

WebERP — El portal de pedidos

Tu cliente entra con un enlace, ve tu catálogo *con sus precios* y monta el pedido él mismo, cuando le va bien. Sin registro, sin contraseñas y sin pagar nada online.

Versión 0.7 Autor Pont Soft Requiere FacturaScripts 2025+ Fecha 18 de agosto de 2026

Antes de empezar: quién lee qué

Este documento sirve a dos personas que no necesitan lo mismo, y por eso está partido en dos mitades:

Primera parte — para quien administra

Decides qué se publica, con qué precios y quién entra. Son los apartados **1** a **7**, más la puesta en marcha del **16**.

Segunda parte — para quien pide

Es el cliente que hace el pedido. Empieza en el apartado **8** y está escrita para **enviarla o imprimirla tal cual**, sin necesidad de leer nada de lo anterior.

Todo lo que se cuenta aquí es lo que el módulo hace hoy, comprobado contra el código. Al final hay una lista honesta de lo que *no* hace, para que nadie prometa de más.

1. Qué es esto, en una frase

Un recogedor de pedidos para los clientes de siempre. No es una tienda online, y la diferencia no es un matiz: explica todas las decisiones del módulo.

Una tienda online vende a desconocidos, y por eso necesita registro, carrito con caducidad, pasarela de pago, stock en tiempo real y política de devoluciones. Aquí no hace falta nada de eso, porque quien entra **ya es tu cliente**: tiene precios pactados, condiciones de pago y te compra cada semana. Lo único que se le quiere ahorrar es la llamada.

SÍ HACE	NO HACE
Enseña tu catálogo con fotos, buscador y filtros	No cobra: no hay pasarela de pago
Muestra a cada cliente su precio, no una lista pública	No vende a desconocidos: hace falta enlace
Guarda el carro indefinidamente	No promete stock ni fecha de entrega
Genera un pedido dentro de tu ERP	No sustituye tu circuito de albarán y factura

De ahí sale la idea más importante del módulo, y conviene decirla clara a los clientes desde el primer día: **el pedido que entra no está aceptado**. Llega a tu ERP como un pedido más —con la observación «pendiente de revisar y confirmar»— y tú decides qué sirves, cuándo y en qué condiciones. El portal recoge *la intención* del cliente; no compromete a nadie.

2. Por qué merece la pena el cambio

Antes de explicar botones conviene entender qué mejora, porque es justo lo que hay que contarle al cliente para que lo use.

Lo que pasa hoy sin portal

El cliente llama, o manda un audio, o una foto de una libreta. Alguien lo apunta. Se pregunta dos veces cómo se llamaba aquel artículo. Se teclea la referencia. A veces se equivoca la cantidad, o el precio, o se pide algo que ya no se trabaja. Y todo eso ocurre **en horario de oficina**, interrumpiendo a quien está preparando pedidos.

Lo que pasa con portal

- El cliente monta la lista **cuando le va bien**: a las once de la noche, un domingo, o andando por su almacén con el móvil.
- Escribe él las referencias y las cantidades, así que **lo que llega es lo que él quiso**. Si hay un error, es suyo y lo ve.

- Ve **sus** precios, con lo que desaparecen las llamadas de «¿a cuánto me sale esto?».
- Tú recibes el pedido ya tecleado, y solo tienes que revisarlo y servirlo.

Y hay un efecto secundario que suele sorprender: como el carro no caduca, el cliente **va apuntando durante la semana** en lugar de hacer la lista de golpe. Eso da pedidos más completos, porque apunta en el momento en que se le acaba el género y no cuando intenta acordarse.

El argumento para convencer a un cliente reticente: no es «ahora tienes que usar una web». Es «puedes ir apuntando lo que te falta cuando lo veas, y mandarlo cuando quieras, y ya no hace falta que me pilles por teléfono». El portal no le quita el teléfono: se lo ahorra.

3. El acceso: un enlace, y nada más

No hay usuarios ni contraseñas. Cada persona que va a pedir recibe **un enlace propio** con una clave larga dentro:

```
https://tuempresa.gestioerp.com/WebPortal?token=d93965d512e4745281a08150491ced49
```

Ese enlace lleva asociado un cliente. Quien lo abre entra directamente y ve el catálogo con los precios de ese cliente. No hay pantalla de acceso, ni correo de confirmación, ni «he olvidado mi contraseña». Se manda por WhatsApp y funciona.

