



Elasticsearch Search & Faceted Navigation **Guía del usuario**

Módulo para PrestaShop, versión 4.21.0 · Compatible con PrestaShop 1.7.7 a 9 · PHP 7.1 o posterior

Búsqueda instantánea y tolerante a errores tipográficos **con un panel de filtros moderno**

Este módulo sustituye la búsqueda propia de PrestaShop por un motor de búsqueda real, ya sea **Elasticsearch**, **OpenSearch** o **Meilisearch**, y añade una navegación por filtros (faceted navigation) moderna y totalmente configurable. Los clientes obtienen autocompletado instantáneo con miniaturas y precios, resultados tolerantes a errores tipográficos y una experiencia de "Filtros" clara en un panel modal. Los precios que se muestran a un cliente son siempre el precio exacto y en tiempo real para su grupo y su moneda: nada de lo que se muestra en el proceso de compra procede jamás de un valor cacheado o indexado. Para empezar no hace falta ningún servidor externo: en cuanto active su interruptor principal (sección 1), el módulo funciona con la búsqueda nativa de PrestaShop, y puede conectar un motor externo cuando lo considere oportuno. Esta guía recorre cada pestaña del panel de configuración, cada opción dentro de cada pestaña, y los pasos concretos para las tareas que realmente necesita un comerciante: instalar, elegir un motor, indexar el catálogo, crear filtros, crear una plantilla de filtros, escribir una regla de merchandising, publicar una página de aterrizaje SEO por filtro y leer las estadísticas de búsqueda.

1. Instalación y primer uso

1. En el back office, vaya a **Módulos → Gestor de módulos → Subir un módulo** y seleccione el archivo ZIP del módulo.
2. Una vez instalado, haga clic en **Configurar** para abrir la propia página del módulo en el back office. También aparece como una entrada propia en el menú principal del back office.
3. El módulo se instala por defecto con el motor **Nativo**, con la navegación por filtros y el autocompletado ya en Sí, pero con el interruptor principal **Activar la búsqueda en el front-office** en No, de modo que la instalación no cambia nada para los clientes hasta que usted lo decida. Para ponerlo en marcha, ponga ese interruptor en Sí en la pestaña **Ajustes de búsqueda** y guarde: la búsqueda, los filtros y el autocompletado funcionan entonces de inmediato con el motor nativo, sin servidor externo y sin nada más que configurar. Todo lo que describe esta guía a partir de aquí es ajuste fino, no un requisito para ponerlo en marcha.

Las actualizaciones son automáticas. Las actualizaciones están incluidas y se instalan de la misma forma que la primera instalación, a través del Gestor de módulos. La página de configuración muestra una insignia de estado con la versión instalada actualmente y, cuando existe una más reciente, su número de versión, justo al lado del logotipo, de modo que siempre sabe de un vistazo si hay una actualización disponible. Si el servidor web no puede escribir en la carpeta del módulo, un aviso lo indica en la página que se abre con Configurar, para que pueda corregir los permisos antes de que falle una actualización.

El módulo requiere PrestaShop 1.7.7 o posterior y PHP 7.1 o posterior. El motor nativo no requiere ninguna extensión de PHP más allá de lo que ya necesita PrestaShop. Conectar Elasticsearch, OpenSearch o Meilisearch solo requiere acceso HTTP o HTTPS de salida desde su servidor de PrestaShop hacia ese servidor de búsqueda.

2. Elegir un motor de búsqueda (pestaña Conexiones)

Abra la pestaña **Conexiones** y elija su **Motor**. Todas las demás pestañas del módulo se comunican con el motor a través de la misma capa de abstracción, de modo que la tienda se comporta igual sea cual sea el backend elegido. Cambiar de motor no traslada el índice anterior: después de cambiar a (o entre) Elasticsearch, OpenSearch o Meilisearch, ejecute una reindexación completa desde la pestaña Panel (vea la sección 13).

Opciones de motor

- **Nativo:** sin servidor externo. El módulo lee directamente su base de datos de PrestaShop. No hay nada que indexar ni que mantener, y es la opción recomendada cuando no dispone de un servidor de búsqueda dedicado o su catálogo es pequeño o mediano. Este motor no tiene analizador ni puntuación de relevancia, por lo que varios controles de la pestaña Ajustes de búsqueda aparecen deshabilitados aquí (vea la sección 4); la tolerancia a errores tipográficos propia del módulo sigue funcionando.
- **Elasticsearch:** admite las versiones principales **6, 7, 8 y 9**, detectadas automáticamente, incluidas las diferencias de sintaxis de mapeo entre 6.x y 7.2 o posterior. Recomendado para catálogos grandes, o siempre que necesite recuentos rápidos de resultados por valor en los filtros, ya que el motor los devuelve junto con los resultados.
- **OpenSearch:** se detecta automáticamente y se trata como un clúster moderno, sea cual sea su versión 1.x, 2.x o 3.x.
- **Meilisearch:** una alternativa ligera y autoalojada, con una sólida tolerancia a errores tipográficos integrada y un servidor sencillo de ejecutar, sin necesidad de operar un clúster basado en JVM. Un puñado de funciones se comportan de forma distinta o no están disponibles en Meilisearch; cada una se indica en esta guía donde corresponde (recuentos de resultados de facetas en grupos de valores, algunos controles de la pestaña Ajustes de búsqueda, y un límite de carga descrito en la sección 4).

Ajustes de conexión para Elasticsearch / OpenSearch

- **Activo:** cuál de los servidores introducidos es el que realmente se usa. Añada uno o más servidores y marque uno como activo.
- **Nombre, Esquema, Host, Puerto:** la dirección del servidor. Para un clúster compartido o alojado por un tercero puede introducir una URL completa, incluida una ruta, directamente en el campo Host (por ejemplo `https://cluster.provider.com/my-space`).
- **Usuario / contraseña de autenticación básica y clave API:** autenticación, si su servidor la requiere. Una vez guardadas, la contraseña y la clave API no se vuelven a escribir en la página: el campo queda vacío con la indicación "Guardada, déjalo vacío para conservarla". Déjelo vacío para conservar el valor guardado, escriba uno nuevo para sustituirlo, o marque **Eliminar la contraseña y la clave API guardadas** para borrar ambas. Un valor guardado solo se conserva para el mismo servidor: si cambia su esquema, host, puerto o ruta base, escriba de nuevo la contraseña y la clave API.
- **Ruta base:** un prefijo de ruta opcional que se añade delante de cada petición, útil para un espacio de búsqueda alquilado en una instancia compartida. Déjelo vacío para un clúster dedicado.
- **Probar:** comprueba que el servidor responde con los valores actualmente presentes en el formulario (no necesariamente los ya guardados) e informa del motor y la versión detectados. Una credencial que en realidad no pudo guardarse ya no se reporta como válida por el botón Probar (vea la nota más abajo).
- **Eliminar:** borra esa fila de servidor.

Ajustes de conexión para Meilisearch

Un único host: Esquema, Host, Puerto, una clave API (maestra o de ámbito limitado) y una Ruta base opcional, con el mismo significado que arriba. La clave API guardada se gestiona igual: no se vuelve a mostrar, se conserva si deja el campo vacío para el mismo servidor y se elimina con **Eliminar la clave API guardada**.

Ajustes compartidos

- **Prefijo de índice (espacio de nombres):** da un espacio de nombres a cada índice, para cada motor, incluidos los identificadores de índice de Meilisearch. En una instancia de búsqueda compartida con otras tiendas o entornos, esto es lo que mantiene sus datos separados de los de ellos. Una instalación nueva empieza con su propio prefijo aleatorio, `ps_cll_` seguido de seis caracteres, de modo que dos tiendas que comparten un motor nunca tocan los índices de la otra; una instalación actualizada desde una versión anterior conserva el prefijo que ya tenía. Si vacía el campo, se guarda `ps_cll`.

En multitienda, los ajustes de conexión son por tienda: una tienda sin anulación propia usa el valor global por defecto. Así es como dos tiendas de la misma instalación de PrestaShop pueden ejecutar dos motores distintos en paralelo, por ejemplo una con Elasticsearch y otra con Meilisearch.

Una contraseña o un ajuste que contuviera el carácter "menor que" desaparecía sin avisar al guardar. Esto se ha corregido: todo valor guardado que pudiera resultar dañado por el propio saneamiento de PrestaShop está ahora protegido, y cualquier valor que no pudiera escribirse se reporta como error en lugar de una falsa confirmación de "guardado". Si genera contraseñas para su servidor de búsqueda, ya no hay motivo para evitar ningún carácter en particular, aunque ahora el módulo le avisa con claridad si recibe un valor que no puede almacenar, en lugar de conservar en silencio el anterior.

Search engine

Engine

Elasticsearch

Native (PrestaShop) works out of the box with no external engine and nothing to index. Choose Elasticsearch, OpenSearch or self-hosted Meilisearch for faster, typo-tolerant search on very large catalogs; switching to an external engine requires a full reindex.

Elasticsearch / OpenSearch servers

Add one or more servers and pick the active one. Supports ES 6.x to 9.x and OpenSearch 1.x to 3.x. For shared/hosted clusters you can put a full URL WITH a path (e.g. `https://cluster.host/my-space`) in the Host field, or use the Base path field.

Active	Name	Scheme	Host	Port	
☒	default	http	ps-dev-es6	9200	Test

Basic auth user

elastic

Basic auth password

Stored, leave empty to keep it

API key (base64, optional)

Remove

☐ Remove the stored password and API key

Base path (shared-hosting namespace, optional)

/my-space

Prepended to every request path. Leave empty for a dedicated cluster.

+ Add server

Index prefix (namespace)

ps_cll_7f3a9c

Namespaces every index for all engines (also the Meilisearch index uids). On a shared instance this is what isolates your data.

Conexiones: elija el motor, incluido "Nativo", añada uno o más servidores, pruebe la conexión y establezca un prefijo de índice.

3. Ajustes de búsqueda, parte uno: interruptores generales, posición del filtro y temas personalizados

La pestaña **Ajustes de búsqueda** es la más extensa del panel y se divide en cuatro grupos. Esta sección cubre los dos primeros: los interruptores generales y la posición del bloque de filtros, además de los tres campos pensados específicamente para temas personalizados. Los filtros del analizador, la tolerancia a errores tipográficos y los ajustes de la consulta se explican en la sección 4.

