

Salsify Foundations Certification

Resumen completo en español del learning path
y preparación para el Skills Assessment

Preparada para: Humberto Acosta

Fuente: learn.salsify.com/path/salsify-foundations (6 cursos, ~2 h 15 min)

Assessment: Skills Assessment — Salsify Foundations Certification (32 min)

Fecha: 17 de agosto de 2026

Terminología en español · término original en inglés entre paréntesis

Cómo usar esta guía

El material original está en inglés y el assessment también lo estará. Por eso cada concepto aparece explicado en español, con el *término exacto en inglés* entre paréntesis: eso es lo que vas a ver en las preguntas.

Ruta recomendada si tienes poco tiempo (aprox. 75 min):

1. **Sección 2 (Building Blocks)** — es la más densa conceptualmente y de donde salen más preguntas. 25 min.
2. **Sección 3 (Centralize)** — imports, listas, taxonomía, validaciones, workflows. 20 min.
3. **Sección 4 (Activate)** — los 6 métodos de entrega de contenido. Memoriza la tabla comparativa. 15 min.
4. **Glosario + Trampas del examen + Banco de preguntas.** 15 min.

BUENA NOTICIA

El curso **Automated Insights** declara explícitamente dentro de la lección: "*This course is optional. You will not be tested on it in the certification assessment.*" Está incluido en esta guía por contexto, pero no priorices su memorización.

Índice

- **1.** El panorama: qué es Salsify y qué problema resuelve
- **2.** Building Blocks — el modelo de datos (el núcleo del examen)
- **3.** Centralize — PIM, DAM y Workflow
- **4.** Activate — Canales y Catálogos Digitales
- **5.** Optimize — Insights y Enhanced Content
- **6.** Recursos de soporte de Salsify
- **7.** Glosario inglés → español
- **8.** Las 20 trampas más probables del assessment
- **9.** Banco de preguntas de práctica (30) con respuestas explicadas
- **10.** Checklist final de 5 minutos

1. El panorama: qué es Salsify y qué problema resuelve

1.1 El anaquel digital (the digital shelf)

El punto de partida de todo el curso: *"un solo punto de contacto digital puede hacer o deshacer la oportunidad de tu marca"*. Las compras hoy empiezan con una investigación en línea, así que la marca tiene que aparecer **en todas partes** y con información consistente. El "anaquel digital" (*digital shelf*) es el conjunto de todos esos puntos de contacto: sitios de retailers, marketplaces, tu propio sitio D2C, redes sociales, etc.

1.2 Salsify CommerceXM

Salsify se define a sí mismo como *"la única plataforma de experiencia de comercio totalmente integrada, construida para ayudar a las marcas a ganar en el anaquel digital"*. Se organiza en **tres componentes totalmente integrados**:

Componente	Qué hace
PXM / ProductXM Product Experience Management	Gestión de la experiencia de producto: centralizar, modelar, enriquecer y syndicar el contenido de producto. Es el corazón de la plataforma y el foco de esta certificación.
Marketplace & D2C Selling	Gestionar experiencias de venta directa en marketplaces, sitios D2C de marca y comercio social, con un intercambio de órdenes e inventario en la misma plataforma donde vive el contenido de producto.
Retailer / Distributor Selling	Syndicar experiencias de producto —en tienda física y en línea— a todo el ecosistema de venta indirecta de la marca.

MEMORIZA: LOS 4 PILARES DE COMMERCEXM

Aparecen textualmente varias veces en el curso y hay al menos un ejercicio de emparejar (*"Match the pillars of CommerceXM with their descriptions"*).

- **Manage** (Gestionar) — centralizar y gestionar los datos de comercio y la marca.
- **Activate** (Activar) — activar contenido y experiencias tanto en retailers como en canales D2C.
- **Engage** (Involucrar) — enganchar a los compradores con experiencias atractivas y habilitar transacciones donde sea que compren.
- **Optimize** (Optimizar) — optimizar continuamente contenido y experiencias para descubrimiento y conversión.

Lo que hace único a CommerceXM, según el curso, es que **estos componentes están fuertemente acoplados por los Workflows y la analítica del anaquel digital** (*Workflows and Digital Shelf analytics*), que enlazan procesos, eventos y respuestas a lo largo de toda la plataforma. Ese acoplamiento estrecho es la clave para responder con agilidad.

1.3 El flujo de datos (data flow) — el modelo mental de todo el curso

Esta secuencia de cuatro pasos es la columna vertebral. Si la entiendes, entiendes el curso completo:

Paso	Qué pasa
1. Datos dispersos <i>Scattered data</i>	Tu información vive en hojas de cálculo, discos duros de compañeros, sistemas existentes y muchos otros lugares. Es prácticamente imposible de gestionar.
2. Importar a Salsify <i>Collect & import</i>	Importas todo ese contenido existente a un sistema centralizado, creando una fuentes única de verdad (<i>source of truth</i>).
3. Transformar <i>Manage, Activate, Engage, Optimize</i>	Cada endpoint tiene requisitos distintos. Salsify transforma tu contenido en lo que cada uno exige.
4. Enviar al mundo <i>Send transformed content</i>	Se envía a conexiones con retailers, plataformas sociales, plataformas de medios, sitios de eCommerce de marca, data pools y más.

IDEA QUE SE REPITE EN TODO EL CURSO

Los datos son el pilar clave y la estructura de datos es el cimiento que sostiene todo. Y: *construir y modelar datos en Salsify es un proceso iterativo* — puedes agregar y cambiar el modelo sobre la marcha. Empezar con un buen modelo hace más fáciles los cambios posteriores.

2. Building Blocks — el modelo de datos

Curso: *Building Blocks of Salsify* (30 min). Es la sección más importante del assessment. La analogía que usa el curso es la de **bloques de construcción tipo LEGO**: piezas individuales que, ensambladas de distintas formas, construyen cosas distintas. El ejemplo recurrente es una cámara.

2.1 Registros de contenido (content records)

Un **producto** es esa unidad vendible que envías al anaquel digital. En Salsify, un producto es el conjunto de toda la información que tu organización ha curado para describirlo e impulsar sus ventas.

Para organizaciones con **registros personalizados** (*custom records*) habilitados, un "registro" es el mismo concepto pero abierto a cosas que no son productos. Ejemplo del curso: puedes guardar **marcas** como registros, y cada registro de marca guarda sus activos específicos. En ese caso, tanto marcas como productos son tipos de **content records**.

2.2 Propiedades y valores (properties & values)

Los productos y registros están hechos de componentes más pequeños llamados **propiedades** (*properties*). Cada propiedad guarda piezas de información; esas piezas se llaman **valores** (*values*).

Concepto	Definición y ejemplo del curso
Propiedad <i>Property</i>	Contiene un tipo de información. Ej.: la propiedad <code>Name</code> guarda el valor <code>Spy Camera Builder Kit</code> . Las propiedades deben contener la pieza de información más específica posible.
Valor <i>Value</i>	El dato concreto guardado en esa propiedad para ese registro. Ej.: la propiedad <code>Price</code> guarda <code>1999.99</code> .
Propiedad multivalor <i>Multi-value property</i>	Una propiedad puede guardar varios valores. Ej.: <code>Bullet Points</code> guarda varios bullets individuales juntos. Ventaja: los accedes desde un solo lugar pero puedes usar y transformar cada pieza por separado.
Tipo de propiedad <i>Property type</i>	Define qué clase de información admite y fija reglas irrompibles sobre el contenido que se puede guardar. Usa siempre el tipo más específico posible para mantener información consistente.
Identificador único <i>Unique identifier / Record ID</i>	Al traer contenido por primera vez eliges una propiedad que contiene un identificador único por registro: SKU, GTIN, o el que sea. Es la única propiedad obligatoria de cualquier registro. Debe ser, en lo posible, un valor permanente: Salsify la usa para hacer coincidir información nueva con el registro correcto.
Locales <i>Locales</i>	Para organizaciones que necesitan guardar información en varios idiomas. Eliges qué propiedades guardan contenido localizado y esa propiedad guarda un valor por locale (ej.: descripción en inglés, francés y español). Tu contrato determina si los locales están disponibles.