Por qué sin contraseña

Es deliberado. Una contraseña más es una barrera más, y la experiencia dice que el cliente que tiene que recordar una clave acaba volviendo al teléfono. Como el portal **no permite hacer nada irreversible** —no cobra, no cambia datos del cliente, no confirma nada—, el riesgo de que el enlace circule es bajo: lo peor que puede pasar es que alguien vea los precios de ese cliente.

Un enlace por persona, no por empresa

Esto importa más de lo que parece, y es la decisión que peor se toma al empezar. Un centro de jardinería puede tener al encargado de planta y al de complementos pidiendo cada uno lo suyo. Si le das **un enlace a cada uno**:

- Cada uno tiene **su propio carro** y no se pisan las listas.
- Sabes quién pide qué, porque cada enlace cuenta sus pedidos por separado.

- Si alguien deja la empresa, desactivas su enlace y los demás siguen funcionando.

Si les das uno solo compartido, los dos escriben en la misma lista y se estorban. Para no perderte, cada enlace tiene una **descripción**: escribe ahí de quién es («Juan – planta», «Marta – complementos»).

Mandarlo

En la ficha del enlace tienes la pestaña **Compartir**, con el enlace listo para **copiar**, un botón de **WhatsApp** y otro de **correo** que ya sale relleno con el mensaje y con el email del cliente. No hace falta construir nada a mano.

Cortar el acceso

En Administración → Enlaces de portal web desmarcas **Activo** y ese enlace deja de funcionar al instante. No hay que avisar a nadie ni cambiar nada más.

4. Qué artículos salen en el portal

Un artículo aparece si cumple **las tres condiciones a la vez**. Con que falle una, no sale:

- 1 **«Visible en el portal»**
marcado en su ficha.
- 2 **«Se vende»**
marcado — el campo de siempre de FacturaScripts.
- 3 **No bloqueado**
.

Gracias a eso puedes tener 8.000 artículos en el ERP y publicar solo los 3.000 que quieres que te pidan por web. Lo que no publicas sigue existiendo, facturándose y saliendo en tus informes: simplemente no se ve desde fuera.

Los artículos nuevos nacen NO visibles, a propósito: nada se publica solo. Eres tú quien decide cuándo sale al portal.

Visible pero no pedible

Hay un cuarto interruptor, **«Se puede pedir»** (al marcar «Visible» viene ya activado). Un artículo visible pero *no* pedible se ve en el catálogo, con su foto y su precio, pero en lugar del recuadro de

cantidad muestra la etiqueta «**Solo consulta**».

Sirve para tres situaciones muy reales: temporada agotada que volverá, producto que solo se sirve bajo encargo, y género que quieres que el cliente conozca aunque el pedido se hable por teléfono. Es mejor que esconderlo, porque el cliente sigue viendo que lo trabajas.

Aconsejado

Marcando «**Aconsejado**» el artículo sale **siempre el primero** en los bloques de utilidades y en el carro. Es tu manera de empujar lo que te interesa mover —lo que va sobrado, lo de temporada, la novedad— sin banners ni publicidad. El cliente no percibe que le estás vendiendo: simplemente lo ve antes.

No hay que ir ficha por ficha. Desde el listado de artículos puedes seleccionar muchos de golpe y aplicar **Marcar visible**, **Quitar del portal**, **Marcar como aconsejado** o **Quitar aconsejado**. Es la forma de publicar un catálogo entero en un rato.

5. Clasificar el catálogo

El cliente filtra por tres criterios —**categoría**, **color** y **temporada**— y los tres funcionan igual: defines un catálogo de valores y luego asignas a cada artículo los que le tocan. Se gestionan en `Administración → Segmentaciones web`, y desde la propia ficha del artículo hay un enlace para crear el valor que falte sin perder lo que estabas haciendo.