Interrupidores generales

Cada uno de los siguientes es un simple interruptor Sí / No para toda la tienda:

- **Activar la búsqueda en el front-office:** el interruptor principal del módulo en la tienda. En una instalación nueva está en No, de modo que nada cambia para los clientes hasta que lo active.
- **Sustituir la búsqueda nativa:** cuando está activado, los resultados propios del módulo sustituyen a la página de resultados de la búsqueda nativa de PrestaShop.
- **Volver automáticamente a la búsqueda nativa:** si el motor externo deja de estar accesible, la tienda sigue funcionando con la búsqueda nativa en lugar de mostrar un error a los clientes. Lo mismo vale para un único listado al que el motor responde con un error: con este interruptor activado, esa página se sirve con la búsqueda nativa en lugar de una lista vacía. Con independencia de este interruptor, un motor que deja de responder, agota el tiempo de espera o responde con un error del servidor se deja de lado durante 30 segundos, y después una sola comprobación rápida decide si ha vuelto, de modo que un motor lento o bloqueado nunca frena las páginas de la tienda; los cambios de productos que mientras tanto no se le pudieron enviar quedan en cola y los envía la siguiente llamada del cron (sección 13).
- **Autocompletado:** el panel de sugerencias que se abre mientras se escribe en el cuadro de búsqueda.
- **Widget de búsqueda en la cabecera y sustituir el cuadro de búsqueda nativo:** si el módulo aporta su propio campo de búsqueda, en lugar del de PrestaShop.
- **Navegación por filtros:** el propio panel de filtros.
- **Mostrar también las facetas en la página de búsqueda:** por defecto las facetas aparecen en las páginas de categoría; este interruptor las extiende también a la página de resultados de búsqueda. Necesitan que **Sustituir la búsqueda nativa** esté activado: sin él, la página de búsqueda es el listado propio de PrestaShop y los filtros no se muestran allí.
- **Navegación por filtros AJAX:** aplicar un filtro actualiza la cuadrícula sin recargar la página completa.
- **Paginación / orden / tamaño de página por AJAX:** desactivado por defecto. Cuando está activado, cambiar de página, el orden o el tamaño de página también ocurre sin recarga completa; vea "La siguiente página llega como" más abajo para las tres formas en que esto puede funcionar.
- **Filtros también en las páginas de marca, fabricante, novedades, rebajas y más vendidos:** extiende la navegación por filtros más allá de las categorías y la búsqueda, a estas cinco páginas de listado. Cada una de ellas conserva su conjunto natural de productos y su propio orden por defecto (más vendidos sigue ordenado por unidades vendidas, novedades sigue mostrando primero lo más reciente); la faceta que no tendría sentido en una página se elimina automáticamente de ella (por ejemplo la faceta de marca en la propia página de una marca). Estas páginas usan la configuración de facetas de toda la tienda; las plantillas de filtro (sección 7) no se asignan a ellas. Desactive esta opción para devolver estas cinco páginas al listado nativo de PrestaShop.

Limitación conocida de los temas Classic y Hummingbird. Estos dos temas, y cualquier tema construido sobre ellos, nunca dan a la página de resultados de búsqueda una columna izquierda, en ninguna versión de PrestaShop, desde la 1.7.1 hasta la 9.1 por igual: es así como el tema maqueta esa página en concreto, no una limitación de la versión de PrestaShop, y ninguna actualización lo cambia. Por eso el módulo dibuja el bloque de filtros desde un segundo hook, de nivel de maquetación, en cualquier página con esa estructura, de modo que las facetas en la página de búsqueda funcionan sin importar la versión. Esto es invisible en los dos temas estándar. El único caso que no cubre es un tema que anule ese mismo hook de maquetación para sus propios fines; en ese tema, use la tabla de posiciones descrita a continuación, que lee los propios archivos del tema activo y le indica qué posición funciona realmente.

Interfaz de la navegación por filtros

Dos opciones: una **ventana modal** (recomendado), que se abre con un botón "Filtros" colocado encima de la cuadrícula de productos, o una **barra lateral izquierda clásica**. La interfaz de barra lateral permite que el ajuste de posición de más abajo controle por completo la disposición; con la interfaz modal, el propio script del módulo siempre eleva la barra "Filtros" justo encima de la cuadrícula, sea cual sea la posición elegida (vea la nota más abajo).

Posición del bloque de filtros

Siete opciones: **Automática** (la opción por defecto: columna izquierda en una página con maquetación que la tenga, encima de la cuadrícula en una página que no la tenga), **Columna izquierda**, **Columna derecha**, **Encima de la cuadrícula de productos** (ancho completo), **Debajo del encabezado de categoría**, **Debajo de la cabecera del sitio** (ancho completo), y **Donde lo llame el tema**, que se dibuja desde el propio hook del módulo, `displayCllEssearchFilter`, de modo que un tema que añada `{hook`
`h='displayCllEssearchFilter' mod='cll_essearch'}` a una de sus propias plantillas puede colocar el bloque en cualquier lugar.

Junto al menú desplegable, una tabla en vivo enumera cada posición, si es realmente utilizable en el tema en uso y por qué. Se construye leyendo los propios archivos de plantilla del tema activo (y del tema del que hereda) para ver qué hooks invoca, y las maquetaciones de sus páginas de listado de productos para ver qué columnas tienen realmente esas páginas; una posición que está técnicamente enganchada pero se encuentra en una maquetación de ancho completo sin columna se reporta correctamente como no utilizable. En multitienda, cuando se encuentra en el contexto de "todas las tiendas", responde para cada tienda activa y gana la peor respuesta.

Límites conocidos del ajuste de posición, expuestos con claridad y no ocultos:

- Con la interfaz de filtro **modal**, la posición solo decide dónde se sitúa el bloque en el código fuente de la página: el script del módulo sigue elevando la barra "Filtros" justo encima de la cuadrícula, porque para eso está diseñada la interfaz modal. Elija la interfaz de barra lateral si quiere que la posición controle por completo la disposición. "Donde lo llame el tema" es la única excepción: se deja exactamente donde el tema lo colocó.
- Con la interfaz de **barra lateral**, las dos posiciones dentro del contenido y "Debajo de la cabecera del sitio" dibujan la lista de filtros como una columna vertical estirada a todo el ancho del área de contenido. Funciona y filtra correctamente, pero fue diseñada para una columna, y se nota.

- La comprobación solo puede leer lo que el tema expone en sus archivos: un tema que llama a un hook de forma condicional desde PHP, o bajo un nombre de variable, resulta invisible para ella, de modo que una posición que reporta como no utilizable sigue siendo seleccionable, y el aviso simplemente se repite al guardarla.

La siguiente página llega como

Solo se usa cuando la paginación AJAX está activada. Tres opciones: **la paginación numerada del tema** (se conserva para los motores de búsqueda, y vuelve a mostrarse una vez alcanzado el límite de "Cargar más" descrito abajo), un **botón "Cargar más"**, o **desplazamiento infinito**. Las dos últimas añaden la página siguiente debajo de la actual en lugar de sustituirla.

Límite conocido: un módulo que decora las fichas de producto desde JavaScript después de refrescar la cuadrícula, como un icono de corazón de lista de deseos o estrellas de valoración, no decora las fichas añadidas por "Cargar más" o por el desplazamiento infinito, porque el evento que disparan esos dos modos pide al tema que sustituya toda la lista, lo cual descartaría todo lo ya añadido. Cambiar de página mediante la paginación numerada, ordenar y cambiar el tamaño de página no se ven afectados.

Máximo de páginas añadidas seguidas

El límite para "Cargar más" y el desplazamiento infinito (de 1 a 50). Una vez alcanzado, el visitante recupera la paginación normal. Manténgalo bajo en un catálogo grande: cada página añadida permanece en el navegador, y una página con miles de productos se vuelve lenta de desplazar.

Opciones de productos por página

Una lista separada por comas, por ejemplo `12,24,48`. Déjela vacía (opción por defecto) para que no aparezca ningún desplegable. Cuando se rellena, y la paginación AJAX está activada, el módulo dibuja su propio desplegable de productos por página encima de la cuadrícula y aplica la elección sin recargar la página.

Tres campos para temas personalizados

Estos campos existen específicamente para temas con marcado no estándar y deben permanecer vacíos en los temas Classic o Hummingbird por defecto, o en cualquier tema construido sobre ellos, ya que el módulo ya los detecta automáticamente. Un selector incorrecto o vacío nunca elimina los controles propios del módulo: si no coincide con nada, o no es CSS válido, el módulo recurre a su propia detección o a su propio botón, de modo que una errata aquí nunca puede dejar a los clientes sin búsqueda ni filtros.

Campo	Cuándo usarlo
Selector CSS de la lista de productos	El filtrado AJAX no refresca la cuadrícula de productos en un tema personalizado. Introduzca el selector CSS del contenedor de la cuadrícula, por ejemplo <code>#product-list</code> o <code>.products</code> .
Selector CSS del cuadro de búsqueda	El autocompletado no se activa porque la barra de búsqueda del tema no usa el marcado estándar de PrestaShop. Introduzca el selector CSS del campo de entrada. Al configurarlo, se oculta el widget de búsqueda propio del módulo, de modo que la página nunca muestra dos cuadros de búsqueda.

Selector CSS del botón de filtros	El tema ya dibuja su propio botón "Filtros". Introduzca su selector CSS: ese botón pasa entonces a abrir el propio panel de filtros de este módulo, y solo se oculta el botón propio del módulo. Todo lo que hay dentro del panel, incluido el control deslizante de precio, permanece exactamente igual. Solo se usa con la interfaz modal.
-----------------------------------	--

Autocomplete Yes	Header search widget Yes	Replace the native search box (single search box) Yes
Faceted navigation Yes	Show facets on the search results page too Yes	AJAX faceted navigation (no page reload) Yes
AJAX pagination, sort and page size (no page reload) No	Filters on the brand, supplier, new products, price drops and best sellers pages too Yes	

How the filter block reaches the search results page: the Classic and Hummingbird themes lay that page out full width, with no left column, on every PrestaShop version from 1.7.1 to 9.1 alike. That is not a version limitation and no upgrade changes it, so the module renders the block from a second, layout-level hook on any page shaped that way. If your own theme puts the filters somewhere you do not expect on the search page, choose an explicit position in Filter block position below.