Tipos de propiedad que menciona el curso

- **String** (cadena) — admite cualquier carácter de texto y números.
- **Number** (número) — solo admite dígitos 0–9. Ejemplo del curso: fijar un precio con tipo *number* impide que los usuarios agreguen caracteres como `$`. Otro ejemplo: guardar largo/ancho/alto como número evita que un usuario escriba "3 inches", otro "3 in" y otro "3".
- **Picklist / enumerated list** (lista de selección) — ofrece un menú de opciones válidas. Evita variantes accidentales del mismo valor: *Blue, Cobalt blue, blue, BLUE*.
- **Record reference** (referencia de registro) — guarda el ID de otro registro asociado (ej.: la marca del producto). Muestra una vista previa del registro referenciado y puedes hacer clic para verlo completo.
- **Digital asset property** — guarda la referencia a uno o más archivos de activos digitales.

TEXTO DE AYUDA (HELP TEXT)

Al configurar una propiedad puedes añadir **help text** para aclarar qué se guarda ahí (ej.: "guardar en pulgadas"). En la página de detalles del producto el usuario hace clic en el ícono para verlo. Es la herramienta de guía "blanda", complementaria al tipo de propiedad, que es la regla "dura".

2.3 Activos digitales (digital assets)

Son archivos almacenados en Salsify **junto con información sobre esos archivos**. Imágenes, videos, PDFs, hojas de Excel — prácticamente cualquier tipo de archivo. Igual que los content records, están hechos de propiedades.

- Salsify **almacena metadatos automáticamente** al cargarlos: asigna un identificador único y guarda detalles como tamaño de archivo, nombre y dimensiones (en imágenes).
- Tú puedes agregar propiedades adicionales para hacerlos más fáciles de encontrar, usar e identificar: qué objetos aparecen en una foto de estilo de vida, el fotógrafo, derechos de uso, etc.

Conexión entre activos digitales y content records

Cuando enlazas un activo digital a su producto, **la asociación se guarda en el producto, dentro de una propiedad de tipo digital asset**. Puedes guardar uno o varios activos en una sola propiedad de este tipo.

Ejemplo del curso: tienes fotos frontal, lateral y trasera de la cámara. Las guardas como tres activos digitales y las enlazas al registro de la cámara en tres propiedades separadas: `Front View`, `Side View`, `Rear View`.

2.4 Taxonomía (taxonomy)

La taxonomía agrupa cosas parecidas. En Salsify define *qué* es un content record y las piezas de datos que lo componen.

- **Cada producto encaja en la taxonomía una sola vez**, y el lugar donde se ubica determina qué se incluirá en su registro.
- Tiene una serie de **niveles cada vez más específicos**, llamados **nodos de taxonomía** (*taxonomy nodes*). Las reglas que aplicas en un nivel aplican a todos los niveles por debajo.

Ejemplo del curso (la cámara): `Product > Professional Equipment > Surveillance Electronics > Digital Cameras`

Nivel	Propiedades que se añaden ahí
Product (nivel superior)	Name , GTIN , descripciones, hero image. Es lo único que <i>todos</i> los productos tienen en común, pero aplica a cada nivel inferior.
Surveillance Electronics	Todos los productos bajo este nodo usan pilas → se agregan propiedades relacionadas con baterías.
Digital Cameras	Muy específico: sensores de imagen, velocidad del procesador, capacidad de almacenamiento. Aplica a pocos registros pero define exactamente qué significa "cámara digital" en tu organización.

Beneficio final: al mirar un producto sabes **qué constituye un registro completo** para ese tipo, y por lo tanto puedes optimizar contra ese estándar.

2.5 Validaciones (validations)

Si la taxonomía define *de qué están hechos* los registros y las propiedades definen en general *qué se puede guardar*, las **validaciones le dicen a tu organización qué es un valor aceptable** para cada propiedad según el tipo de registro.

- Se configuran **a nivel de nodo de taxonomía**.
- Ejemplos del curso: exigir **al menos 3 bullet points** por producto; limitar el número de caracteres de una propiedad; marcar si llenar una propiedad es obligatorio para que el registro sea válido.
- Cuando no se cumplen, **Salsify identifica los errores** para que los corrijas fácilmente.

PUNTO FINO QUE PROBABLEMENTE ESTÉ EN EL EXAMEN

Las validaciones son opcionales y, por sí solas, NO impiden que un producto sea elegible para publicarse. Proveen una plantilla por tipo de producto para que sepas qué tan completo está contra tus estándares internos. *Tienes la opción de combinarlas con otros factores* para impedir que se publiquen registros incompletos. También: no todas las organizaciones usan taxonomía y validaciones; algunas usan una estructura existente (ej. una lista de categorías guardada en una propiedad) combinada con otros procesos.

2.6 Jerarquía de herencia (inheritance hierarchy)

Sirve para conjuntos de registros que tienen **mucho más en común** entre sí: mismo estilo de ropa en distintos colores y tallas, mismo modelo de mueble en distintos acabados, mismo alimento en distintos sabores.

Qué logra: garantiza que productos parecidos mantengan valores consistentes y te permite **capturar un valor una sola vez y aplicarlo a todas las variantes**.

El ejemplo de la camisa (memorízalo, es el que usa el curso)

Una camisa en 2 colores × 9 tallas = **18 variantes del mismo estilo**. El modelo de herencia es **Style > Fabric Color > SKU**:

Nivel	Qué se guarda ahí
Style (padre / <i>parent</i>)	Lo que aplica a <i>todos</i> los productos vendibles: número de estilo, descripción, bullet points, marca, largo de manga, tipo de camisa, y logística (peso, unidades por caja, dimensiones de la caja). No tiene padre.
Fabric Color (hijo de Style / <i>variant</i>)	Lo específico del color y de todo lo que cuelga de él: nombre del color, tipo de tela y composición. Hereda todos los detalles de Style.
SKU (producto vendible, nivel inferior)	Solo lo específico de esa unidad vendible: GTIN, talla, costo. Su padre es Color, y hereda tanto lo de Color como lo que Color heredó de Style .

REGLAS DE HERENCIA QUE HAY QUE SABER

- **Por defecto, el registro variante solo debe almacenar la información que NO hereda.**
- En la página de detalles, las propiedades con valor heredado muestran un **ícono de cadena** (*link icon*) delante: significa que no hay valor guardado en ese registro, viene de un nivel superior.
- Si además guardas un valor en el nivel del propio registro, verás una **cadena rota** (*broken link*). **Un valor guardado en el nivel variante sobrescribe (override) el del padre.**
- Puedes configurar **múltiples niveles** de jerarquía. Los modelos se gestionan en *Properties > Inheritance* y luego se añaden a la taxonomía donde apliquen.

NO CONFUNDIR

Taxonomía = clasificación (qué *tipo* de cosa es y qué propiedades le corresponden). **Jerarquía de herencia** = relación padre/hijo entre registros para *compartir valores*. **Jerarquía de empaque de GDSN** = cómo se empacan los ítems para envío (pallet > caja > unidad) y *NO es un modelo de herencia*: ahí cada producto lleva sus propios detalles.

3. Centralize — PIM, DAM y Workflow

Curso: *Centralize Product Tour: PIM, DAM & Workflow* (42 min). Aquí se construye "la fuente única de verdad" (*digital source of truth*). El caso de estudio del curso es la empresa ficticia **CXM Industries**.

3.1 Importaciones e integraciones (imports & integrations)

Salsify reúne toda la información en un lugar centralizado. **Los imports son la forma de meter todo a Salsify**. Para datos que seguirán viviendo en otros sistemas, las **integraciones** conectan ese sistema a Salsify y entregan la información de forma regular *a través de imports*.

Reglas de los imports

- Normalmente empiezan con una **hoja de cálculo**: filas = registros, columnas = detalles que se guardarán como valores de propiedades.
- **Los nombres de propiedad NO tienen que coincidir con los encabezados de columna**. Incluso los tipos de dato pueden ser distintos.
- **Lo único que tiene que estar en todo import es el record ID**. Es la única propiedad de tu organización que no puedes cambiar y debe tener un valor único por registro.
- El valor de la columna ID es lo que Salsify usa para decidir si la información se agrega a un registro existente. **Si no hay coincidencia, por defecto Salsify crea un registro nuevo**. En el import puedes elegir cómo se maneja la información.
- Puedes importar **estructura nueva (propiedades nuevas) junto con el contenido**.
- **No tienes que importar todo de una vez**. Recomendación del curso: empieza con unos pocos productos de alto desempeño con buen contenido y crece desde ahí.
- **Los imports son reutilizables**: puedes importar nuevos lotes en el mismo formato sin volver a configurar nada.
- **Solo usuarios con permiso pueden hacer imports**. Los administradores definen roles y les asignan permisos.