Consejo de arranque: empieza con pocas categorías y claras. Es mejor tener diez que el cliente entiende que cuarenta que le obligan a pensar. Siempre puedes añadir después, y de hecho las irás afinando al ver por dónde busca la gente.

Un artículo puede estar en varias categorías

Esta es la parte que más se usa y la que más confunde si no se explica. Un mismo artículo encaja a menudo en más de un sitio: una poinsettia es **TEMPORADA** y también **PLANTA DE NAVIDAD**; una alocasia es **VERDE**, **GRANDE** y **PLANTA DE INTERIOR**.

Obligar a elegir una sola sería un problema real: quien busca por «temporada» no encontraría la poinsettia si la clasificaste en «navidad». Por eso la ficha del artículo tiene **seis casillas de categoría**:

CASILLA

PARA QUÉ SIRVE

Categoría web

La principal. Conviene rellenarla siempre; es la que se entiende como «dónde vive» ese artículo.

Categoría web 2 ... 6

Las adicionales, para los demás sitios donde también encaja.

Cuando el cliente filtra por una categoría, **el artículo aparece si coincide cualquiera de las seis**. Da igual en qué casilla lo pusieras: para el filtro no hay orden de prioridad.

Color y temporada admiten un solo valor cada uno. Si algún día hace falta lo mismo, se amplía igual que se ha hecho con las categorías.

6. Los precios

Cada cliente ve **su** precio, el que le corresponde por su tarifa. No existe una lista pública ni un precio genérico, y esto es justo lo que convierte el portal en algo usable por un mayorista.

- El precio sale del **nivel de tarifa del cliente**: tarifa 1 → precio 1, tarifa 3 → precio 3.
- Si el artículo tiene **precio por cantidad** (tramos), el portal enseña la escala entera —«1-10 2,70 · 11-20 1,50 · +20 1,25»— y **resalta el tramo que se le está aplicando** según lo que lleva pedido. El cliente ve solo que le compensa subir la cantidad, sin tener que preguntarlo.
- Si ese cliente tiene un **descuento pactado para una familia**, se aplica solo.
- Los precios se muestran **sin IVA**, con una etiqueta que indica el tipo que se le sumará.

Revisa que los clientes tengan tarifa antes de mandar enlaces. Un cliente sin tarifa no ve precios a cero: ve los del **nivel 1**. El fallo es más silencioso y por eso más peligroso, porque no da error: simplemente ese cliente está viendo precios que no son los suyos y nadie se entera hasta que llega la queja.

Los precios se refrescan al enviar

Como el carro puede estar montado durante semanas, existe un riesgo evidente: que el cliente monte la lista con los precios de marzo y la envíe en mayo. El portal lo resuelve **recalculando los precios en el momento de cerrar el pedido**. Lo que llega a tu ERP lleva siempre la tarifa de hoy, nunca una caducada.

Conviene decírselo al cliente, porque si no puede extrañarle ver un importe distinto al que recordaba.

7. Lo que ves tú en el ERP

Carros web abiertos

`Ventas → Carros web abiertos`. Los carros que tus clientes tienen montados **y todavía no han enviado**.

Es información comercial de primera y suele pasar desapercibida: sabes qué está mirando cada cliente *antes* de que te lo pida. Si ves un carro parado tres semanas con género de temporada, ahí tienes una llamada que hacer.

Pedidos recibidos

Cada pedido enviado aparece como un **pedido de cliente** normal, con la observación «pedido recogido desde el portal web, pendiente de revisar y confirmar» y la referencia del carro del que salió. A partir de ahí sigue tu circuito de siempre: albarán, factura y cobro.

Enlaces de portal

`Administración → Enlaces de portal web`. Cada enlace guarda su **descripción, cuándo se usó por última vez y cuántos pedidos lleva hechos**. Sirve para ver quién lo está usando de verdad y a quién hay que animar.

Además, al entrar un pedido se manda **un correo a la empresa y otro al cliente** —cada uno si tiene dirección configurada— con el número de pedido y el resumen de líneas. Así nadie tiene que estar mirando la pantalla.

8. Guía para quien hace el pedido

A partir de aquí, el manual está escrito para el cliente que va a pedir. Se puede imprimir o enviar tal cual.