Faceted navigation UI Modal popup (recommended)	Filter block position Automatic (recommended)
---	---

Modal: a "Filters" button above the grid opens a two-pane popup.
Sidebar: the classic left-column filter list.

Read the list on the right before choosing: it says what each position does and whether it works on the theme in use.

Important with the MODAL filter UI: the position decides where the block sits in the page source, but the module's own script still lifts the "Filters" bar to just above the product grid, because that is what the modal UI is. So on a modal shop the position changes nothing visible except with "Where the theme calls it", which is left exactly where you put it. Choose the sidebar UI above if you want the position to govern the layout in full.

With the SIDEBAR filter UI in the two in-content positions and under the site header, the filter list is drawn as it is, that is a vertical list stretched to the full width of the content. It works, but it was drawn for a column: check the result before leaving it on a shop.

What each position does, and whether your theme supports it (classic)

✔ Automatic (recommended)

The theme left column on pages that have one, above the product grid on pages that do not. This is what the module did before this setting existed, so leaving it here changes nothing.

✔ Left column `displayLeftColumn`

Only the left column. Pages whose layout has no left column (the search page of the classic theme, any full-width category) show no filters at all.

✘ Right column `displayRightColumn`

Only the right column. Beware: the stock classic and hummingbird themes do have a right column, but they put every product listing on a layout that has none, so this position renders nothing there until the listing layouts are changed on the Design / Theme page. The verdict on the left of this line says whether it works on the theme you are running.
Right column: this theme does call the hook, but none of its product listings uses a page layout that has that column, so the block would not appear anywhere. Change the layout of the listing pages on the Design / Theme page first, or pick another position. (on classic)

✔ Above the product grid, full width `displayContentWrapperTop`

Inside the content area, over the grid, on every listing. The usual choice for a full-width theme.

✔ Under the category heading `displayHeaderCategory`

Between the category title/description and the product grid.

✔ Under the site header, full width `displayNavFullwidth`

Above the breadcrumb, edge to edge. The block spans the page rather than the content column.

✘ Where the theme calls it `displayClEssearchFilter`

The block renders only where your theme calls the module hook, and nowhere else. Add this line to the theme template, at the spot you want:
(hook h='displayClEssearchFilter' mod='cl_essearch')
Where the theme calls it: this theme never calls that hook, so the block would not appear anywhere (on classic)

How this is checked: the module reads the .tpl files of the theme in use and of the theme it inherits from to see which hooks it calls, and the page layouts of the product listings to see which columns those pages actually have. In multistore it answers for every active shop when you are in the "all shops" context, and the worst answer wins. A theme that calls a hook from PHP, or with a variable name, cannot be seen by this check: a position reported as unusable therefore stays selectable, and you are warned again when you save it.

Next page arrives as

The theme numbered pagination

Only used when AJAX pagination is on. The button and the infinite scroll add the next page under the current one; the numbered pagination is kept in the page for search engines and comes back when the limit below is reached.

Known limit of the button and the infinite scroll: modules that decorate the product cards from JavaScript after the list is refreshed (wishlist hearts, review stars) do not decorate the cards that are appended, because the event they listen to asks the theme to replace the whole list, which would throw away everything already added. Changing page, sorting and changing the page size are not affected.

Maximum pages added in a row

5

Ceiling for the "Load more" button and the infinite scroll. Once reached, the visitor gets the normal pagination back. Keep it low on a large catalogue: every appended page stays in the browser and a page holding thousands of products becomes slow to scroll.

Products-per-page choices

12,24,48

Comma-separated list, e.g. 12,24,48. Leave empty (default) for no dropdown. When filled and AJAX pagination is on, the module draws its own products-per-page dropdown above the grid and applies the choice without reloading.

Product list CSS selector (custom themes)	Search box CSS selector (custom themes)
---	---

Ajustes de búsqueda: interruptores generales, la interfaz de navegación por filtros, la tabla de posición del bloque de filtros y los tres selectores para temas personalizados.

4. Ajustes de búsqueda, parte dos: filtros del analizador, tolerancia a

errores tipográficos y ajuste de la consulta

Filtros de búsqueda (analizador)

Estos se aplican **solo a Elasticsearch y OpenSearch** y necesitan una reindexación completa tras cualquier cambio para surtir efecto; aparecen deshabilitados en el motor nativo, que no tiene analizador propio, y en Meilisearch, que tiene su propio modelo independiente de tolerancia a errores tipográficos (sus valores guardados se conservan, no se pierden, para el día en que cambie de motor).

- **Filtro de elisión:** elimina un artículo inicial pegado a la palabra siguiente, por ejemplo el francés "l'avion" se convierte en "avion". La lista de artículos a elidir es editable.
- **Filtro de minúsculas:** coincidencia sin distinguir mayúsculas de minúsculas.
- **Filtro de palabras vacías (stop words):** ignora palabras de relleno habituales. Deje la lista vacía para usar la lista de palabras vacías por defecto de Elasticsearch para el idioma.
- **Lematizador de idioma (stemmer):** relaciona una palabra con su raíz, de modo que una búsqueda de "zapato" también encuentra "zapatos". Existe una lista de palabras que excluir de la lematización, para términos a los que esto perjudicaría. El idioma del lematizador sigue el idioma propio de la tienda. El polaco se indexa sin lematización, porque el lematizador integrado en Elasticsearch y OpenSearch no incluye el polaco; la tolerancia a errores tipográficos sigue aplicándose.
- **Filtro de alias / sinónimos:** una regla por línea, por ejemplo `tv, television, telly`.

Tolerancia a errores tipográficos (motor nativo)

Un ajuste específico del **motor nativo**, independiente de la corrección ortográfica (fuzziness) disponible en Elasticsearch y OpenSearch, e independiente del propio modelo de Meilisearch. Cuando una búsqueda exacta en el motor nativo no encuentra nada, cada palabra desconocida se sustituye por la palabra más parecida encontrada en los nombres de producto y de marca, y se muestran los resultados corregidos junto con un mensaje del tipo "No hay resultados para X. Mostrando resultados para Y en su lugar." Una búsqueda que ya encuentra algo nunca se modifica y no supone coste adicional alguno: el diccionario que hay detrás de esto solo se consulta en una página con cero resultados.

El diccionario se construye mediante el cron, mediante el botón "**Construir el diccionario ahora**" de esta pestaña, o automáticamente la primera vez que ocurre una búsqueda con cero resultados en una tienda sin cron configurado. Aprende las palabras de cada producto a medida que se guarda, y se actualiza a sí mismo una vez por semana. Una tabla de estado, que solo se muestra cuando el motor nativo está activo, indica por tienda e idioma cuántas palabras están indexadas y si el diccionario ha terminado de construirse.

Ponga "**Corregir búsquedas mal escritas**" en No para desactivar esto por completo en el motor nativo.

Ajustes de la consulta

- **Longitud mínima de palabra:** el autocompletado empieza a sugerir a partir de este número de caracteres (a partir de dos si el valor es 0). Un término de búsqueda más corto no se ignora: a partir de dos caracteres se busca de forma exacta, sin tolerancia

a errores tipográficos (por ejemplo "tv" o "hp"); un solo carácter, cuando el mínimo es 2 o más, no encuentra nada en lugar de listar todo el catálogo. 0 significa sin mínimo.

- **Tipo de búsqueda:** buscar en varios campos (los campos elegidos en la pestaña Documentos, sección 5) o solo en el campo de nombre de producto.
- **Tipo de coincidencia multicampo:** la estrategia de coincidencia de Elasticsearch (`best_fields` , `most_fields` , `cross_fields` , `phrase` o `phrase_prefix`). Deje el valor por defecto salvo que ya sepa por qué necesita uno distinto.
- **Operador:** AND exige que todas las palabras de la búsqueda estén presentes en algún lugar; OR exige solo una.
- **Coincidencia mínima requerida:** una expresión de Elasticsearch en porcentaje o en cantidad, por ejemplo `75%` , que controla cuántas de las palabras de la búsqueda deben coincidir cuando el operador permite que falten algunas.
- **Corrección ortográfica (fuzziness):** cuántas ediciones de carácter tolera Elasticsearch u OpenSearch en una palabra antes de dejar de considerarla una coincidencia: Desactivado, 1, 2, o Automático (recomendado, que ajusta la tolerancia a la longitud propia de la palabra).
- **Buscar dentro de la palabra (infijo):** coincide con el inicio, la mitad o el final de una palabra, no solo con su comienzo. Cuando está activado, algunos filtros del analizador anteriores pueden dejar de aplicarse.
- **Peso: nombre, referencia, descripción:** cuánto cuenta cada campo para la relevancia cuando "Tipo de búsqueda" está configurado como varios campos. Estos se combinan con los pesos ya configurados en la propia página de PrestaShop Parámetros de la tienda > Búsqueda, que se muestran como referencia justo debajo de estos tres campos.

Todos los filtros del analizador y todos los campos de este grupo de "Ajustes de la consulta", excepto la longitud mínima de palabra y el operador, aparecen deshabilitados en el motor nativo, ya que consulta la base de datos directamente y no tiene analizador ni puntuación de relevancia propios. Sus valores guardados se conservan y vuelven a activarse en el momento en que cambie a un motor externo.

Lo que Meilisearch ignora en esta pestaña. Meilisearch tiene su propio modelo de clasificación y no lee el tipo de búsqueda, el tipo de coincidencia multicampo, la coincidencia mínima requerida, la opción de infijo, ni los tres pesos por campo, ni tampoco los filtros del analizador de elisión, minúsculas y lematización. Estos controles permanecen editables en Meilisearch de forma deliberada: un campo deshabilitado nunca se envía, y guardar su ausencia borraría el valor que configuró mientras usaba Elasticsearch, de modo que no se pierde nada, simplemente hoy no hace nada. Los sinónimos, las palabras vacías y la corrección ortográfica sí se aplican en Meilisearch. La corrección ortográfica se comporta también de forma distinta allí: en Elasticsearch un cambio surte efecto en la siguiente búsqueda, en Meilisearch forma parte de los ajustes del índice y solo se aplica tras una reindexación completa.

Search filters (analyzer)

☐ Elision filter

l,m,t,q,u,n,s,j

Articles to elide, e.g. "l'avion" → "avion".

☒ Lowercase filter

☐ Stop word filter

a,an,and,the,or,is,with,for,of

Empty = Elasticsearch default stop words.

☐ Language stemmer

words,to,keep

Words to exclude from stemming. Stemmer language follows the shop language.

