parte del pedido (por ejemplo, uno de los productos).

Si un pedido ya pagado y facturado se cancela parcialmente (por ejemplo, se devuelve uno de los productos), la factura original no puede modificarse ni eliminarse.

Ejemplo pedido cancelado parcialmente;

Pedido original:

- Producto A → 100 €
- Producto B → 50 €
- Base imponible total → 150 €
- IVA (21%) → 31,50 €
- Total factura → 181,50 €
- Factura emitida por Wakaprint:
- N<sup>o</sup> WEB-4702
- El cliente devuelve el Producto B (50 €).

## S3.1 Procedimiento

**S3.1.1** Registrar internamente la devolución o cancelación parcial.

**S3.1.2** Emitir una factura rectificativa únicamente por la parte cancelada.

Ejemplo;

- N° Rectificativa: R-2024-022
- Base imponible: –50 €
- IVA (21%): –10,50 €
- Total rectificativa: –60,50 €
- Motivo: “Rectificación por devolución parcial de mercancía”

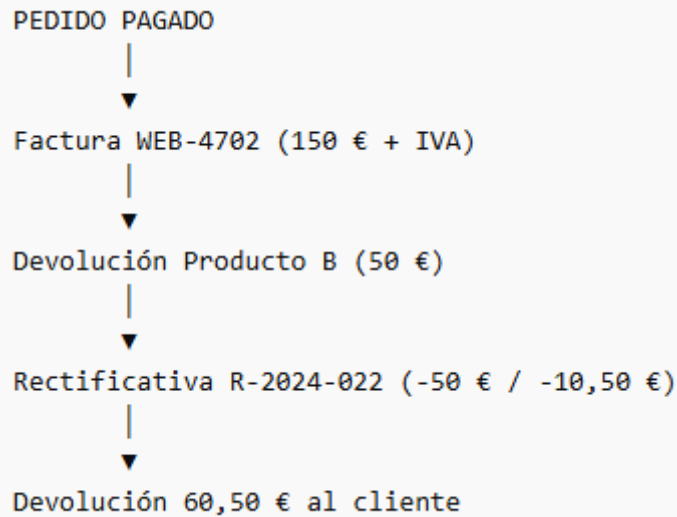
La factura original sigue siendo válida por el resto del importe.

**S3.1.2** Registrar contablemente.

Ejemplo;

- Disminución del ingreso en 50 €
- Disminución del IVA repercutido en 10,50 €
- Registro de la devolución de 60,50 € al cliente (si procede)

### Esquema visual del proceso



## S3.2 Resultado final

- La factura original no se modifica.
- Solo se rectifica la parte afectada.
- El ingreso y el IVA se ajustan proporcionalmente.
- El pedido queda parcialmente válido.
- Se cumple la normativa española de facturación.

## S3.3 Idea clave

En cancelaciones parciales:

- No se emite nueva factura completa.
- No se elimina la original.
- Solo se corrige la parte afectada mediante rectificativa.

# G22. Sobre forma de pago

## Paypal

### 1. Intermediario de pago (no banco ni emisor de tarjeta)

PayPal no es un banco ni una entidad emisora de tarjetas de crédito. Actúa como **pasarela o procesador de pagos**.

Cuando se vincula una tarjeta (de crédito o débito) a una cuenta PayPal, la plataforma utiliza dicha tarjeta para financiar las compras, sin que el comercio reciba directamente los datos de la tarjeta.

### 2. Funcionamiento en la práctica

- Se realiza un pago desde una cuenta PayPal.
- PayPal carga el importe a la tarjeta asociada (en caso de no haber saldo disponible).
- El comercio recibe el dinero desde PayPal, no directamente desde la tarjeta.

Por tanto, PayPal actúa como **procesador de pagos**, no como entidad emisora o adquirente.

### 3. Regulación

- **Unión Europea:**  
PayPal (Europe) S.à r.l. et Cie, S.C.A. dispone de licencia como entidad de dinero electrónico en Luxemburgo y está supervisada por la CSSF.
- **América Latina (por ejemplo, México):**  
Opera como institución de fondos de pago electrónico autorizada por la autoridad financiera correspondiente.
- **Otros países:**  
Puede operar bajo diferentes marcos regulatorios, pero siempre como intermediario de pagos.

## 4. Conclusión

- PayPal permite realizar pagos con tarjeta de crédito, actuando como intermediario.
- Desde el punto de vista del comercio, PayPal es quien procesa y liquida el pago.

## 5. Qué es la pasarela de pago de PayPal

La pasarela de pago de PayPal (también denominada PayPal Checkout o PayPal Payments) permite a un comercio:

- Aceptar tarjetas de crédito o débito (Visa, MasterCard, American Express, etc.).
- Aceptar pagos con cuenta PayPal.
- Gestionar pagos sin exponer directamente los datos de la tarjeta al comercio.