Mapeo de import (import mapping)

Al mapear le dices a Salsify cómo tratar el dato según su formato en la hoja y el tipo de dato de la propiedad destino. Ejemplo del curso: la propiedad **Flavor** es una picklist (lista enumerada); durante el import decides qué hace Salsify con valores nuevos que aún no están en la picklist — en el ejemplo se permite agregarlos. Antes de ejecutar puedes revisar todo en la vista **Summary**.

Integraciones

Para contenido que seguirá viviendo en otro sistema. Típicamente se contrata al equipo de **Professional Services** o se usan recursos de desarrollo propios para construir una integración que use las herramientas de import y/o la **API de Salsify** para entregar actualizaciones de forma regular. La documentación de la API está en el **Developer Hub** (developers.salsify.com).

3.2 Navegar tus registros: el índice de productos/registros

La **página índice de registros o productos** (*records / product index page*) es donde interactúas con tus content records **en bloque**, o haces clic en uno para ir a su página de detalles.

- Puedes **personalizar tu vista** para mostrar las propiedades que te importan, y cambiar el locale si tu organización usa localización.
- La **bandeja de tareas de workflow** (*workflow tasks tray*) en la barra superior muestra las tareas recientes asignadas a ti; un número en la esquina indica tareas nuevas.

El menú Actions (acciones en bloque)

Acción	Para qué sirve
Bulk edit	Cambiar valores guardados en la misma propiedad para muchos registros. Puedes agregar un valor específico o usar una fórmula para actualizar los valores.
Export	Exportar una lista de registros: todos sus detalles, o solo los que se muestran en tu vista.
Add to a workflow	Meter productos a un workflow que los enruta a los miembros del equipo para dejar el contenido listo para publicar.
Review / Publish	Elegir un conjunto de productos para revisar su completitud contra los requisitos de un touchpoint, y publicar a través de un canal.

Filtros

- **Filtro por taxonomía** — barra lateral izquierda; eliges un nodo y ves los registros que le corresponden.
- **Búsqueda dentro del filtro** — el buscador superior solo devuelve productos incluidos en el filtro de taxonomía activo. Si estás en una capa más profunda, solo busca ahí.
- **Filtros de propiedad y de membresía** (*property & membership filters*) — acercarte a registros que cumplen criterios específicos (ej.: productos con información faltante). Las especificaciones se pueden guardar como listas.

3.3 Listas (lists) — smart vs. simple

Tipo	Comportamiento	Cuándo usarla
Lista inteligente <i>Smart list</i>	Automática. Se basa en filtros/criterios; cada vez que un producto cumple el criterio se agrega solo (y se quita cuando deja de cumplirlo).	Ejemplo popular del curso: productos recién agregados bajo la taxonomía "protein supplements" entran automáticamente a la lista para que actúes sobre ellos.
Lista simple <i>Simple list</i>	Estática hasta que la cambies manualmente.	Cuando necesitas juntar productos que no tienen nada en común más que estar en la misma lista.

Existen también **listas de activos digitales**, que funcionan igual (smart o simple) y se usan como carpetas para organizar y acceder a grupos de assets.

3.4 La página de detalles de un registro (product details page)

Contiene **todo lo que Salsify guarda** sobre ese producto o registro. Se llega haciendo clic en el ID del producto.

- **Grupos de propiedades** (*property groups*) — organizan las propiedades en la página. Aparecen en orden y sirven también como navegación. **Las propiedades que no pertenecen a ningún grupo aparecen en la sección "Unassigned" al final de la página.** Son completamente personalizables y se gestionan en la pestaña *Property Groups*.
- **Propiedades multivalor** — cada valor se lista por separado (ej.: cada bullet point).
- **Help text** — clic en el ícono para ver la aclaración.
- **Record references** — muestran una vista previa del registro referenciado (ej.: la marca); clic para ver el registro completo.
- **Digital assets** — cada activo tiene su propia página de detalles. Desde la página del producto puedes descargarlo rápidamente pasando el cursor sobre la miniatura.
- **Propiedades localizadas** — un indicador junto al valor muestra el idioma; se alterna con el menú desplegable de localización arriba a la izquierda.
- **Propiedades inválidas** — si tienes taxonomía y validaciones, verás qué propiedades deberían estar llenas y si los valores cumplen los requisitos. Pasa el cursor sobre la advertencia para ver por qué son inválidas; **en la mayoría de los casos puedes editarlas ahí mismo.** Icono de error = inválida; palomita verde = válida.
- **Filtro de propiedades** — el desplegable "All Properties" (arriba a la derecha) permite acotar la vista a propiedades validadas / con valores válidos o inválidos.
- **Pestaña Activity** — registro de todas las acciones tomadas desde que se creó el registro (qué cambió, cuándo y quién).

Editar: las acciones individuales (publicar, editar) se hacen desde la página de detalles; las masivas desde el índice. Con permiso puedes ajustar valores, agregar valores nuevos y llenar propiedades que existen en la cuenta pero están vacías para ese producto. Se confirma con *Save Changes*.

3.5 Activos digitales: transformaciones y uso

TRANSFORMACIONES DE IMAGEN (IMAGE TRANSFORMATIONS) — CONCEPTO CLAVE

Son **códigos cortos que se agregan a la URL** y modifican el activo original cuando esa URL se usa. Sirven para tamaño, forma, colores y más.

La ventaja central: el equipo solo necesita crear y almacenar **un activo maestro en la máxima resolución disponible** y usar transformaciones para entregarlo en los muchos formatos que necesitan los endpoints, sitios de eCommerce y equipos internos. *Te evita guardar múltiples versiones del mismo activo en distintos tamaños.*

- Se pueden agregar **transformaciones personalizadas** a tu cuenta, que quedan disponibles en la página de detalles de la imagen.
- Se pueden **aplicar en bloque** al entregar contenido e imágenes a los touchpoints, y también al enviar contenido a retailers para cumplir sus requisitos.
- El Knowledge Base tiene un **constructor (builder)** y una **hoja de referencia (cheat sheet)** de tipos de archivo y límites de tamaño.

Pestaña Usage: muestra los productos enlazados a ese activo. Enlazar activos a productos centraliza detalles y medios en una sola página, dando a toda la organización acceso a información consistente.

Pestaña Activity: rastrea cambios al activo, incluido cuándo se enlazó a un producto.

3.6 Permisos de usuario (user permissions)

Los administradores definen **roles** y les asignan **permisos**. Un equipo de marketing necesita permisos distintos a los de un vendedor o al equipo de eCommerce. Adaptar los roles a los usuarios asegura que cada quien tenga los límites adecuados para hacer su trabajo.

Los **roles** son conjuntos personalizados de permisos de aplicación. Suelen configurarse por **equipo funcional** (marketing, eCommerce) y por **la función que desempeñan dentro de Salsify** (agregar usuarios, construir workflows).

LOS 3 ROLES POR DEFECTO Y LOS 4 NIVELES DE PERMISO

Por defecto, toda organización tiene tres roles: *administrators*, *editors* y *viewers*. La recomendación del curso es **empezar con esos tres y construir desde ahí**.

Hay cuatro niveles de permiso posibles para cada herramienta:

- **Hidden** (oculto) — la función está oculta para el usuario.
- **View** (ver) — puede ver, pero no hacer ninguna actualización a los datos.
- **Use** (usar) — puede hacer actualizaciones a los datos.
- **Manage** (gestionar) — permiso total sobre la función.

Mejor práctica declarada por el curso: dar a los usuarios *únicamente* los permisos que necesitan para hacer su trabajo.

La **página índice de roles** muestra todos los roles de la organización con una descripción de lo que hacen. (Hay un curso dedicado: *Salsify 160 — User Administration*.)

3.7 Workflows

Con los workflows, los administradores construyen **procesos repetibles** que enrutan registros a distintos equipos e individuos —basándose en los roles— y ejecutan algunas funciones automáticas.

- **Los disparadores** (*triggers*) siguen un orden que tú defines: enrutan el registro a la persona correcta en el punto correcto y **le piden solo la información que esa persona debe aportar**.
- Puedes incluir **pasos de aprobación** para verificar el contenido antes de que forme parte de tus registros.
- Puedes incluir **pasos que no actúan directamente sobre el registro**. Ejemplo del curso: informar a un equipo cuando un registro llega a cierto paso, disparando una tarea que les envía un correo.
- Puedes **comunicarte con el equipo dentro de las tareas del workflow**, lo que deja un historial de las decisiones tomadas.
- **Los workflows están disponibles tanto para content records como para metadatos de activos digitales**.
- Puedes empezar desde cero o partir de una **plantilla de prácticas de negocio comunes** y personalizarla.