Vas a poder hacerte tú mismo el pedido, desde el móvil o el ordenador, a la hora que te vaya bien. Verás el catálogo con fotos y **con tus precios**. No hay que registrarse, no hay que recordar ninguna contraseña y no se paga nada por aquí: el pedido llega a tu proveedor igual que si se lo hubieras dictado por teléfono.

9. Entrar

Abre el enlace que te hemos mandado. Ya está.

Ese enlace es tuyo y te sirve siempre, así que **guárdalo**: en favoritos del navegador o, mejor todavía, añadiéndolo a la pantalla de inicio del móvil para tenerlo a mano como si fuera una aplicación.

Si en tu empresa hay varias personas que piden, cada una tendrá su propio enlace. No os estorbáis: cada enlace lleva su propia lista.

10. Encontrar lo que buscas

Tienes tres maneras, y se combinan entre sí:

- **El buscador.** Escribe parte del nombre o de la referencia. Busca en todo el catálogo, no solo en lo que tienes en pantalla.
- **Los filtros** de categoría, color y temporada. Cada uno indica **cuántos artículos** tiene, así que sabes antes de entrar si merece la pena.
- **Las fotos.** Pulsando sobre una se abre grande, y si el artículo tiene varias las pasas todas.

Un mismo artículo puede aparecer en varias categorías —una poinsettia está en «temporada» y también en «navidad»—, así que no te preocupes por adivinar dónde lo colocaron: búscalos por donde te salga natural.

Funciona igual en el móvil que en el ordenador. Mucha gente lo usa andando por su propio almacén, mirando qué le falta.

11. El carro no se pierde nunca

Esto es lo que más lo diferencia de comprar en una tienda de internet, y si lo aprovechas te cambia la forma de trabajar.

1 Se guarda solo

Cada cantidad que escribes queda guardada en ese momento. No hay ningún botón de «guardar» que se te pueda olvidar.

2 Sigue ahí mañana

Puedes cerrar el navegador, apagar el móvil, irte el fin de semana y volver el martes: tu lista está exactamente como la dejaste. No caduca.

3 Es tuyo

Nadie más lo ve ni lo toca. Si hay varias personas pidiendo en tu empresa, cada una tiene el suyo.

La forma de usarlo que mejor funciona: no te sientes a hacer el pedido entero de una vez. Ve **apuntando durante la semana**, en el momento en que ves que se te acaba algo. Cuando toque pedir, repasas la lista, ajustas cantidades y envías. Se pide mejor y se olvidan menos cosas, porque apuntas cuando lo tienes delante y no cuando intentas acordarte.

Lo que ves mientras montas la lista

- El **total sin IVA** y el **total con impuestos**, actualizándose a cada cambio.
- Un aviso de que ese importe es **orientativo**: al preparar el pedido pueden añadirse embalajes, portes o gastos de gestión.
- Para quitar un artículo, pones la cantidad a cero o usas la papelera. Te pedirá confirmación, para que no se te vaya nada por un roce en la pantalla.

Y como el carro puede estar montado mucho tiempo, **los precios se actualizan solos al enviarlo**. Si algo cambió de precio desde que lo apuntaste, el pedido sale con el precio correcto del día.

12. El botón «Utilidades»

Es el atajo para no ir buscando artículo por artículo, y es lo que hace que pedir sea cuestión de minutos. Tiene cuatro cosas, y cada una sirve para un momento distinto.

Últimas compras — para repetir lo de siempre

Lo que tú has comprado, empezando por lo más reciente. De cada artículo ves **cuándo** fue la última vez, **cuánto** te llevaste y **cuántos días** han pasado.

Es la forma rápida de hacer el pedido habitual: bajas por tu propia lista y vas poniendo cantidades. Y ese «hace 12 días» es justo lo que necesitas si trabajas por reposición: te dice de un vistazo qué te toca reponer sin tener que mirar albaranes viejos.

Productos actuales — para ver qué hay ahora

Lo que se está moviendo estos días en el almacén de tu proveedor, mirando las últimas ventas a todos los clientes.

Sirve para enterarte de lo que hay de temporada sin recorrer el catálogo entero. Si algo está saliendo mucho, es que está en su momento.