En este modelo, PayPal actúa como procesador de pagos, y el comercio recibe confirmaciones seguras.

## 6. Funcionamiento del proceso de pago

### Paso 1: Selección del método de pago

En la página de checkout se muestran opciones como:

- “Pagar con PayPal”
- “Pagar con tarjeta” (también gestionado por PayPal)

### Paso 2: Conexión segura

El navegador se conecta con PayPal mediante HTTPS:

- Si se elige tarjeta, se muestran los campos correspondientes.
- Si se elige PayPal, se inicia la autenticación de la cuenta.

Los datos de la tarjeta no pasan por el servidor del comercio.

### Paso 3: Autorización y verificación

PayPal se comunica con la red de tarjetas o con el banco del cliente para:

- Verificar fondos
- Evaluar riesgo y fraude
- Autorizar o rechazar la transacción

## Paso 4: Confirmación

- PayPal notifica al comercio mediante webhook o API.
- El comercio confirma el pedido y muestra la página de éxito.

## 7. Opciones de integración

- **PayPal Checkout (Smart Buttons)**

Integración mediante script (HTML + JavaScript). Nivel: básico.

- **PayPal REST API (Server-side)**

Integración directa con APIs para gestión completa de pagos. Nivel: medio/avanzado.

- **Plugins oficiales**

Para plataformas como Shopify, WooCommerce, PrestaShop, Magento o Wix. Nivel: muy sencillo.

- **Braintree (propiedad de PayPal)**

Permite pagos con tarjeta directamente en el sitio sin redirección. Nivel: avanzado.

## 8. Seguridad y cumplimiento

- PayPal cumple con el estándar PCI DSS.
- El comercio no gestiona directamente datos de tarjetas, reduciendo riesgos.
- Se ofrece protección tanto al comprador como al vendedor.

## 9. Flujo financiero resumido

1. El cliente paga con tarjeta a través de PayPal.
2. PayPal procesa el pago y deduce su comisión.
3. El importe se refleja en la cuenta PayPal del comerciante.
4. El comerciante puede transferir el saldo a su cuenta bancaria o utilizarlo desde PayPal.

# G23. Sobre pago con tarjeta de crédito bancaria.

## 1. Introducción

El sistema permite configurar diferentes pasarelas de pago para aceptar **pagos con tarjeta de crédito y débito**.

Las principales integraciones disponibles son:

- **Redsys** (entorno bancario español)
- **CECA** (cajas de ahorro)
- **Stripe** (pasarela internacional)

Todas ellas actúan como **procesadores de pago**, encargándose de la autorización, validación y liquidación de las transacciones.

## 2. Redsys

### 2.1 Descripción

Redsys es una de las pasarelas de pago más utilizadas en España, integrada con la mayoría de entidades bancarias.

Permite realizar pagos mediante tarjeta con autenticación segura (3D Secure).

### 2.2 Requisitos previos

Para su configuración es necesario:

- Disponer de un TPV virtual Redsys contratado con el banco
- Obtener los siguientes datos:
  - Número de comercio (FUC)
  - Terminal
  - Clave secreta de encriptación

- Acceso al entorno de pruebas y producción

## **2.3 Datos de configuración**

Se deberán introducir los siguientes campos:

- FUC (código de comercio)
- Terminal
- Clave secreta
- Entorno:
  - Pruebas
  - Producción

## **2.4 Funcionamiento**

1. El cliente selecciona pago con tarjeta.
2. El sistema redirige a la pasarela de Redsys.
3. El cliente introduce los datos de la tarjeta.
4. El banco valida la operación (incluyendo 3D Secure).
5. Redsys devuelve el resultado al sistema.
6. Se confirma o rechaza el pedido.

## **2.5 Consideraciones**

- Requiere redirección externa al banco.
- La configuración depende de la entidad bancaria.
- Es obligatorio realizar pruebas antes de pasar a producción.

# **3. CECA**

## **3.1 Descripción**

CECA es la pasarela utilizada por entidades pertenecientes a la Confederación Española de Cajas de Ahorros.

Su funcionamiento es similar a Redsys, con redirección al entorno bancario.

## **3.2 Requisitos previos**

Es necesario:

- Tener contratado un TPV virtual CECA
- Disponer de:

- Código de comercio
- Clave secreta
- URLs de notificación (OK / KO)

### 3.3 Datos de configuración

- Código de comercio
- Clave secreta
- URLs de respuesta
- Entorno (pruebas / producción)

### 3.4 Funcionamiento

1. El cliente selecciona pago con tarjeta.
2. Se redirige a la pasarela CECA.
3. El cliente introduce los datos de la tarjeta.
4. La entidad bancaria valida el pago.
5. CECA devuelve el resultado al sistema.
6. Se actualiza el estado del pedido.