LAS 3 PREGUNTAS PARA MODELAR UN WORKFLOW (APARECEN TEXTUALES EN EL CURSO)

1. **¿Cuándo debe comenzar el proceso?** ¿Lo inicia manualmente un usuario o sistema externo, o puedes describir la lógica? Ej.: cuando se crea un producto nuevo, o cuando una propiedad se actualiza a un valor específico.
2. **¿Qué trabajo necesita ocurrir?** ¿Qué personas o sistemas están involucrados? ¿Qué necesita hacer cada uno para que su tarea sea exitosa?
3. **¿En qué orden?** ¿Qué puede hacerse en paralelo, dónde hay dependencias y cómo sabes que terminaste?

Tareas de workflow (workflow tasks) — dónde viven y cómo se trabajan

Tres formas de llegar a tus tareas: configurar **notificaciones por correo** para recibir alerta cuando se te asigna una tarea nueva; la **bandeja de tareas** del menú superior; o el **menú More**. Además, si un producto tiene tareas abiertas verás un aviso "**Active**" en su pestaña de tasks.

- **Dos vistas para trabajar una tarea:** la **página de detalles** de la tarea, o el **panel lateral** (*side panel view*). La ventaja del panel lateral es que **sigues viendo el resto de los detalles del producto**, así tienes el contexto completo del registro mientras decides qué contenido agregar.
- **Página de lista de tareas** (*tasks list / index*): todas las tareas abiertas de la organización. Abres una haciendo clic en su nombre.
- **Filtros:** se pueden **combinar** para acotar la vista a las tareas prioritarias. El **historial de tareas** muestra cuándo se hicieron actualizaciones a los productos y las conversaciones que ocurrieron alrededor de esas decisiones.
- **Barra de acciones de tareas** (*task actions bar*), al pie de la página: actúa sobre **una o varias tareas** — abrir tareas, **exportar tareas para trabajarlas fuera de Salsify e importar la información nueva**, y otras funciones.
- **Bulk Task Editing** y **Bulk Mark as Done**: cuando terminas, seleccionas las tareas completadas y eliges *Bulk Mark as Done* desde la barra de *Actions*.

Constructor de workflows (workflow builder)

- **Página índice de workflows:** panorama de tus flujos y sus detalles — **fecha de última edición, tipo de entidad** (*entity type*) **y si están habilitados**.
- **Los pasos son personalizables**, hay **variedad de tipos de tarea** y el workflow **puede ramificarse** como quieras.
- Los administradores pueden definir **un solo paso** del flujo al que la tarea debe solicitar cambios, o **seleccionar múltiples pasos**.

INSTALLABLE FLOWS (FLUJOS INSTALABLES) — TÉRMINO QUE CONVIENE RECONOCER

Salsify tiene **workflows pre-construidos** para casos de uso comunes. Un **installable flow** es un workflow pre-construido que, al agregarlo, **abre el Workflow Builder y muestra un proceso de punta a punta**. Sirve como *marco o plano* para crear un proceso orientado a una necesidad específica del anaquel digital.

Puedes ajustar cualquier paso a tus requisitos. Una vez agregado, solo añades **configuración básica: los asignados y las propiedades de tarea relevantes**. Ejemplo de plantilla que menciona el curso: **Marketing Copy Refresh**.

4. Activate — Canales y Catálogos Digitales

Curso: Activate Product Tour: Channels & Digital Catalogs (35 min).

4.1 El problema que resuelve la activación

Sin Salsify: un ciclo de llenar hojas de cálculo cada vez que quieres enviar información. Es fácil omitir un requisito de un retailer porque no existe en tu hoja; es muy probable que tengas que reenviar información por errores o porque el contenido apareció distinto a lo esperado. Y si el producto cambia o marketing escribe una descripción nueva, tienes que actualizar todo en todos lados.

Con Salsify: guardas **una sola versión del producto** que se adapta y entrega a distintos touchpoints de forma repetible. Configuras el readiness report una vez y, mientras no cambien los requisitos, eliges un nuevo conjunto de productos y publicas por el mismo canal otra vez. **Cuando los retailers pueden aceptar contenido directamente, Salsify lo entrega así**, evitando correos y portales, y acelerando el time to market.

CONCEPTO CLAVE

Cada retailer tiene sus propios requisitos para aceptar contenido, así que cada canal y herramienta que Salsify crea tiene que *encontrar al retailer donde está en su proceso*. Por eso existen varios métodos de entrega distintos — y por eso el examen probablemente te pida distinguirlos.

4.2 Los seis métodos de entrega — tabla comparativa

Método	Qué es	Cuándo se usa
Readiness Reports (pre-construidos)	Una conexión a un retailer con un conjunto de requisitos pre-construido . Emparejas tu contenido con las reglas del retailer y, donde no coincide, usas herramientas de mapeo para transformarlo. Antes de publicar, Salsify analiza el contenido contra los requisitos del retailer.	Retailers clave con los que Salsify ya tiene requisitos pre-construidos. Se agregan a tu cuenta por solicitud (contactas a Support para activarlos, luego agregas el canal y mapeas).
Custom Readiness Reports	Reportes construidos a la medida por Salsify, a solicitud , basados en las plantillas de tus retailers. Al publicar, Salsify llena la plantilla con tu contenido.	Cuando (a) tienes una plantilla que usas para ese touchpoint y no es buen candidato para un canal custom, o no tienes recursos para construirlo; o (b) no hay readiness report pre-construido para tu touchpoint.
Salsify Data Pool / GDSN	Data pool propio de Salsify, "construido a propósito para el anaquel digital". Permite gestionar y syndicar datos de cadena de suministro y datos de cara al consumidor en una plataforma unificada.	Socios comerciales que requieren GDSN . Une comercio en línea y físico. En la mayoría de los casos el equipo de Salsify ayuda a configurarlo.
Open Catalog	Una biblioteca estandarizada de contenido de producto de la que cualquier retailer puede jalar y a la que cualquier marca puede publicar . Publicas una vez y varios retailers pueden tomar tu contenido.	Sobre todo bienes de consumo empacados (CPG) y abarrotes/consumibles . Se ingresa por solicitud (Support form o tu contacto en Salsify).
Custom Channels	Construyes tu propia conexión con las herramientas y salidas disponibles. No tienen el mismo conjunto de herramientas que los readiness reports pre-construidos o custom, pero puedes crear transformaciones de contenido y de activos con el lenguaje de fórmulas de Salsify .	Cuando el endpoint puede aceptar la salida tal como se genera. Es una vía más rápida y simple de preparar y entregar contenido.
Digital Catalogs	Una forma rápida de armar una vista general visualmente atractiva de tus productos: una página de producto por cada uno. Eliges qué productos y propiedades compartir, y puedes hacer el contenido descargable . Se comparte con un simple enlace.	Retailers sin requisitos específicos , ferias comerciales, otros eventos externos, o equipos internos que necesitan acceso limitado a tu contenido.

Detalles adicionales de Readiness Reports

- Los requisitos de readiness se actualizan cuando los retailers cambian sus reglas. Así ajustas tus mapeos *antes* de publicar, en lugar de lidiar con contenido rechazado por una plantilla desactualizada.
- Se pueden **mapear múltiples versiones** del mismo readiness report: por ejemplo, configuras un canal, lo duplicas y adaptas el contenido de cada uno para distintas regiones.
- Tú eliges cuántos productos enviar cada vez; según lo que acepte el retailer, puedes enviar productos nuevos y actualizados.
- Una vez configurado el canal, puedes seguir publicando sin trabajo adicional mientras los requisitos no cambien.

Las 8 pestañas de un canal de readiness report

Las pestañas visibles varían según las capacidades del canal, pero estas son las comunes.

Pestaña	Qué contiene
Overview	Donde aterrizas al abrir el canal. Muestra todas las veces que has publicado antes a ese retailer y te ayuda a ubicar en qué punto del proceso de configuración estás.
Instructions	Recomendación del curso: ir aquí en segundo lugar . Datos sobre el canal específico y enlaces a artículos del Knowledge Base para ese canal.
Products	Eliges los productos a enviar. Ese surtido (<i>assortment</i>) es lo que el canal usa para determinar si está listo para publicar. Se puede cambiar en cualquier momento y no estás limitado a publicar solo ese conjunto . Lo típico: una lista del surtido de ese retailer, más filtros para incluir solo los listos.
Readiness	Muestra el readiness report propiamente dicho: donde preparas tus productos contra los requisitos del retailer.
Notifications	Alertas a personas por correo o a sistemas por webhook cuando publicas con éxito o sin él.
Schedule	Publicar de forma repetida y programada . Se entregan los productos definidos en la pestaña Products.
Locale	Para cuentas con locales: fijar aquí el locale si es distinto del predeterminado.
Settings	Algunos canales tienen ajustes que establecen la conexión con el touchpoint.