Lo que compran los demás — para no quedarte fuera

Lo que **otros clientes** están pidiendo **hoy y ayer**, ordenado por número de clientes que lo llevan, con las unidades que se están moviendo.

La ventana de dos días es a propósito: lo que ves es lo que se mueve *ahora*, no lo del mes pasado. Y nunca se dice quién ha pedido qué: solo cuántos. Es la manera de ver qué se está llevando la gente esta semana y no enterarte cuando ya no queda.

Ver carro — para repasar sin perderte

Tu lista actual de un vistazo, sin salir de donde estabas mirando. Desde ahí mismo puedes ajustar cantidades.

En los cuatro bloques, lo que tu proveedor tiene marcado como **aconsejado** aparece siempre arriba del todo. Suele ser lo que más le interesa mover: género de temporada, novedades o cosas que van sobradas. Y si algún artículo aparece con la etiqueta «**Solo consulta**», es que ahora mismo no se puede pedir por aquí: pregunta por él.

13. Los comentarios

Puedes escribir dos tipos de nota, y las dos llegan tal cual a quien te prepara el pedido:

- **En cada línea:** «de la partida nueva», «si no hay, no me lo sustituyas», «que venga en maceta grande».
- **Para todo el pedido:** el día de entrega que te viene bien, quién lo recoge, o cualquier aviso general.

Úsalos con confianza: es exactamente la información que antes dabas por teléfono y que se perdía por el camino.

14. Terminar y enviar el pedido

Cuando la lista ya está como quieres, pulsas **Enviar pedido**. Esto es lo que ocurre, por orden:

1 Se te pide confirmación, con el importe delante

Un aviso te pregunta si confirmas el envío por ese total y te recuerda que después ya no podrás modificarlo desde aquí. Si te has equivocado, cancelas y lo corriges.

2 Se repasan los precios

Se ponen los del día, para que no se envíe nada con precios antiguos.

3 Se crea el pedido

Entra en el sistema de tu proveedor con tus líneas, tus cantidades y tus comentarios, marcado como pendiente de revisar.

4 Tu carro se vacía

Y empieza uno nuevo, en blanco, listo para lo siguiente.

5 Se avisa por correo

A tu proveedor y a ti, con el número de pedido y el resumen.

6 Ves el número de pedido en pantalla

Ese número es tu comprobante: si tienes que preguntar algo, es la referencia que hay que dar.

Enviar el pedido no es una compra cerrada. Es tu lista, que llega a tu proveedor para que la prepare. Él te confirmará qué puede servir y cuándo, igual que cuando se lo pedías por

teléfono. Aquí no se paga nada ni te comprometes a nada, y el importe que has visto es orientativo: puede variar si el pedido lleva embalajes o portes.

¿Y si me he dejado algo?

No pasa nada. Empiezas otra lista en el carro nuevo y la envías cuando la tengas. No hay límite de pedidos ni penalización por mandar dos seguidos. Si es algo urgente que debería ir con el pedido que acabas de enviar, avisa a tu proveedor como siempre y él lo junta.

¿Y si me equivoco en una cantidad?

Mientras no hayas enviado, cámbialo y ya está. Si ya lo enviaste, díselo a tu proveedor: el pedido todavía no está preparado y lo corrige sin problema.

15. Preguntas que suelen salir

¿Tengo que registrarme o poner una contraseña?

No. El enlace es tu acceso. Guárdalo y entra directo.

¿Los precios que veo son los míos?

Sí. Son los de tu tarifa, no una lista general, y llevan aplicados tus descuentos si los tienes pactados. Se muestran sin IVA, indicando el tipo que se sumará.

¿Puede otro cliente ver lo que pido o lo que pago?

No. Cada enlace ve su propio carro y sus propios precios. En «lo que compran los demás» solo se ve **cuántos** clientes están pidiendo un artículo, nunca quiénes ni a qué precio.

Si cierro el móvil, ¿pierdo la lista?

No. Se guarda sola y sigue ahí cuando vuelvas, aunque pasen semanas.

¿Lo que aparece está disponible seguro?