### 3.5 Consideraciones

- Utiliza redirección externa.
- Requiere configuración de URLs de retorno.
- Puede variar ligeramente según la entidad bancaria.

## 4. Stripe

### 4.1 Descripción

Stripe es una pasarela de pago internacional que permite aceptar pagos con tarjeta de forma **integrada en el sitio web**, sin redirecciones externas.

### 4.2 Requisitos previos

Para su uso es necesario:

- Disponer de una cuenta en Stripe → <https://stripe.com>
- Obtener:
  - Clave pública (Publishable key)
  - Clave secreta (Secret key)

### 4.3 Datos de configuración

- Clave pública
- Clave secreta
- Entorno:
  - Test
  - Producción

#### **4.4 Funcionamiento**

1. El cliente introduce los datos de la tarjeta en el checkout.
2. Los datos se envían directamente a Stripe de forma segura.
3. Stripe:
  - Verifica fondos
  - Aplica controles antifraude
  - Gestiona autenticación (3D Secure)
4. Devuelve el resultado al sistema.
5. Se confirma el pedido automáticamente si el pago es correcto.

#### **4.5 Características**

- Integración sin redirección
- Compatible con 3D Secure
- Cumplimiento PCI DSS (tokenización)
- Soporte multidivisa
- Alta personalización

#### **4.6 Consideraciones**

- Aplica comisiones por transacción.
- Requiere configuración de webhooks.
- Se recomienda probar en entorno test antes de producción.

## **5. Recomendaciones generales**

- Verificar siempre las credenciales antes de activar en producción.
- Realizar pruebas completas de compra.
- Confirmar la correcta recepción de notificaciones de pago.
- Revisar las comisiones aplicadas por cada proveedor.

# G24. Configuración de una forma de pago con confirmación inmediata

## 1. Definición

Una forma de pago con **confirmación inmediata** es aquella en la que la transacción se valida en tiempo real y el pedido queda automáticamente confirmado sin intervención manual.

Ejemplos: tarjeta (Redsys, CECA, Stripe), PayPal, etc.

## 2. Requisitos previos

Antes de la configuración, es necesario:

- Disponer de una cuenta activa en la pasarela de pago
- Tener credenciales de acceso (claves, identificadores, tokens, etc.)
- Haber solicitado la activación del entorno de pruebas y/o producción
- Configurar los datos fiscales y bancarios en el proveedor

## 3. Alta de la forma de pago

En el panel de administración del comercio:

1. Acceder a la sección **Formas de pago**
2. Crear una nueva forma de pago
3. Seleccionar el tipo:
  - Pasarela de pago / pago online
4. Asignar un nombre identificativo (ej.: "Tarjeta de crédito")

## 4. Configuración de credenciales

Introducir los datos proporcionados por la pasarela:

- Claves públicas y/o privadas
- Identificadores de comercio

- Terminal o cuenta asociada
- Entorno (test o producción)

Es importante verificar que las credenciales correspondan al entorno seleccionado.

## 5. Configuración de URLs de notificación

La pasarela debe comunicar el resultado del pago al sistema.

Para ello se configuran:

- URL de notificación (webhook/IPN) → confirmación automática del pago
- URL de retorno OK → pago correcto
- URL de retorno KO → pago fallido

Estas URLs permiten actualizar el estado del pedido en tiempo real.

## 6. Configuración del flujo de pago

Dependiendo de la pasarela:

- Con redirección (Redsys, CECA):  
El cliente es redirigido a la pasarela externa
- Integrado (Stripe):  
El pago se realiza dentro del propio checkout

## 7. Configuración del estado del pedido

Definir cómo se comporta el sistema tras el pago:

- Pedido confirmado automáticamente si el pago es correcto
- Pedido cancelado o pendiente si el pago falla
- Estados intermedios si la pasarela lo requiere

## 8. Pruebas en entorno sandbox

Antes de activar en producción:

- Realizar pedidos de prueba
- Validar distintos escenarios:
  - Pago correcto
  - Pago rechazado
  - Cancelación
- Verificar la recepción de notificaciones

## **9. Activación en producción**

Una vez validadas las pruebas:

1. Cambiar credenciales a entorno real
2. Activar la forma de pago
3. Realizar una compra real de verificación

## **10. Monitorización y mantenimiento**

Tras la activación:

- Revisar logs de transacciones
- Controlar posibles errores de notificación
- Verificar conciliación de pagos
- Mantener actualizadas las credenciales y certificados

## **11. Consideraciones**

- La confirmación automática depende de la correcta recepción del webhook
- Problemas en la comunicación pueden generar pedidos no confirmados
- Cada pasarela puede tener requisitos específicos adicionales