LAS "DOS OLAS" DE PUBLICACIÓN — CONCEPTO CONCEPTUAL MUY CITABLE

El curso insiste en que **el proceso de activación puede ser completamente iterativo**: si quieres subir productos rápido, **puedes publicar una versión que no tenga todos los atributos llenos**. Empiezas cumpliendo los requisitos y luego regresas a enriquecer los atributos que más importan.

Piensa la publicación como dos olas:

1. **Sacar tus productos por la puerta** y ponerlos frente a tus clientes.
2. **Optimizar para tu retailer** (contenido de marketing, alimentar el algoritmo del retailer).

Los 4 pasos de un Custom Readiness Report

1. **Solicitar la plantilla** — mediante el formulario de Support. También puedes pedir actualizaciones si la plantilla o los requisitos del retailer cambian.
2. **Agregar el canal** — el custom readiness report se activa en tu cuenta y lo usas como uno pre-construido.
3. **Mapear tu contenido** a los atributos del retailer con las herramientas de readiness.
4. **Publicar el canal** — genera la plantilla llena con tu contenido y la envías por tu método habitual.
Solo se llenan los productos que cumplen los requisitos del retailer.

Nota del curso: hay un formato específico que la plantilla debe seguir y algunas plantillas no son buenas candidatas para custom readiness reports.

GDSN: la jerarquía de empaque

ADVERTENCIA EXPLÍCITA DEL CURSO

Al preparar registros para el data pool, **cada nivel de tu jerarquía de empaque se guarda como un registro separado. Esta jerarquía NO es un modelo de herencia** — cada producto lleva sus propios detalles. La jerarquía es la forma en que los ítems se empacan para envío.

- **Cada nivel tiene su propio GTIN**, un número de identificación estandarizado que representa ese nivel de la jerarquía.
- Los registros se conectan mediante **propiedades de referencia de registro cuantificadas** (*quantified record reference properties*): se guarda el nivel inmediatamente inferior y el nivel más bajo de la jerarquía, junto con el número de unidades de cada nivel.
- *Ejemplo del curso*: 24 unidades vendibles por caja, 8 cajas por pallet. La pestaña **GDSN Hierarchy** muestra una visualización y permite navegar entre niveles.
- La conexión al data pool se configura **a través de un canal de readiness report**, diseñado para entregar tanto el contenido de producto como la información de la jerarquía de empaque. Luego se establece **sincronización con los socios comerciales** sobre los ítems cargados.

Open Catalog: el proceso de alta

1. **Salsify configura el canal** de readiness report (después de que te aceptan al programa).

2. **Salsify hace el mapeo de integridad de datos** (*data integrity mapping*) — asegura que el contenido cumpla los estándares de precisión y calidad de los retailers y suscriptores de datos. Se mapean **unos 20 productos** de muestra y toma **10 días hábiles**.
3. **Revisas y apruebas los mapeos** — te avisan por correo cuando están listos.
4. **Completas los mapeos y publicas** — agregas el resto de tus productos, seleccionas tu surtido completo, confirmas que pasan las validaciones y publicas. Luego retailers y socios tecnológicos pueden jalar esa información a sus páginas de detalle de producto.

Beneficios de Open Catalog según el curso: aumentar tu alcance publicando una vez para muchos retailers; dar a los retailers información que pueden usar *encima* de la que ya tienen (una capa de control sobre cómo se presentan tus productos); y ganar nuevas audiencias con esfuerzo mínimo usando el mismo set de datos.

Qué puedes configurar con Custom Channels

Usando feeds de producto y de activos digitales:

- Generar o entregar reportes personalizados en varios formatos, con transformaciones de contenido y de activos.
- Entregar a endpoints vía **FTP, Dropbox o Box**.
- **Publicar automáticamente** a un endpoint según un calendario.
- Configurar **webhooks** para notificaciones de publicaciones exitosas y/o fallidas.
- Enviar **notificaciones por correo** de entregas exitosas y/o fallidas.

Formatos de salida de un custom channel

Tipo de feed	Cómo funciona y en qué formatos sale
Standard export (exportación estándar)	Eliges las propiedades a incluir y el canal publica en Excel, CSV o JSON . Entrega la información tal como está guardada en Salsify.
Templated export (exportación con plantilla)	Tú provees la plantilla y usas fórmulas de Salsify para elegir qué propiedades exportar y en qué lugar de la plantilla deben poblarse. También transformas el contenido con fórmulas. Las plantillas pueden ser Excel o CSV (no JSON).

PUBLICACIÓN EFÍMERA (EPHEMERAL PUBLISH) — TÉRMINO POCO OBVIO

En la pestaña *Products* de un custom channel puedes hacer **ephemeral publishes**: seleccionar *otro* grupo de productos —con listas, filtros o selección individual— y publicarlo por ese canal, sin cambiar el surtido configurado. Los productos elegidos salen en el formato y por el método que el canal tenga definido.

Pestaña de activos digitales en custom channels: los activos asociados a productos se pueden transformar y entregar de tres formas — **por URL dentro de la exportación de contenido, como archivo zip** entregado a un endpoint, o **descarga directa**. Al activar el feed de activos puedes enviarlo a una **ubicación distinta** de la del feed de producto, **renombrar o transformar** los archivos durante

la publicación, y **excluir ciertos tipos de activo** (por ejemplo, si guardas hojas de cálculo junto a tus productos y no quieres exportarlas).

Catálogos digitales: qué se puede configurar

- Son **buscables y filtrables**, con opciones para personalizar qué se incluye.
- Las **miniaturas de producto se jalan desde Salsify**. Puedes cambiar lo que se muestra debajo; por defecto aparece el nombre del producto. Se puede agregar un **banner clicable**.
- **Página de detalle del producto dentro del catálogo:** puedes agregar bullet points y descripciones, elegir el contenido e imágenes que aparecen, y —clave— definir **nombres públicos de las propiedades específicos de cada catálogo**. Si una propiedad se llama de forma que no tendría sentido para la audiencia de ese catálogo, la renombas *solo ahí*.
- **Contenido descargable:** puedes incluir versión descargable tanto del contenido de producto como de los activos digitales, e incluso **un set de propiedades distinto en la descarga** — por ejemplo, una vista previa visual en pantalla y un archivo más detallado para descargar. Los activos se pueden empaquetar en **zip**, y las **transformaciones también están disponibles**.
- El curso lo resume así: "**todas las opciones que tienes en custom channels están disponibles aquí también**".
- **Configuración:** filtras para elegir el conjunto de productos y luego eliges las propiedades — igual que en otros canales.

5. Optimize — Insights y Enhanced Content

Curso: *Optimize Product Tour: Insights & Enhanced Content* (19 min).

5.1 Por qué optimizar

Ya no basta con **estar presente** en los canales de eCommerce. Una vez que tu contenido está en el mundo, sigue habiendo trabajo por hacer:

- Mantener el contenido **alineado con los algoritmos de búsqueda**.
- Lograr que **resuene con los clientes**.
- **Protegerlo de competidores y violaciones de precio**.

PREGUNTA LITERAL DEL CURSO

"Which of the following is NOT true. By keeping your content optimized, you're able to: ..."

Las tres verdaderas son las tres viñetas de arriba. **La opción falsa es "Manage your content at scale and review order details"** — revisar detalles de órdenes no es parte de la optimización de contenido.

5.2 Salsify Automated Insights

RECUERDA

El curso dice literalmente: "*This course is optional. You will not be tested on it in the certification assessment.*" Además: **este conjunto de funciones NO está incluido en todas las organizaciones de Salsify** — su disponibilidad depende del tipo de licencia. Para agregarlo se habla con el Account Manager o con Customer Support.

Qué hacen los Automated Insights, según el curso:

- Proveen **datos accionables** para mejorar la calidad y precisión de tu contenido de producto.
- **Disparan automáticamente un workflow** de contenido a actualizar o revisar.
- Proveen **analítica de página de producto en circuito cerrado** (*closed-loop product page analytics*).
- Complementan la Activación ayudándote a **subir en rankings de búsqueda, defender la rentabilidad y ganar la Buy Box**.