☐ Alias / synonym filter

tv, television, telly

One rule per line. Requires a reindex.

Typo tolerance (native driver)

Correct misspelt searches

Yes

Native driver only (a search engine has its own spell correction, see "Spell correction" below). When the exact search finds nothing, each unknown word is replaced by the closest word of the product and brand names, and the results of that corrected search are shown with a "No results for X, showing Y" line. Searches that find something are not touched and pay nothing: the dictionary is consulted only on a zero-results page. The dictionary of words is built by the cron (or here with the button, or by the first zero-results search), learns new products as you save them, and is refreshed once a week.

Query settings

Minimum word length

3

Search type

In multiple fields

Multiple field match type

best_fields

Operator

AND

Minimum should match

75%

0 = no minimum

Spell correction (fuzziness)

AUTO

Search between the word (infix)

No

Weight: name

6

Weight: reference

4

Weight: description

1

Matches start/mid/last part of a word. When on, some analyzer filters may not apply.

Per-field weights are also read from PrestaShop's core Search page (Shop Parameters > Search). Current core weights: Product name 6, Reference 10, Short description 1, Description 1, Category 3, Brand 3, Tags 4, Feature 2, Attribute 2

Save

Ajustes de búsqueda: los filtros del analizador, la tolerancia a errores tipográficos del motor nativo con su tabla de estado del diccionario, y las opciones de ajuste de la consulta.

5. Documentos: elegir qué se indexa

La pestaña **Documentos** tiene dos partes.

Tipos de documento a indexar

Un interruptor Sí / No por tipo de contenido: **productos**, **categorías**, **marcas** (fabricantes), y **páginas CMS**. Desactivar un tipo lo elimina de los resultados de búsqueda y de las sugerencias de autocompletado.

Campos indexables por tipo de documento

Una lista de comprobación por tipo de documento, que solo se usa cuando "Tipo de búsqueda" en la pestaña Ajustes de búsqueda está configurado como varios campos. Para los productos incluye nombre, referencia, EAN13, UPC, MPN, descripción corta, descripción larga y el nombre del fabricante. La búsqueda por nombre de marca funciona de forma fiable en todos los motores, nativo y externos por igual; se ha corregido un error de coincidencia en Elasticsearch y OpenSearch, en el que una búsqueda por el propio nombre de una marca no encontraba de forma fiable sus productos.

Un término de búsqueda que es exactamente un código de producto (referencia, EAN-13, UPC o MPN, del producto o de una de sus combinaciones) lista solo los productos que lo llevan, siempre que ese campo esté marcado aquí.

Los productos y categorías reservados a algunos grupos de clientes siguen reservados. PrestaShop solo muestra un producto a un cliente cuando una de sus categorías activas está abierta a uno de los grupos del cliente, y el módulo aplica la misma regla en todos los lugares donde lista productos o categorías: resultados de búsqueda, filtros y sus recuentos, autocompletado, atajos por categoría, productos destacados de una regla de búsqueda y página sin resultados. Un visitante que no ha iniciado sesión cuenta como grupo visitante o invitado. En un motor externo esta información se guarda en el índice, así que un cambio en los grupos que pueden ver una categoría se aplica con la siguiente reindexación; en el motor nativo se aplica de inmediato.

Document types to index			
Products	Categories	Brands / manufacturers	CMS pages
☐ Yes	☐ Yes	☐ Yes	☐ Yes

Searchable fields per document type			
Used when "Search type" is set to multiple fields.			
Product	Category	Manufacturer	Cms
☒ name	☒ name	☒ name	☒ title
☒ reference	☒ description	☒ description	☒ content
☒ ean13		☐ short_description	☐ meta_description
☒ upc			
☒ mpn			
☒ manufacturer			
☒ description_short			

Documentos: qué tipos de contenido se indexan, y cuáles de sus campos son buscables.

6. Facetas: configurar los filtros

La pestaña **Facetas** es la configuración por defecto usada por cada categoría que no tiene asignada una plantilla de filtro específica (vea la sección 7), y por la página de búsqueda salvo que una plantilla esté marcada para aplicarse también allí.

Opciones generales encima de la tabla de facetas

Opción	Qué hace
Mostrar los recuentos de resultados junto a los valores del filtro	El número entre paréntesis junto a cada valor de filtro. Automático (recomendado) activa los recuentos para Elasticsearch, OpenSearch y Meilisearch, que los devuelven junto con los resultados sin coste adicional, y los desactiva para el motor nativo, donde cada recuento sin un motor externo supone una consulta aparte sobre todo el catálogo. En un catálogo grande que use el motor nativo, mantenga esto desactivado; en uno pequeño puede activarlo manualmente.
Mostrar la faceta de precio	Oculto por completo el filtro de precio, en cualquier motor, cuando se pone en No. Los motores entonces dejan de calcularla por completo. Uso típico: los precios son totalmente personales (un ERP o una lista de precios por contrato), de modo que un control deslizante compartido no podría representar lo que realmente paga cada cliente. Sea cual sea este ajuste, el filtro de precio tampoco se muestra a un cliente al que el propio PrestaShop oculta los precios: en modo catálogo (salvo que esté configurado para seguir mostrando precios) o para un grupo de clientes que no puede verlos.
Ofrecer ordenación por precio	Si los clientes pueden ordenar por precio, independientemente del filtro de precio anterior.
Incluir el impuesto en el precio indexado	Usa el impuesto del país por defecto de la tienda en el momento de indexar, solo para ordenar y filtrar; el precio realmente mostrado a un cliente siempre lo calcula PrestaShop en tiempo real, nunca se toma del índice. Nota: el precio indexado es siempre el de la combinación por defecto de un producto, de modo que un producto cuyas combinaciones se venden a precios distintos igualmente filtra y ordena usando ese único valor.
Recalcular los precios en caché justo después de un cambio	El precio en caché usado para ordenar y filtrar siempre se descarta de inmediato en cuanto cambia un producto, una combinación o un precio específico, de modo que un precio obsoleto nunca puede mostrarse; esto no se puede desactivar. Este ajuste solo decide si el valor actualizado se recalcula de inmediato (recomendado para un catálogo pequeño y editado a mano) o se deja para la siguiente llamada del cron o el siguiente visitante (recomendado si realiza importaciones masivas, ya que de lo contrario cada producto guardado pagaría un cálculo adicional).

La tabla de configuración de facetas

Una fila por faceta: categoría, marca, fabricante, etiquetas, precio, disponibilidad, las marcas de novedad / oferta / estado, los controles deslizantes de peso, anchura, altura y profundidad, y cada grupo de características y de atributos de su catálogo. Cada fila tiene:

Columna	Qué hace
Activa	Activa o desactiva la faceta. Una casilla maestra encima de la columna selecciona o deselecciona todas las filas a la vez, útil en un catálogo con cientos de grupos de características y atributos.
Faceta	El nombre en el catálogo del filtro (solo lectura).
Pos	Su orden entre el resto de facetas activadas.
Etiqueta personalizada	Sustituye el nombre mostrado a los clientes, aplicado tal cual se escribe en cada idioma. Déjelo vacío para usar el nombre por defecto, ya traducido.

Visualización	Solo se ofrecen los tipos de visualización que realmente funcionan para esa faceta: casilla de verificación, botón de opción, desplegable, una muestra de color (solo grupos de atributo de color), o un control deslizante (la faceta de precio y las cuatro facetas de medida, además de una característica cuyos valores se detectan como genuinamente numéricos, descrito más abajo).
Modo	AND exige que un producto coincida con todos los valores marcados en esa faceta; OR (por defecto) exige solo uno. AND ahora se comporta correctamente tanto en el motor nativo como en cualquier motor externo.
Orden de los valores	Cómo se listan los valores dentro de un filtro: Según se reciben (el comportamiento histórico, con una agrupación alfabética de la A a la Z en listas largas), De la A a la Z , Numérico (lee el número inicial, de modo que "9 cm" aparece antes que "10 cm"), Más resultados primero (recurre al orden de la A a la Z cuando los recuentos están desactivados), o Posición en el catálogo (solo tiene sentido para categorías y para atributos, que son los dos únicos con una columna de posición real en PrestaShop; todo lo demás recurre al orden de la A a la Z).
Recuentos	Muestra u oculta el recuento de resultados para esa faceta en concreto, además del ajuste general de arriba.
Plegado	Si el filtro empieza plegado en el panel.
Límite	Limita cuántos valores se listan antes de que aparezca un "mostrar más".
Ocultar vacíos	Oculto un valor que actualmente coincide con cero productos.
Búsqueda	Añade un pequeño cuadro de búsqueda dentro del filtro, útil para una lista de valores larga, como una lista de marcas con docenas de entradas.

Controles deslizantes numéricos en características

Peso, Anchura, Altura y Profundidad son siempre controles deslizantes sobre las medidas del producto. Una característica también puede ofrecerse como control deslizante, pero solo cuando cumple los requisitos: al menos el 90% de sus valores distintos deben poder interpretarse como un número simple (se admite una unidad como "120 cm"; la unidad mostrada junto al control deslizante es simplemente la más frecuente), con al menos tres valores distintos. No se admite la coma como separador decimal, ya que "1,000" se lee de dos formas distintas según la convención, y adivinar mal es cómo un filtro empieza a mentir a los clientes. Una característica que deja de cumplir los requisitos tras añadir nuevos productos vuelve automáticamente a una simple lista de valores en lugar de mostrar un control deslizante que ya no puede funcionar.

Para las cuatro facetas de medida, un valor de cero se trata como "no rellenado", de modo que un producto sin peso o dimensión registrados queda excluido de una selección por rango en lugar de contarse como si no pesara nada. Dentro de una característica numérica, en cambio, un cero genuino escrito por un comerciante se conserva como un valor real.

Grupos de valores

Agrupe varios valores del catálogo bajo una única etiqueta mostrada al cliente, por ejemplo un grupo llamado "Rojo" que agrupe "Carmesí", "Escarlata" y "Burdeos" a la vez. Los valores agrupados desaparecen de la lista de filtro simple y el grupo ocupa su lugar; los valores que no incluya en la lista siguen mostrándose por separado. Disponible en categorías, marca,

fabricante, etiquetas, estado, y en cada característica y atributo. Un grupo admite como máximo **2000** valores.