No necesariamente. El catálogo enseña lo que tu proveedor trabaja; la disponibilidad te la confirma él al preparar el pedido. Por eso el pedido no es una compra cerrada.

¿Puedo seguir pidiendo por teléfono?

Claro. Esto no sustituye nada: es una comodidad más. Mucha gente acaba usando el portal para el pedido normal y el teléfono para lo urgente.

16. Puesta en marcha, paso a paso

Para quien administra. En este orden, porque cada paso se apoya en el anterior:

- 1 Comprueba que los clientes tienen tarifa**
Sin tarifa verán los precios del nivel 1, que no son los suyos. Es el paso que más se olvida y el que peor sorpresa da.
- 2 Crea las categorías, colores y temporadas**
Pocas y claras al principio.
- 3 Marca qué artículos salen y clasifícalos**
Desde el listado de artículos, seleccionando en bloque, en lugar de ficha por ficha.
- 4 Pon fotos**
Un catálogo sin fotos se usa la mitad. No hacen falta enormes: con un megapíxel va sobrado y cargan mucho más rápido en el móvil.
- 5 Marca los aconsejados**
Lo que quieras empujar: temporada, novedades, lo que va sobrado.
- 6 Revisa el correo de avisos**
Para enterarte de lo que entra sin mirar la pantalla.
- 7 Crea un enlace por persona**

Con su descripción, y mándalo desde la pestaña Compartir junto con la segunda parte de este manual.

8 Pruébalo tú antes

Hazte un pedido completo de principio a fin con un enlace de prueba. Es la única forma de detectar un precio raro o una categoría vacía antes de que lo vea el cliente.

17. Detalle técnico

Cómo se guarda el carro

El carro es un **presupuesto de cliente en borrador** marcado con `numero2 = 'WEB'` y asociado al enlace que lo abrió —no al cliente, que es lo que permite que varias personas de la misma empresa pidan por separado—. Al enviarlo, ese presupuesto pasa a `'WEB-OK'` y se genera el pedido: el carro «se vacía» sin que se pierda el rastro de nada, y el pedido queda referenciado al presupuesto del que salió.

Campos añadidos a productos

CAMPO	QUÉ GUARDA
<code>weberp_web</code>	Visible en el portal
<code>weberp_pedible</code>	Se puede añadir al carro
<code>weberp_aconsejado</code>	Sale el primero en los listados
<code>weberp_categoria</code> y <code>weberp_categoria1..5</code>	Categorías: la principal y cinco más
<code>weberp_color</code> · <code>weberp_temporada</code>	Color y temporada
<code>weberp_texto</code>	Texto libre que se muestra en el portal

Tablas propias

- `weberp_segmento` — catálogo de categorías, colores y temporadas, distinguidos por tema. Añadir una clasificación nueva no exige tocar código.
- `weberp_tokens` — los enlaces: cliente, clave, descripción, activo, fecha de alta, último uso y número de pedidos.

Precios

Con **Fitoware** instalado se usan sus tarifas por nivel (T1..T9 → Precio 1..9) con tramos por cantidad y descuento por familia. **Sin Fitoware** el módulo aplica el tarifario estándar de FacturaScripts sobre el precio de la variante, que es exactamente como tarifa el ERP en una venta normal: el portal funciona igual en una instalación sin Fitoware.

18. Lo que todavía no hace

Dicho claro, para que nadie prometa de más:

- **No hay pago online**, ni está previsto. El cobro sigue el circuito de siempre.
- **No muestra stock disponible**. El cliente pide y el proveedor confirma.
- **Color y temporada admiten un solo valor**, a diferencia de las categorías.
- **No hay ofertas ni promociones** más allá de marcar artículos como aconsejados.
- **El cliente no ve el histórico de sus pedidos** en el portal. Ve sus últimas compras, que no es lo mismo: ve qué compró, no qué pedidos hizo.
- **No hay app**. Es una web, pensada para funcionar bien en el móvil y para añadirla a la pantalla de inicio.

WebERP — Manual del portal de pedidos

Escrito el 18/08/2026 · sustituye al documento del 26/07/2026.

Comprobado con: FacturaScripts 2026.6 · WebERP 0.7 · Fitoware 2.6.

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