Áreas que permiten dejar de monitorear manualmente: **precio, contenido, disponibilidad y búsqueda**.

5.3 Enhanced Content (contenido enriquecido)

Las marcas que van más allá de lo esencial y enriquecen sus páginas de producto **por debajo del pliegue** (*below the fold*) convirtiéndolas en experiencias de marca completas capturan mejor la atención y lealtad del consumidor, lo que **eleva las tasas de conversión**.

Enhanced Content da contexto adicional al consumidor usando activos como **videos, tablas comparativas y feature tours**, creando una experiencia que responde las dudas restantes **mientras el consumidor sigue en tu página de producto**, ayudándole a tomar decisiones de compra más informadas.

Función	Descripción
Videos	Contenido en video dentro de la experiencia below-the-fold.
Image Galleries (galerías de imágenes)	Galerías extensas: fotos de estilo de vida, giros 360°, infografías con información y datos del producto en formato visualmente atractivo.
Comparison Charts (tablas comparativas)	<i>Definición que usa el curso en su quiz:</i> "Muestra múltiples versiones del mismo producto que tú posees, dando a los clientes una forma fácil de comparar y comprar el producto correcto sin salir de tu página de producto. "
Feature Tours (recorridos de características)	Destacan características del producto con elementos interactivos, zooms, descripciones emergentes y giros 360°. Se configuran mediante hotspots sobre imágenes , que muestran al cliente imágenes e información adicionales.

Experience Builder: se usa para construir un nuevo *layout*. Preparas el contenido agregándolo a una **lista** y luego **verificando los identificadores**. La publicación de contenido below-the-fold está disponible **solo para retailers específicos** (la lista está en el Knowledge Base).

PREGUNTAS LITERALES DEL CURSO OPTIMIZE

- "With feature tours, you can set up _____ on images..." → **Hotspots** (no "callouts", "pop-ups" ni "labeled graphics").
- "Showcase multiple versions of the same product..." → **Comparison Charts**.
- Verdadero/Falso: "Con Enhanced Content puedes publicar contenido below-the-fold a retailers específicos y crear experiencias de marca que ayudan al consumidor a decidir sin salir de tu página de producto" → **Verdadero**.

6. Recursos de soporte de Salsify

Del curso *Getting Started with Salsify*. Suele haber una pregunta de tipo "¿a dónde irías para...?".

6.1 Los cuatro equipos que te apoyan

Equipo	Cómo te ayuda (redacción del curso)
Customer Support	Te ayuda a volver al camino con Salsify cuando un artículo o video de ayuda no es suficiente .
Professional Services	Asesores de confianza que te ayudan a construir una base sólida durante el onboarding y aportan experiencia en Salsify y en la industria. Trabajan contigo para implementar Salsify de la forma más efectiva, eficiente y creativa, asegurando adopción exitosa.
Customer Enablement	Crea los cursos de capacitación y las rutas de certificación para ayudarte a sacar el máximo provecho de Salsify. (Es el equipo que hizo este mismo curso.)
Customer Success Managers	Te ayudan a alcanzar tus metas y construir soluciones sostenibles para el éxito.

6.2 Dónde buscar cada cosa

Recurso	Para qué
Knowledge Base help.salsify.com	Artículos de ayuda: mapear un atributo a un canal, resolver funciones de fórmula, detalles de una función. Se accede desde dentro de Salsify con el menú ? > Knowledge Base , desde el enlace del panel de ayuda, o visitando help.salsify.com directamente.
Developer Hub developers.salsify.com	Detalles técnicos para conectar vía API: guías y documentación de API y webhooks . Para desarrolladores que construyen conexiones a los datos de Salsify.
Training Center learn.salsify.com	Cursos y certificaciones (donde estás ahora).
What's New	Sección del Knowledge Base con las actualizaciones recientes de funciones y productos nuevos .
Status page status.salsify.com	Desempeño del sistema en tiempo real. Puedes suscribirte para recibir alertas por correo de cambios de estado, y ver el historial.
Digital Shelf Institute (DSI)	Recurso de conocimiento de industria : blog, el podcast <i>Unpacking the Digital Shelf</i> , la Strategy Series y research.
Newsletters	Product Newsletter (mensual): actualizaciones de producto, webinars. Customer Enablement Newsletter (trimestral): novedades de cursos, certificaciones y tips.
Resources Page / Blog / User Groups	Webinars on-demand, ebooks, casos de estudio, checklists, plantillas; artículos de estrategia; y grupos regionales de usuarios para hacer networking.

TIP PRÁCTICO DEL PROPIO CURSO

Los videos de la plataforma de training **se reproducen automáticamente sin sonido**. Arregla esto antes del assessment: clic en el ícono de candado en la barra de direcciones → *Site Settings* → *Sound* → *Allow* → recargar. También puedes cambiar la velocidad del video (ícono de engrane), activar subtítulos (CC → English) y **buscar palabras dentro de un video** (Search Video).

7. Glosario inglés → español

Término (EN)	Significado
Digital shelf	Anaqueles digitales: el conjunto de todos los puntos de contacto digitales donde aparece tu producto.
Touchpoint	Punto de contacto / destino: un retailer, marketplace, sitio D2C, red social, etc.
Endpoint	Destino final al que se entrega el contenido.
Source of truth	Fuente única de verdad: el lugar centralizado y confiable del contenido.
PXM / ProductXM	Product Experience Management — gestión de la experiencia de producto.
CommerceXM	La plataforma integrada de Salsify (PXM + Marketplace/D2C + Retailer/ Distributor selling).
PIM	Product Information Management — gestión de la información de producto.
DAM	Digital Asset Management — gestión de activos digitales.
Content record / Record	Registro de contenido: colección de información sobre una cosa específica (producto, marca, etc.).
Custom record	Registro personalizado: guardar en Salsify cosas que no son productos.
Property	Propiedad: el "bloque" que contiene un tipo de información.
Value	Valor: el dato concreto guardado en una propiedad.
Property type	Tipo de propiedad: string, number, picklist, record reference, digital asset...
Picklist / enumerated list	Lista de opciones válidas predefinidas.
Property group	Grupo de propiedades: organiza la página de detalles. Sin grupo → sección "Unassigned".
Help text	Texto de ayuda que aclara qué se guarda en una propiedad.
Unique identifier / Record ID	Identificador único. Única propiedad obligatoria y no modificable.
GTIN	Global Trade Item Number: número de identificación estandarizado.
SKU	Stock Keeping Unit: identificador de unidad vendible.
Locale	Configuración de idioma/región para contenido localizado.
Taxonomy / Taxonomy node	Taxonomía / nodo: clasificación jerárquica que define qué es un registro y qué propiedades le aplican.

Validations	Validaciones: reglas por nodo de taxonomía sobre qué valor es aceptable. Opcionales.
Inheritance hierarchy	Jerarquía de herencia: padre (parent) → variante (variant/child) que hereda valores.
Parent / Variant (child)	Registro padre / registro variante que hereda del padre.
Override	Sobrescribir: un valor en el nivel variante prevalece sobre el heredado.
Digital asset	Activo digital: archivo + sus metadatos.
Image transformation	Transformación de imagen: código corto agregado a la URL que modifica el activo.
Import / Import mapping	Importación / mapeo de columnas de la hoja a propiedades de Salsify.
Integration	Integración: flujo automatizado desde otro sistema hacia Salsify.
Bulk edit	Edición masiva de una misma propiedad en muchos registros.
Smart list / Simple list	Lista inteligente (automática por criterios) / lista simple (estática, manual).
Workflow / Trigger / Task	Flujo de trabajo / disparador / tarea asignada a una persona o sistema.
Channel	Canal: la conexión configurada hacia un touchpoint.
Readiness report	Reporte de preparación: canal con los requisitos pre-construidos de un retailer.
Custom readiness report	Reporte a la medida creado por Salsify a partir de tu plantilla.
Custom channel	Canal construido por ti; usa el lenguaje de fórmulas de Salsify.
GDSN / Data pool	Global Data Synchronization Network / repositorio para sincronizar con socios comerciales.
Packaging hierarchy	Jerarquía de empaque (pallet > caja > unidad). NO es herencia.
Quantified record reference	Referencia de registro cuantificada: enlaza niveles de la jerarquía indicando cuántas unidades.
Open Catalog	Biblioteca estandarizada de contenido: publicas una vez, varios retailers jalan.
Digital catalog	Catálogo digital: micrositio/enlace compatible con páginas de producto.
Syndication	Sindicación: distribuir contenido a múltiples destinos.
	Contenido enriquecido bajo el pliegue de la página de producto.