El número mostrado junto a un grupo es el recuento de productos que realmente coinciden con el grupo, no la suma de sus miembros (un producto con dos tonos del mismo rojo se cuenta una sola vez); tanto el motor nativo como Elasticsearch u OpenSearch lo calculan de forma exacta.

Meilisearch no puede contar un grupo de valores como un único agregado. En Meilisearch, un filtro agrupado sigue combinando sus valores y filtrando correctamente, pero no muestra ningún recuento junto al grupo, en lugar de uno incorrecto. Una muestra de color agrupada tampoco muestra ningún color en ningún motor, ya que un grupo de varios colores no tiene un único valor hexadecimal; configure esa faceta en concreto como casillas de verificación en su lugar.

Para crear un grupo: elija el filtro al que pertenece, nombre el grupo, establezca su posición y después liste los valores que debe englobar, uno por línea (para una característica o un atributo, el formato es `Group name|||Value`, generado para usted por el selector de la derecha en lugar de escribirlo a mano). Guarde, y el grupo aparecerá en la tabla de arriba, donde se puede editar o eliminar.

Selectores de facetas heredados (lista blanca)

Una forma opcional de restringir qué grupos de características y qué grupos de atributos pueden llegar a convertirse en facetas, útil en un catálogo con muchos más grupos de características o atributos de los que realmente desea ofrecer como filtros. Deje ambas listas de comprobación vacías para permitir todos los grupos.

numbers together with the results, but without one every number is a separate aggregate query over the whole catalog, which is what makes a filtered category page slow on a large catalog. Automatic therefore turns counts on with Elasticsearch / OpenSearch / Meilisearch and off on the native driver; on a big catalog without an engine, keep them off. **Currently:** counts are shown.

the engines skip the price computation entirely. Typical use: per-customer pricing (ERP/contract), where a shared price slider cannot match what each customer pays.

Take tax into indexed price

Yes

Uses the shop default country tax at index time. Display prices are always computed natively.

Note: the indexed price is the price of the default combination of each product. A product whose combinations sell at different prices takes part in the price filter and the price sort with that single value; the prices shoppers see are always computed live by PrestaShop.

Recalculate cached prices right after a change

No

When a product, a combination or a specific price changes, the cached price rows of that product are always dropped on the spot. That invalidation is never optional: no setting can turn it off, so the cache can never show an outdated price. This option only adds a step: with it enabled the fresh price is recomputed immediately, so not even the first visitor after the change has to wait. Recommended for small catalogs edited by hand; keep it off if you run bulk imports, because every saved product would pay an extra price computation, and the cron warm-up already refills the cache overnight.

Default template: this configuration is the fallback used for every category that has no specific filter template, and for the search page.

Custom labels are applied as-is in every language. Leave the field empty to use the default name, which is already translated (catalog names for features and attributes, module translations for the fixed facets).

Value order decides how the values inside a filter are listed. "As returned" keeps the engine order (and, on long lists, the A-Z grouping with letter headers) exactly as before. "Numeric" reads the number a value starts with, so 9 cm comes before 10 cm. "Most results first" needs the counts to be on, otherwise it falls back to A-Z. "Catalog position" only exists for Categories and for attributes: brands, suppliers, tags and feature values carry no position in PrestaShop, so there it falls back to A-Z too.

Weight, Width, Height and Depth are sliders over the product measurements. A feature can be a slider too, but only when its values really are numbers: the list below offers the choice on those features only. A value of zero counts as "not filled in", so products with no measurement are left out of a slider selection.

☐ On	Facet	Pos	Custom label	Display	Mode	Value order	Counts	Collapsed	Limit	Hide empty	Search
☒	Categories	0	Categories	checkbox	OR	As returned	☒	☐	11	☒	☐
☒	Brand	2	Brand	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☒
☐	Supplier	2	Supplier	checkbox	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Tags	3	Tags	checkbox	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☒	Price	1	Price	slider	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Availability	8	Availability	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	New product	91	New product	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	On sale	9	On sale	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Condition	91	Condition	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Weight	9	Weight	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Width	11	Width	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Height	11	Height	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Depth	11	Depth	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Composition	11	Composition	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Energy Class	6	Energy Class	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Material	4	Material	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Origin	5	Origin	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Property	11	Property	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Warranty	7	Warranty	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Weight Class	11	Weight Class	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐

Facetas: la configuración por defecto, usada por cada categoría sin plantilla de filtro específica. Este catálogo de demostración por sí solo tiene más de dos mil filas de características y atributos; aquí solo caben las primeras, el resto funciona exactamente igual más abajo en la tabla.

Value groups

Put several catalog values under one entry: a shopper reads "Red" and the filter matches Crimson, Scarlet and Burgundy at once. The grouped values disappear from the list and the group takes their place; values you do not list keep showing on their own.

The number next to a group is the count of products the group really matches, not the sum of its values (a product carrying two shades of the same red is one product). The native driver and Elasticsearch / OpenSearch both compute it exactly.

Filter	Group name	Values	Pos
No value group yet.			

Filter

- choose -

Group name

Position

0

Only value lists can be grouped. Price and the measurement sliders have no values to group.

Values in this group (one per line)

Pick from the catalog

Type to filter the values...

Click a value to add it to the list on the left.

For a feature or an attribute the value is written "Group|||Value", which is what the filter matches. Use the picker to add them without typing the separator.

Add group

Legacy facetable pickers (allowlist)

Optional: restrict which feature/attribute groups are exposed. Leave empty to allow all.

Feature groups

☐ Composition

☐ Energy Class

☐ Material

☐ Origin

☐ Property

☐ Warranty

☐ Weight Class

Attribute groups

☐ Color

☐ Dimension

☐ Paper Type

☐ Size

☐ ZZTest Attr 0001

☐ ZZTest Attr 0002

☐ ZZTest Attr 0003

Save

Facetas: la tabla de grupos de valores y los selectores de facetas heredados, más abajo en la misma pestaña.

7. Plantillas de filtro: un conjunto de filtros distinto por categoría

Una plantilla de filtro permite que una categoría, o toda una rama del árbol del catálogo, muestre un conjunto de facetas distinto de la configuración por defecto de toda la tienda de la pestaña Facetas. Una categoría sin plantilla asignada, y sin una categoría ancestro cuya propia plantilla esté configurada para aplicarse también a las subcategorías, usa siempre la plantilla por defecto.

Crear una plantilla

1. Haga clic en **Añadir plantilla de filtro**.
2. Déle un **Nombre de plantilla**.
3. Marque "**Aplicar también a las subcategorías**" para heredar la plantilla en toda la rama bajo las categorías que asigne, y "**Usar también esta plantilla en la página de búsqueda**" si desea que este conjunto específico de filtros, en lugar del por defecto, aparezca en la página de resultados de búsqueda.
4. **Productos por página** y **Orden por defecto** para esta plantilla: deje "Productos por página" en 0 y "Orden por defecto" en "Seguir la pestaña Salida" para simplemente heredar los valores de toda la tienda de la sección 8. Configurar "Orden por defecto" como "relevancia" es una elección real y deliberada, no una vacía: devuelve a este conjunto concreto de categorías el orden simple de PrestaShop mientras el resto de la tienda se ordena de otra forma.
5. Configure la **tabla de facetas** para esta plantilla exactamente como se describe en la sección 6: es la misma tabla, referida a esta plantilla en lugar de a la configuración por defecto de toda la tienda.
6. **Asigne categorías** desde el árbol de la derecha.
7. Haga clic en **Guardar plantilla**.

La tabla en la parte superior de la pestaña enumera cada plantilla existente con su número de categorías, si se aplica a las subcategorías, si se aplica a la página de búsqueda, y las acciones Editar / Eliminar.

La elección propia de un cliente sobre el orden en la barra de direcciones siempre prevalece tanto sobre la plantilla como sobre el ajuste de toda la tienda, exactamente igual que ya ocurría antes de que existieran las plantillas. Una plantilla que pide ordenación por precio mientras la ordenación por precio está desactivada en toda la tienda (sección 6) recurre silenciosamente al orden simple de PrestaShop, igual que ya hace en esa situación el ajuste por defecto de toda la tienda.

Filter templates				
Assign a different filter set to specific categories. A category with no template (and no ancestor template that applies to subcategories) uses the Default template (the global Facets configuration). The search page uses the Default unless a template is flagged for search.				
Template	Categories	Subcategories	Search page	Actions
Default	all categories without a specific template	—	✓	edit in the Facets tab
All categories (curated)	1	✓	✗	Edit Delete
Electronics (category demo)	1	✓	✗	Edit Delete
Search results (curated)	0	✗	✓	Edit Delete
+ Add filter template				

Plantillas de filtro: la plantilla por defecto siempre existe; cada otra fila es un conjunto de filtros propio de una categoría.

Products per page

0

0 = follow the Output tab setting. Applies to the listings this template governs.

Default sort

Follow the Output tab

Order used on these listings when the shopper has not picked one. "relevance" means the PrestaShop default order, which is also how a category gets its normal order back while the rest of the shop is sorted differently.

Facet configuration for this template

Custom labels are applied as-is in every language. Leave the field empty to use the default name, which is already translated (catalog names for features and attributes, module translations for the fixed facets).

Value order decides how the values inside a filter are listed. "As returned" keeps the engine order (and, on long lists, the A-Z grouping with letter headers) exactly as before. "Numeric" reads the number a value starts with, so 9 cm comes before 10 cm. "Most results first" needs the counts to be on, otherwise it falls back to A-Z. "Catalog position" only exists for Categories and for attributes: brands, suppliers, tags and feature values carry no position in PrestaShop, so there it falls back to A-Z too.

Weight, Width, Height and Depth are sliders over the product measurements. A feature can be a slider too, but only when its values really are numbers: the list below offers the choice on those features only. A value of zero counts as "not filled in", so products with no measurement are left out of a slider selection.