Enhanced content / Below the fold	
Hotspot	Punto interactivo sobre una imagen en un feature tour.
Buy Box	La caja de compra destacada en un marketplace; "ganarla" da la venta.
Automated Insights	Reportes automatizados de desempeño del contenido (precio, contenido, disponibilidad, búsqueda).
Role	Rol: conjunto personalizado de permisos de aplicación. Por defecto: administrators, editors, viewers.
Hidden / View / Use / Manage	Los 4 niveles de permiso: oculto / ver sin editar / editar datos / control total de la función.
Installable flow	Workflow pre-construido que se instala y abre el builder con un proceso completo listo para ajustar.
Entity type	Tipo de entidad sobre la que opera un workflow (content record o metadatos de activo digital).
Bulk Mark as Done	Marcar varias tareas como completadas desde la barra de acciones.
Assortment	Surtido: el conjunto de productos definido en la pestaña Products de un canal.
Ephemeral publish	Publicación puntual de otro conjunto de productos por un canal, sin cambiar su surtido configurado.
Standard export	Salida en Excel, CSV o JSON con las propiedades que elijas.
Templated export	Salida en Excel o CSV usando tu plantilla y fórmulas de Salsify.

8. Las 20 trampas más probables del assessment

1. **La única propiedad obligatoria** de cualquier registro es su **identificador único (record ID)**. No es el nombre, ni la marca, ni la imagen.
2. El record ID es **la única propiedad que no puedes cambiar** y lo único que *tiene* que estar en cada import.
3. En un import, **los nombres de propiedad NO tienen que coincidir** con los encabezados de columna; incluso los tipos de dato pueden diferir.
4. Si el valor del ID no coincide con nada, **por defecto Salsify crea un registro nuevo**.
5. **Las validaciones son opcionales** y por sí solas **no bloquean la publicación**. Pueden combinarse con otros factores para hacerlo.
6. Las validaciones se configuran **a nivel de nodo de taxonomía**, no a nivel de producto individual.
7. **Cada producto encaja en la taxonomía una sola vez**.
8. Las reglas de un nodo de taxonomía **aplican a todos los niveles por debajo**.
9. **Taxonomía ≠ jerarquía de herencia**. La primera clasifica; la segunda comparte valores entre padre y variantes.
10. En herencia, **el registro variante solo debe guardar lo que NO hereda**, y un valor guardado en el variante **sobrescribe** al del padre.
11. **Ícono de cadena** = valor heredado. **Cadena rota** = hay un valor propio guardado en ese nivel.
12. La **jerarquía de empaque de GDSN NO es un modelo de herencia**: cada nivel es un registro separado con sus propios detalles y su propio GTIN.
13. La asociación entre activo digital y producto **se guarda en el producto**, dentro de una propiedad de tipo digital asset.
14. Las **transformaciones de imagen son códigos en la URL**; permiten guardar **un solo master en alta resolución** en lugar de múltiples versiones.
15. **Smart list = automática** por criterios; **simple list = estática**, para productos sin nada en común.
16. Las propiedades **sin grupo asignado** aparecen en la sección "**Unassigned**" al final de la página de detalles.
17. **Los workflows aplican tanto a content records como a metadatos de activos digitales**.
18. Los **readiness reports se activan por solicitud** (vía Support), no vienen todos habilitados por defecto. Lo mismo para **custom readiness reports** y **Open Catalog**.
19. **Open Catalog** = publicas una vez y *muchos* retailers jalan. **Readiness report** = conexión a *un* retailer específico.
20. **Automated Insights NO está incluido en todas las organizaciones** (depende de la licencia) y **no se evalúa** en este assessment.
21. Los **cuatro niveles de permiso** son **Hidden, View, Use, Manage** — en ese orden creciente. *Use* permite actualizar datos; *Manage* da control total de la función.
22. Los **tres roles por defecto** son **administrators, editors y viewers**.

23. Un **installable flow** es un workflow *pre-construido* que al agregarse abre el Workflow Builder con un proceso de punta a punta; solo le añades asignados y propiedades de tarea.
24. El surtido de la pestaña **Products** determina si el canal está listo para publicar, pero **no te limita** a publicar únicamente ese conjunto.
25. **Standard export** → Excel, CSV o **JSON**. **Templated export** → solo **Excel o CSV**. Es una distinción fácil de preguntar.
26. La **publicación puede ser iterativa**: es válido publicar sin todos los atributos llenos y enriquecer después. Las "dos olas" son sacar el producto y luego optimizar para el retailer.
27. En un **digital catalog** puedes renombrar propiedades **solo para ese catálogo** (nombres públicos por catálogo).
28. Las tareas se pueden **exportar para trabajarlas fuera de Salsify** y luego reimportar la información — desde la barra de acciones de tareas.

9. Banco de preguntas de práctica

30 preguntas al estilo del assessment. Tapa la caja verde y responde antes de leer la explicación.

1. ¿Cuáles son los cuatro pilares de CommerceXM?

- a) Import, Transform, Publish, Report · b) Manage, Activate, Engage, Optimize · c) Collect, Model, Syndicate, Analyze · d) PIM, DAM, Workflow, Insights

b) Manage (centralizar datos y marca), Activate (activar contenido en retailers y D2C), Engage (enganchar compradores y habilitar transacciones), Optimize (optimizar para descubrimiento y conversión).

2. ¿Cuál es la única propiedad obligatoria en cualquier registro de Salsify?

- a) Name · b) GTIN · c) El identificador único (record ID) · d) Hero image

c) Es la única propiedad requerida y también la única que no puedes cambiar. Salsify la usa para hacer coincidir información nueva con el registro correcto.

3. Verdadero o falso: las validaciones impiden que un producto incompleto se publique.

Falso. Por sí solas no bloquean la elegibilidad para publicar; proveen una plantilla para saber qué tan completo está el registro. *Puedes* combinarlas con otros factores para impedir publicaciones incompletas.

4. Quieres impedir que los usuarios escriban "3 inches", "3 in" y "3" en la misma propiedad. ¿Qué haces?

- a) Crear una validación de longitud · b) Usar un tipo de propiedad *number* y agregar help text · c) Usar bulk edit cada semana · d) Crear un workflow de aprobación

b) El tipo *number* solo acepta dígitos (regla dura) y el help text explica que debe capturarse en pulgadas (guía blanda). Es el ejemplo exacto del curso.

5. Los colores se están capturando como "Blue", "Cobalt blue", "blue" y "BLUE". ¿Qué tipo de propiedad resuelve esto?

Picklist (también llamada *enumerated list*): ofrece un menú de opciones válidas y evita variaciones accidentales del mismo valor.

6. ¿Dónde se guarda la relación entre una imagen y el producto al que pertenece?

- a) En el activo digital, en una propiedad de producto · b) En el producto, en una propiedad de tipo digital asset · c) En la taxonomía · d) En una smart list

b) "Cuando enlazas activos digitales a sus productos, la asociación se guarda en el producto, en una propiedad de digital asset." Una sola propiedad puede guardar uno o más activos.

7. Tienes fotos frontal, lateral y trasera de una cámara. ¿Cómo lo modela el curso?

Tres **activos digitales** separados, enlazados al registro de la cámara en **tres propiedades distintas**: Front View, Side View y Rear View.

8. ¿Qué afirmación sobre la taxonomía es correcta?

a) Un producto puede estar en varios nodos · b) Las reglas de un nodo aplican solo a ese nodo · c) Cada producto encaja una sola vez y las reglas de un nodo aplican a todos los niveles inferiores · d) La taxonomía es obligatoria para todas las organizaciones

c) Además, ojo con (d): el curso aclara que *no todas* las organizaciones usan taxonomía y validaciones; algunas usan una lista de categorías en una propiedad más otros procesos.

9. En el ejemplo de la cámara, ¿en qué nivel de la taxonomía se agregan propiedades como sensor de imagen y velocidad de procesador?

En el nivel más específico: **Digital Cameras**. La ruta completa es Product > Professional Equipment > Surveillance Electronics > Digital Cameras. Las propiedades relacionadas con baterías van en *Surveillance Electronics*; Name, GTIN, descripciones y hero image van en *Product*.

10. Vendes una camisa en 2 colores × 9 tallas. ¿Qué modelo usas y cómo queda?

Inheritance hierarchy: *Style > Fabric Color > SKU*. Style guarda lo común a las 18 variantes (descripción, bullets, marca, logística); Fabric Color guarda color, tipo y composición de tela; el SKU guarda solo GTIN, talla y costo.

11. Un registro variante muestra un ícono de cadena rota junto a una propiedad. ¿Qué significa?

Que **hay un valor guardado en el nivel del propio registro**, además del heredado — y ese valor local **sobrescribe** al del padre. Cadena entera = valor puramente heredado.

12. Verdadero o falso: la jerarquía de empaque que envías a GDSN es un modelo de herencia.

Falso. El curso lo advierte explícitamente: cada nivel se guarda como un registro separado y **cada producto carga sus propios detalles**. La jerarquía describe cómo se empacan los ítems para envío, y los niveles se conectan con *quantified record reference properties*.

13. ¿Qué es lo único que debe estar presente en todo import?

El **record ID**. Los nombres de propiedad no tienen que coincidir con los encabezados de columna, y hasta los tipos de dato pueden diferir.

14. Importas una fila cuyo ID no existe en Salsify. ¿Qué pasa por defecto?

Salsify **crea un registro nuevo**. En la configuración del import puedes elegir cómo se maneja la información.

15. ¿Cuál es la diferencia entre un import y una integración?

El **import** es el mecanismo para meter datos a Salsify (típicamente una hoja de cálculo, reutilizable). La **integración** es la conexión establecida con un sistema donde el dato seguirá viviendo; entrega información de forma regular *a través de imports y/o la API*. Se construye con Professional Services o con recursos de desarrollo propios.

16. Quieres que todo producto nuevo bajo la taxonomía "Protein Supplements" caiga automáticamente en un grupo sobre el que puedas actuar. ¿Qué usas?

Una **smart list**. Se basa en criterios y agrega/quita productos automáticamente. Si necesitaras juntar productos sin nada en común, sería una **simple list** (estática).

17. ¿Cuáles de estas son acciones disponibles en el menú Actions del índice de registros?

Bulk edit (con valor fijo o fórmula), **Export** (todos los detalles o solo los de tu vista), **Add to a workflow** y **Review / Publish** a un touchpoint.

18. Una propiedad no pertenece a ningún property group. ¿Dónde aparece en la página de detalles?

En la sección **Unassigned**, al final de la página.

19. ¿Para qué sirve la pestaña Activity?

Es el **registro de las acciones tomadas desde que se creó el registro** (o el activo digital): qué cambió, cuándo y quién lo hizo. Da transparencia al equipo.

20. Marketing necesita la misma foto en 500×500 y en formato de video. ¿Cuál es el enfoque de Salsify?

Image transformations: guardas **un solo activo maestro en la resolución más alta** y agregas códigos cortos a la URL para generar las variantes. Evita almacenar múltiples versiones del mismo archivo. Pueden aplicarse en bloque al publicar.

21. Tres de estas describen un workflow correctamente. ¿Cuál NO?

a) Enruta registros a las personas correctas en el orden que definas · b) Puede incluir pasos de aprobación · c) Solo funciona con content records, no con activos digitales · d) Puede disparar un correo a un equipo sin actuar sobre el registro

c) es la falsa. "Los workflows están disponibles tanto para content records como para metadatos de activos digitales."

22. Las tres preguntas que el curso recomienda hacerse al modelar un workflow son...

¿Cuándo debe comenzar el proceso? (manual vs. lógica de disparo), **¿qué trabajo necesita ocurrir?** (qué personas/sistemas y qué debe hacer cada uno) y **¿en qué orden?** (qué va en paralelo, dónde hay dependencias, cómo sabes que terminaste).

23. Un retailer no tiene readiness report pre-construido pero sí una plantilla que llenas manualmente cada mes. ¿Qué solicitas?

Un **Custom Readiness Report**. Se pide por el formulario de Support; Salsify lo construye a partir de tu plantilla y al publicar la llena con tu contenido — solo con los productos que cumplen los requisitos.

24. ¿Qué ventaja principal ofrecen los readiness reports frente a llenar hojas de cálculo?

Salsify **analiza el contenido contra los requisitos del retailer antes de publicar**, y los **requisitos se actualizan** cuando el retailer los cambia, así ajustas los mapeos antes de publicar en vez de lidiar con contenido rechazado por una plantilla desactualizada. Además, una vez configurado el canal, publicas repetidamente sin volver a configurar.

25. ¿Qué método permite publicar una vez y que múltiples retailers tomen el contenido?

Open Catalog: una biblioteca estandarizada de la que cualquier retailer puede jalar y a la que cualquier marca puede publicar. Enfocada sobre todo en CPG y abarrotes/consumibles.

26. En el alta de Open Catalog, ¿cuántos productos mapea Salsify para el proceso de data integrity y cuánto tarda?

Aproximadamente **20 productos**, y toma **10 días hábiles**. Después revisas y apruebas los mapeos, agregas el resto de tu surtido, confirmas que pasan validaciones y publicas.

27. ¿Cuál de estas NO es una capacidad de los custom channels?

a) Entregar vía FTP, Dropbox o Box · b) Publicar automáticamente según un calendario · c) Webhooks y notificaciones por correo de publicaciones exitosas o fallidas · d) El mismo conjunto de herramientas de mapeo que los readiness reports

d) El curso dice explícitamente que los custom channels **no** tienen el mismo conjunto de herramientas, pero sí permiten transformaciones de contenido y de activos con el **lenguaje de fórmulas de Salsify**.

28. Vas a una feria comercial y necesitas compartir una vista atractiva de 40 productos con un enlace. ¿Qué usas?

Un **Digital Catalog**. Eliges productos y propiedades, puedes hacerlo descargable y lo compartes con un enlace. También sirve para retailers sin requisitos específicos y para equipos internos con acceso limitado.

29. "Muestra múltiples versiones del mismo producto para que el cliente compare y compre sin salir de tu página." ¿Qué función de Enhanced Content es?

Comparison Charts (tablas comparativas). Las otras opciones típicas son Videos e Image Galleries.

30. Con feature tours puedes configurar _____ sobre las imágenes para mostrar imágenes e información adicionales.

a) Callouts · b) Pop-ups · c) Labeled graphics · d) Hotspots

d) Hotspots. Pregunta literal del curso Optimize.

10. Checklist final de 5 minutos

Justo antes de abrir el assessment, repasa que puedas responder esto de memoria:

- Los **4 pilares**: Manage, Activate, Engage, Optimize (y qué hace cada uno).
- El **flujo de datos**: datos dispersos → import → transformar → enviar a endpoints.
- La cadena del modelo: **value → property → record → taxonomy node → validations**.
- La **única propiedad obligatoria** y por qué debe ser permanente.
- Los **5 tipos de propiedad** que menciona el curso y qué problema resuelve cada uno.
- **Taxonomía vs. herencia vs. jerarquía de empaque** — tres cosas distintas.
- **Smart list vs. simple list**.
- Los **6 métodos de entrega** y en qué escenario se usa cada uno.
- Que **readiness reports, custom readiness reports y Open Catalog se activan por solicitud**.
- Las **4 funciones de Enhanced Content** y que los feature tours usan *hotspots*.
- A dónde ir por ayuda: **Knowledge Base** (cómo se usa Salsify), **Developer Hub** (API/webhooks), **Status page** (¿está caído?), **What's New** (novedades), **DSI** (estrategia de industria).

DURANTE EL ASSESSMENT

Son 32 minutos. Lee completa cada pregunta y fíjate en las que dicen **"NOT true"**, **"which of the following is false"** o **"select all that apply"** — el curso usa mucho ese formato y ahí es donde se pierden puntos por prisa. Si una opción incluye un absoluto ("siempre", "todas las organizaciones", "impide que..."), sospecha: Salsify casi siempre matiza con "depende de tu licencia / de tu configuración".

NOTA SOBRE ESTA GUÍA · VERSIÓN 2

El contenido proviene de la extracción directa, parte por parte, de los módulos del learning path *Salsify Foundations* en learn.salsify.com. Esta segunda versión añade el recorrido completo de workflow tasks, workflow builder, roles y permisos, las pestañas del canal de readiness report, los formatos de custom channels y la configuración de digital catalogs.

Lo que sigue sin cubrir: el contenido que solo existe como narración en video (la lección *Storing Content to Meet the Needs of the Organization*) y dos módulos interactivos de Optimize — la lista de reportes de Automated Insights y el detalle de *Available Enhanced Content Features*. El primero no se evalúa según el propio curso; del segundo, las cuatro funciones están cubiertas en la sección 5.3.