☐ On	Facet	Pos	Custom label	Display	Mode	Value order	Counts	Collapsed	Limit	Hide empty	Search
☐	Categories	0	Categories	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Brand	1	Brand	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Supplier	2	Supplier	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Tags	3	Tags	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Price	4	Price	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Availability	5	Availability	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	New product	6	New product	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	On sale	7	On sale	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Condition	8	Condition	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Weight	9	Weight	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Width	10	Width	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Height	11	Height	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Depth	12	Depth	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Composition	13	Composition	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Energy Class	14	Energy Class	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Material	15	Material	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Origin	16	Origin	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Property	17	Property	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Warranty	18	Warranty	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Weight Class	19	Weight Class	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐

Assign categories

☐ Home

☐ Clothes

☐ Men

☐ Women

☐ Electronics

☐ Electronics Essentials

☐ Electronics Pro Series

☐ Electronics Premium

☐ Electronics Value

☐ Electronics Deluxe

☐ Electronics Classic

☐ Electronics Modern

☐ Electronics Compact

☐ Electronics Heavy Duty

Creación de una nueva plantilla de filtro: nombre, opciones de herencia y de página de búsqueda, sus propios ajustes de productos por página y orden, su propia tabla de facetas, y el árbol de categorías al que asignarla.

8. Salida: el listado, el autocompletado y el panel del cuadro de

búsqueda vacío

Resultados y listado

El aspecto del propio listado (la disposición de la cuadrícula, el número de columnas, qué campos aparecen en una ficha de producto) pertenece siempre a su tema y nunca se sobrescribe aquí, de modo que este módulo nunca entra en conflicto con el diseño propio de un tema comercial.

- **Productos por página:** 0 usa el propio ajuste de productos por página de PrestaShop. Se aplica a los listados propios de categoría y búsqueda del módulo; un valor explícito en la dirección siempre prevalece.
- **Orden por defecto:** el orden usado cuando un cliente no ha elegido ninguno. "relevancia" mantiene el comportamiento por defecto de PrestaShop (posición en categorías, mejor coincidencia en búsqueda); cualquier otra elección también sustituye al orden de categoría por prioridad de marca descrito en la sección 12.
- **Opciones de orden a ofrecer:** qué órdenes aparecen en el desplegable visible para el cliente.

Autocompletado

Opción	Qué hace
Estilo del autocompletado	Un desplegable bajo el cuadro de búsqueda, o una superposición a pantalla completa que se abre al hacer clic en el cuadro de búsqueda.
Ancho a pantalla completa	Solo para la superposición a pantalla completa: encajada y centrada, o estirada de borde a borde en pantallas anchas.
Máximo de sugerencias	De 1 a 48.
Mostrar imágenes	Miniaturas junto a cada sugerencia.
Formato de imagen de sugerencia	Automático usa su formato de imagen pequeño por defecto para el estilo desplegable, y un formato cuadrado mayor para la superposición a pantalla completa, de modo que sus tarjetas no salgan borrosas; o elija un formato específico entre los propios ajustes de imagen de su tienda.
Texto de marcador de posición (por idioma)	El texto mostrado dentro del cuadro de búsqueda vacío, un campo por idioma de la tienda. Deje un idioma vacío para usar el valor por defecto traducido.
Insignia de la sugerencia	Para una sugerencia de producto: la etiqueta genérica del tipo de resultado (por defecto), su categoría raíz, su referencia, o ninguna. Los demás tipos de sugerencia (categorías, marcas, páginas CMS) conservan siempre su propia etiqueta de tipo.
Posición de la insignia	Debajo del nombre del producto (por defecto) o encima.
Tipos de sugerencia	Qué clases de sugerencia aparecen: productos, categorías, marcas, páginas CMS.

Una sugerencia de producto muestra su precio solo cuando el propio PrestaShop se lo mostraría a ese cliente: sin precio en modo catálogo (salvo que esté configurado para seguir mostrando precios), para un grupo de clientes que no puede ver precios o para un producto con la visualización del precio desactivada.

Cuando el cuadro de búsqueda está vacío

Hacer clic en un cuadro de búsqueda vacío puede abrir un panel con los términos más buscados de la tienda y las búsquedas recientes propias del visitante. El teclado también funciona: la flecha abajo abre el mismo panel, arriba y abajo lo recorren, Intro sigue la línea resaltada, Escape lo cierra, y una vez abierto el panel, Tab pasa al botón Borrar, Suprimir elimina la búsqueda reciente resaltada y Mayús+Suprimir las elimina todas.

Opción	Qué hace
Búsquedas populares	Tomadas del propio registro de búsquedas de esta tienda (sección 9), por lo que necesita que "Registrar búsquedas" esté activado. La lista se agrega en segundo plano, se actualiza varias veces al día, mediante el cron y también cada vez que se guarda o se abre la pestaña Estadísticas de búsqueda; una tienda sin cron obtiene la lista una vez, la primera vez que se abre esa pestaña, y después deja de actualizarse.
Búsquedas recientes (visitante)	Se guardan únicamente en el propio almacenamiento del navegador de ese visitante, nunca se envían a la tienda ni quedan registradas por ella. Si se pone en No, no se lee ni se escribe absolutamente nada; la siguiente carga de página también borra cualquier cosa ya almacenada allí.
Términos por lista	De 1 a 12, se aplica a ambas listas.
Buscar dentro de una categoría o una marca	Añade atajos como "Buscar camiseta en Hombre" bajo las sugerencias, restringidos a las categorías y marcas de los productos ya mostrados en el panel (no un recuento sobre todo el conjunto de resultados, por lo que no aparece ningún número junto a ellos; una categoría con muchas más coincidencias más abajo en la clasificación puede faltar en la lista). Como máximo tres atajos, categorías primero. Necesita que "Sustituir la búsqueda nativa" y el bloque de filtros estén ambos activados.

Nivel de registro

Cuánto detalle escribe el módulo en su propio registro de diagnóstico: Informativo, Aviso, Error o Grave. Deje este ajuste por defecto salvo que esté resolviendo un problema con el soporte técnico.

0 = use the PrestaShop products-per-page setting. Applies to the category and search listings served by this module; an explicit resultsPerPage in the URL still wins.

Order used when the shopper has not picked one. "relevance" keeps the PrestaShop default (position on categories, best match on search); any other choice also replaces the brand-priority category sort of the Search settings tab.

Sort options to offer

☒relevance

☒price_asc

☒price_desc

☒name_asc

☒name_desc

☒date_desc

☒quantity_desc

☐sales_desc

☐available_desc

Autocomplete

Autocomplete style

Full-screen width

Max suggestions

Show images

Full-screen overlay

Boxed (default)

18

Yes

Full-screen: clicking the search box opens a large fixed search bar with results across the whole screen.

Full width: on wide screens the overlay content stretches edge to edge instead of staying centered.

Suggestion image format

Automatic

Automatic uses small_default for the dropdown style, and a larger square format for the full-screen overlay so its cards are not blurry.

Placeholder text (per language)

Suggestion badge

Badge position

en

Search our catalog

it

Search our catalog

Product root category

Below the product name (default)

Shown inside the search box, in the shopper language. Leave a language empty to use the translated default.

For products, show the root category or the reference instead of the generic type label. Other suggestion types keep their type label.

Suggest types

☒product

☒category

☐manufacturer

☐cms

When the search box is empty

Clicking in an empty search box opens a panel with the most searched terms of the shop and the last searches of that visitor. Keyboard: the down arrow opens the same panel, up and down walk it, Enter follows the highlighted line, Escape closes. Clearing the recent searches works without a mouse too: Tab from the search box moves onto the Clear button, Delete removes the highlighted line and Shift+Delete removes them all.

Popular searches

Recent searches (visitor)

Terms per list

Search inside a category or a brand

Yes

Yes

6

Yes

Taken from the search log of this shop (Search analytics tab), so it needs "Log searches" to be on. Terms are aggregated in the background and refreshed a few times a day: a search made a minute ago does not appear at once.

Stored in the browser of the visitor (localStorage) and nowhere else: they are never sent to the shop, never logged, and the visitor can wipe them from the panel itself. Set to No and nothing is read or written at all.

Applies to both lists, 1 to 12.

Adds shortcuts such as "Search t-shirt in Men" under the suggestions, which open the results already filtered. Needs "Take over the search page" and the filter block to be on, otherwise the link would land on unfiltered results and the shortcuts stay hidden.

The list is built by the module cron, and also whenever you save or open the Search analytics tab. A shop with no cron configured therefore gets its list the first time this tab is opened, and it stops being refreshed after that.

Limit: the categories and brands offered are those of the products already shown in the panel, not a count over the whole result set, which is why no number is shown next to them. A category holding many more matches further down the ranking can be missing. At most 3 shortcuts, categories first.

On a multistore, "Take over the search page" is a per-shop setting; the shortcuts follow it shop by shop, so they can be visible on one shop of the store and absent on another.

Log level

Informative

Save

Salida: resultados y listado, el estilo del autocompletado y sus opciones de sugerencia, y el panel mostrado cuando el cuadro de búsqueda está vacío.

9. Estadísticas de búsqueda

Qué buscan realmente los clientes y, más valioso todavía, qué búsquedas devuelven cero resultados, es decir, ventas perdidas. Solo se almacena el texto de la propia consulta; ningún dato personal.

- **Registrar búsquedas:** activa o desactiva el registro de búsquedas. Las búsquedas populares (sección 8) necesitan que esto esté activado.
- **Conservar los datos durante (días):** 0 los conserva para siempre; en caso contrario, las filas más antiguas se eliminan automáticamente.
- **Periodo:** últimos 7, 30 o 90 días, para las cifras de abajo.

Cuatro contadores: total de búsquedas, consultas únicas, búsquedas con cero resultados, y el porcentaje de búsquedas que devolvieron cero resultados. Una búsqueda cuenta una sola vez por visitante y por día para el mismo término, y un visitante añade como máximo 30 búsquedas al día, de modo que un solo visitante no puede inflar estas cifras ni empujar un término a las búsquedas populares. El visitante se reconoce por una huella diaria de su dirección, guardada solo durante ese día en la caché del servidor y nunca escrita en el registro de búsquedas.

Búsquedas más frecuentes: los términos más buscados, cada uno con su recuento, su número medio de resultados, y un botón **Ocultar** que lo añade con un solo clic a la lista de "nunca sugerir" de más abajo.

Búsquedas con cero resultados: lo que buscaron los clientes y no encontraron. Cada fila ofrece **Añadir sinónimo**, que le lleva a la pestaña Ajustes de búsqueda, y **Añadir regla**, que abre la pestaña Merchandising (sección 10) con ese término ya relleno.

Búsquedas populares mostradas en el cuadro de búsqueda

La misma lista que alimenta el panel del cuadro de búsqueda vacío descrito en la sección 8. Se construye a partir de búsquedas del periodo configurado que encontraron al menos un producto, se buscaron al menos un número mínimo de veces, con las más frecuentes primero, agregadas por el cron y al guardar o abrir esta pestaña, nunca mientras un cliente está escribiendo. Se descartan los términos formados únicamente por puntuación o por caracteres comodín de SQL. En un motor tolerante a errores tipográficos, una falta de ortografía se pliega dentro del término correctamente escrito al que se parece, de modo que "hummingbrid" no aparece en la lista junto a "hummingbird"; la ortografía que realmente se muestra es la que los clientes escriben con más frecuencia. Este plegado tiene un límite declarado: dos palabras genuinamente distintas que resulten estar a uno o dos caracteres de diferencia pueden plegarse juntas, y entonces solo aparece la más buscada; el panel bajo el ajuste muestra exactamente el resultado de esto.

No sugerir nunca estos términos: un término por línea, comparado como palabra completa, de modo que "acme" oculta "acme" y "acme zapatos" pero deja intacto "acmegroup"; añade un  para una coincidencia amplia en cualquier parte dentro del término. Este es el lugar para el nombre de un competidor o una palabra no deseada que aparezca entre los términos más buscados de la tienda.

Borrar estadísticas: elimina todas las búsquedas registradas para esta tienda. Esta acción no se puede deshacer.

0 = keep forever. Older rows are pruned automatically.

234

Total searches

25

Unique queries

16

Zero-result searches

7%

% zero-result

Top searches

Query	Count	Avg results	Action
guitar	100	4839	Hide
mug	41	5	Hide
product	20	191669	Hide
smartphone	16	15000	Hide
blender max	8	22500	Hide
mini	8	17625	Hide
guitar	7	14285	Hide
smartphone pro	7	47814	Hide
?page=2	4	0	Hide
Bl�nder	3	11111	Hide
HUMMING	3	5	Hide
begin	2	3	Hide
hum	2	3	Hide
works	2	20000	Hide
Bl�eacute;nder	1	0	Hide
caf� d�co	1	0	Hide
cart	1	1	Hide
hummm	1	5	Hide
mug?n=17539	1	0	Hide
mug?n=21309	1	0	Hide
privacy	1	0	Hide
smart	1	16669	Hide
smartphone?n=16638	1	32	Hide
utiar	1	0	Hide
zebra	1	0	Hide

Zero-result searches

These shoppers found nothing. Add a synonym (Search settings tab) or a matching product.

Query	Count	Action
?page=2	4	Add synonym Add rule
guitar	2	Add synonym Add rule
Bl�eacute;nder	1	Add synonym Add rule
blender	1	Add synonym Add rule
caf� d�co	1	Add synonym Add rule
guitar	1	Add synonym Add rule
hum	1	Add synonym Add rule
mug?n=17539	1	Add synonym Add rule
mug?n=21309	1	Add synonym Add rule
privacy	1	Add synonym Add rule
utiar	1	Add synonym Add rule
zebra	1	Add synonym Add rule

Popular searches shown in the search box

These same searches are what the autocomplete panel offers when a visitor clicks in an empty search box (switch it on or off in the Output tab, "When the search box is empty"). How the list is built: searches of the last 30 days that FOUND at least one product, made at least 2 times, most frequent first. The aggregation runs on the module cron, on a save of this tab and when this tab is opened, never while a visitor is typing, and each list is rebuilt at most every 6 hours: a term that has just become popular can take that long to appear. Saving this tab rebuilds it at once.

Terms made only of punctuation or of SQL wildcards (percent sign, underscore, asterisk) are dropped: they are what a curious visitor types into a search box, not a search to offer anyone. **Misspellings are folded into the term they misspell:** with a typo-tolerant engine a misspelt word finds products too, so "hummingbrid" would otherwise sit in the list next to "hummingbird". A term within one edit (4 to 7 characters) or two edits (8 and over) of a more searched one is treated as that one, and the most frequently typed spelling is the one shown. Terms of three characters or fewer are never folded. The limit of that rule: two genuinely different words that happen to be one or two characters apart are folded together and only the more searched one appears. The list below shows exactly what comes out.

Never suggest these terms

One term per line. A line matches a WHOLE WORD: "acme" hides "acme" and "acme shoes", and leaves "acmegroup" alone. Add a * for a loose match anywhere inside the term: ""acme*" also hides "acmegroup". Case and extra spaces do not matter. This is the place for a swear word or a competitor name that turned up among the most searched terms.

The only character this list cannot hold is "less than": PrestaShop strips it out of a setting, and a search term cannot contain it either, so a line using it is refused and you are told.

Clear analytics

Currently offered to visitors

guitar mug product smartphone mini smartphone pro blender max guitar HUMMING
begin Bl nder works

In the language of this back office. Each language of the shop has its own list.

Save

Estadísticas de búsqueda: total de búsquedas y búsquedas  nicas, la tasa de cero resultados, las búsquedas más frecuentes, y las búsquedas con cero resultados con acciones de un solo clic.

10. Merchandising: reglas de búsqueda y la página de cero resultados

Las reglas de búsqueda deciden lo que hace un término de búsqueda concreto, sin tocar el catálogo en sí.

Orden de prioridad

1. Una regla de redirección gana primero: se activa antes incluso de calcular ningún resultado.
2. De lo contrario la búsqueda se ejecuta con normalidad, con el motor, los sinónimos y la tolerancia a errores tipográficos aplicándose todos como de costumbre.
3. Una regla destacada o potenciada coloca entonces sus productos en la parte superior, antes de la paginación.
4. La página de cero resultados (más abajo) llega la última, solo cuando la búsqueda no ha encontrado nada tras todo lo anterior.

Entre reglas, una coincidencia exacta de término gana a "contiene", que gana a un patrón; dentro de un mismo tipo de coincidencia, su propia posición, y después el id de la regla, deciden el orden. Gana la primera regla que coincide, y las reglas nunca se acumulan. Los tres tipos de regla se retiran en cuanto un cliente aplica un filtro de faceta o elige su propio orden, ya que un producto promocionado no tiene por qué coincidir con el término y no tiene sentido dentro de una selección a la que podría contradecir, ni encima de una lista ordenada por "más barato primero"; su propio orden por defecto (sección 8) no es una elección del cliente y no desactiva las reglas. La paginación es la única excepción: los productos destacados ocupan los primeros puestos de todo el listado, de modo que la página 2 en adelante continúa después de ellos en lugar de repetirlos.

Crear una regla de búsqueda

1. Haga clic en **Añadir regla de búsqueda**.
2. Elija **Cuando el término de búsqueda**: coincide exactamente, contiene, o coincide con un patrón (use ***** como comodín, por ejemplo **iphone***). Las mayúsculas, los acentos y la puntuación siempre se ignoran.
3. Escriba el **Término**, elija un **Idioma** (o "Todos los idiomas"), y una **Posición** entre el resto de reglas.
4. Elija qué ocurre **Entonces**: fijar productos destacados arriba independientemente de la coincidencia, potenciar los productos coincidentes sin fijar los que no coinciden, o redirigir al cliente.
5. Para una regla destacada o potenciada, elija hasta **24 productos** escribiendo su nombre o referencia, en el orden en que desea que se muestren.
6. Para una redirección, elija el tipo de destino (una categoría, una página CMS, un producto, una marca, o una URL simple que empiece por **http://**, **https://** o una barra inicial **/**), su ID o URL, y el estado HTTP: 302 salvo que esté seguro, ya que un 301 queda en caché en los navegadores y es difícil de revertir.
7. Haga clic en **Guardar regla de búsqueda**.

Un índice de búsqueda que no puede filtrar por una lista específica de IDs de producto no puede servir los productos destacados o potenciados de una regla; cuando esto se aplica a su índice actual, la pestaña se lo indica y le pide una reindexación completa desde la pestaña Panel. Las reglas de redirección y la página de cero resultados funcionan de todas formas, ya que ninguna de las dos necesita que el motor filtre por una lista de productos.

Multitienda: las reglas de búsqueda son el único ajuste de esta página que no se comparte. Cualquier otro ajuste de este módulo es por tienda con un valor global de reserva; una

regla guardada mientras está seleccionado "Todas las tiendas" se almacena para la única tienda que estaba en contexto en ese momento, no se comparte con las demás. Cambie a la tienda para la que está pensada la regla antes de guardarla, y repita la regla en cada tienda que la necesite.

Página de cero resultados

Lo que ve un cliente cuando una búsqueda no encuentra nada, después de que tanto los sinónimos como la tolerancia a errores tipográficos hayan fallado, mostrada bajo el propio mensaje de "sin resultados" del tema, solo en la página de búsqueda.

- **Mostrar la página de cero resultados:** activado o desactivado.
- **Productos a sugerir:** hasta 24, elegidos de la misma forma que para una regla de búsqueda.
- Por idioma: un campo **Título** y un campo **Texto** (se admiten etiquetas HTML básicas).

Order of precedence

1. A redirect rule wins first: it fires before any result is computed, so nothing else runs.

2. Otherwise the search runs normally (engine, synonyms, typo tolerance).

3. Then a featured / boost rule puts its products at the top, before the results are paginated.

4. The zero-result page comes last, only when the search still found nothing.

Among rules, an exact term beats "contains", which beats a pattern; inside one match mode your own order (position, then id) decides. The first matching rule wins and rules never stack.

All three kinds of rule stand down as soon as the shopper asks for something of their own: a filter, or a sort order. A promoted product does not have to match the term, so it has no business inside a selection it may contradict, nor on top of a "cheapest first" list. Your own default sort order (Output tab) is not a shopper choice and does not switch the rules off. Paging is different: the featured products occupy the first places of the whole listing, so page 2 and beyond continue after them instead of repeating them.

Multistore: search rules belong to the shop you are editing. Unlike the other settings on this page they have no all-shops value, so a rule has to be created again on every shop that needs it.

On	Pos.	When the search term	Rule	Result	Language	Actions
No search rules yet.						

+ Add search rule

Zero-result page

What a shopper sees when a search found nothing, after synonyms and typo tolerance have both failed. Shown under the theme message, on the search page only.

Show the zero-result page

Products to suggest

Yes

Type a product name or reference

English (English)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

Save zero-result page

Save

Merchandising: el orden de prioridad, la tabla de reglas de búsqueda, y la página de cero resultados debajo.

Order of precedence

1. A redirect rule wins first: it fires before any result is computed, so nothing else runs.
2. Otherwise the search runs normally (engine, synonyms, typo tolerance).
3. Then a featured / boost rule puts its products at the top, before the results are paginated.
4. The zero-result page comes last, only when the search still found nothing.

Among rules, an exact term beats "contains", which beats a pattern; inside one match mode your own order (position, then id) decides. The first matching rule wins and rules never stack.

All three kinds of rule stand down as soon as the shopper asks for something of their own: a filter, or a sort order. A promoted product does not have to match the term, so it has no business inside a selection it may contradict, nor on top of a "cheapest first" list. Your own default sort order (Output tab) is not a shopper choice and does not switch the rules off. Paging is different: the featured products occupy the first places of the whole listing, so page 2 and beyond continue after them instead of repeating them.

Multistore: search rules belong to the shop you are editing. Unlike the other settings on this page they have no all-shops value, so a rule has to be created again on every shop that needs it.

On	Pos.	When the search term	Rule	Result	Language	Actions
No search rules yet.						

New search rule

When the search term	Term	Language	Position
is exactly		All languages	0

Case, accents and punctuation are ignored. With the pattern mode, * stands for anything (e.g. "iphone*").

Then	Enabled
Featured products: put them on top, matching or not	Yes

Products

In this order, at the top of the results. A product must be active, associated to this shop and visible in search. Up to 24 products per rule.

Zero-result page

What a shopper sees when a search found nothing, after synonyms and typo tolerance have both failed. Shown under the theme message, on the search page only.

Show the zero-result page	Products to suggest
Yes	Type a product name or reference

English (English)	
Heading	Text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)	
Heading	Text (HTML: basic tags allowed)

Creación de una regla de búsqueda: la condición de coincidencia, el término, la acción, y el selector de productos para una regla destacada o potenciada.

11. Páginas de aterrizaje SEO por filtro

Por defecto, cada URL filtrada que un cliente pueda construir (por ejemplo, una categoría con una marca y un color marcados) se marca como `noindex, follow`, de modo que nunca se invita a los motores de búsqueda a indexar las combinaciones casi infinitas que puede producir un sistema de facetas. Esta pestaña le permite convertir deliberadamente un número pequeño y elegido de combinaciones valiosas en páginas de aterrizaje reales e indexables, cada una con su propio título, meta descripción, encabezado, texto introductorio y una dirección legible como `/red-running-shoes`, con una etiqueta canonical que se referencia a sí misma. La antigua dirección con cadena de consulta de una página a la que desde

entonces se le ha dado una URL amigable redirige hacia ella con un 301, de modo que un enlace ya indexado sigue funcionando y transfiere su posicionamiento.

Crear una página de filtro SEO

1. Ponga "**Activar páginas de aterrizaje SEO**" en Sí, y opcionalmente configure un **Prefijo de URL** (déjelo vacío para páginas en la raíz, por ejemplo `/red-running-shoes` ; un prefijo como "filters" da `/filters/red-running-shoes` , útil si las direcciones de sus propias categorías no tienen un id numérico, ya que de lo contrario una dirección de un solo segmento sería capturada primero por la ruta de categoría).
2. Haga clic en **Añadir página de filtro SEO**.
3. Elija el **Ámbito**: un listado de categoría, o la página de búsqueda. Para una categoría, elija la **Categoría de destino**.
4. Configure la **Clave de URL**, la dirección real de la página. Se rellena a partir del meta título de su idioma por defecto a medida que escribe, y sigue siendo editable; se rechaza una clave ya usada por una categoría, un producto, una página CMS, otra página SEO, una página del núcleo, una carpeta de instalación, o la URL amigable propia de otro módulo, y también se rechaza una que empezara como un id de categoría.
5. Construya la **combinación de filtros a incluir en la lista blanca**: marcas, cualquier grupo de atributos, cualquier grupo de características, disponibilidad, estado, las marcas de Novedad y En oferta, y un rango de precio, todos como listas de selección múltiple.
6. Por idioma, rellene el **Meta título**, el **Encabezado H1**, la **Meta descripción** y un **Texto introductorio** (se admiten etiquetas HTML básicas). El encabezado H1 aparece encima de los productos con el aspecto del título de la página; se genera como encabezado de segundo nivel, porque el tema ya imprime el H1 propio de la página.
7. Haga clic en **Guardar página SEO**.

La tabla enumera cada página con su destino, un resumen de sus filtros, su título, su clave de URL (o una nota indicando que sigue en la antigua dirección con cadena de consulta), un aviso si su dirección entra ahora en conflicto con algo más, un enlace **Ver**, y las acciones Editar / Eliminar.

Una combinación incluida en la lista blanca obtiene exactamente una página: se rechaza una segunda página para una combinación ya incluida. Un rango numérico, como un peso o un precio escrito directamente en la dirección en lugar de elegido a través de este formulario, no se respeta en una página SEO: la dirección amigable en sí misma es toda la selección, de modo que la página ignora cualquier cosa adicional que pueda llevar la cadena de consulta. Los rangos funcionan con normalidad en los listados de categoría y búsqueda habituales.

Si el propio ajuste de URLs amigables de PrestaShop (Parámetros de la tienda > Tráfico y SEO) está desactivado, las páginas SEO se sirven en su antigua dirección con cadena de consulta hasta que se active; la pestaña se lo indica cuando esto se aplica.

SEO filter landing pages

Whitelist specific, valuable filter combinations (e.g. a category + a brand + a colour) as INDEXABLE landing pages with custom title, meta description, H1 and intro text, each at its own readable address (e.g. /red-nike-shoes) with a self-referencing canonical. Every other filtered URL stays noindex,follow. The old ?cl_f=... address of a page redirects (301) to the new one.

Enable SEO landing pages

Yes

URL prefix (optional)

none: pages at the root

Leave empty for /url-key. A prefix such as "filters" gives /filters/url-key; use it if your category URLs have no id (a single-segment category schema is matched before module routes).

On	Target	Filters	Title	URL key	Actions
✓	Electronics	Brand: HydraPlus	HydraPlus Electronics - Official Range Demo Store	hydraplus-electronics	View Edit Delete

+ Add SEO filter page

Páginas de filtro SEO: el ajuste de prefijo de URL, y la tabla de combinaciones de filtro incluidas en la lista blanca e indexables.

URL key

https://demo.presta365.com/

generated from the meta title

The page address: lowercase letters, digits and dashes. Filled in from the meta title of the default language while you type; edit it freely. A key already used by a category, a product, a CMS page or another SEO page is refused.

Filter combination to whitelist

Brands	Color	Dimension	Paper Type
AeroCorp AeroGear AeroLabs AeroLine AeroOne AeroPlus AeroStyle	Gray Taupe Beige White Off White Red Black	40x60cm 60x90cm 80x120cm	Ruled Plain Squared Doted

Creación de una página de filtro SEO: la clave de URL y el inicio de la combinación de filtros a incluir en la lista blanca (marca, color, dimensión y tipo de papel en este catálogo; en su caso aparecerán aquí sus propios filtros).

Availability

☐ In stock

Condition

☐ New ☐ Used ☐ Refurbished

Flags

☐ New ☐ On sale

Price min

Price max

English (English)

Meta title

H1 heading

Meta description

Intro text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)

Meta title

H1 heading

Meta description

Intro text (HTML: basic tags allowed)

Save SEO page

Cancel

Save

Más abajo en el mismo formulario: disponibilidad, estado, las marcas de Novedad y En oferta, un rango de precio, y el título, la descripción y el texto introductorio por idioma.

12. Avanzado: reglas de listado y precios personales

Reglas de listado (categoría y búsqueda)

Opción	Qué hace
Productos sin stock	Mostrarlos donde los coloque de forma natural el orden elegido, mostrarlos al final (después de cada producto con stock, conservando su propio orden dentro de cada mitad, y funcionando correctamente a lo largo de las páginas), u ocultarlos por completo. Sin stock significa una cantidad de cero. "Mostrarlos al final" necesita una reindexación para surtir efecto en un motor externo.
Combinación mostrada al filtrar por atributo	Cuando un cliente filtra por, por ejemplo, una talla o un color, mostrar la ficha de producto de la combinación coincidente en sí, es decir, su propia foto, precio y stock, o mostrar siempre la combinación por defecto del producto sin importar el filtro.
Orden de categoría por defecto	El orden por defecto del tema (posición), o prioridad de marca primero (usando un valor de prioridad establecido en el fabricante), y después posición.
Excluir IDs de valor de característica	Una lista separada por comas de IDs de valor de característica. Los productos que tengan cualquiera de ellos se ocultan de todos los listados, útil para retirar una línea descatalogada sin eliminarla. Necesita una reindexación para surtir pleno efecto en un motor externo.

Precios personales (precios específicos por cliente)

El precio mostrado a un cliente siempre lo calcula PrestaShop en tiempo real y de forma exacta, incluido cualquier precio personal que pueda tener; esto nunca se ve afectado por nada de esta pestaña. Lo que controla este ajuste es únicamente qué precio se usa internamente para **ordenar y filtrar** un listado, ya que eso requiere un único valor indexado por producto en lugar de un cálculo en tiempo real para cada cliente en cada vista de página. Por defecto ese valor indexado es el precio del grupo de clientes, de modo que un cliente con su propia lista de precios individual, por ejemplo mediante un ERP o una integración por contrato, puede ver un listado ordenado o filtrado de forma ligeramente distinta a lo que realmente se le cobra en el pago.

Gestión de precios personales: cuatro modos.

- **Desactivado:** ordenar y filtrar por precio usan siempre el precio del grupo de clientes.
- **Indexar precios personales:** calcula un precio indexado exacto para cada cliente con una lista de precios individual, de modo que sus propios resultados de orden y filtro también son exactos. Necesita una reindexación tras activarse.
- **Mostrar un aviso:** muestra un mensaje cerca de la ordenación y el filtro de precio a los clientes que tienen una lista de precios personal, informándoles de que las cifras mostradas allí pueden no ser su precio exacto.
- **Ambos:** indexa los precios personales y sigue mostrando el aviso a cualquier cliente que, por el motivo que sea, no quede cubierto por la indexación (vea el límite de clientes más abajo).

Cuando la indexación está activada, la pestaña estima, para su catálogo actual, cuántos cálculos de precio adicionales necesitaría una reindexación completa, y aproximadamente cuántos minutos y cuánto espacio de índice adicionales cabe esperar, antes de activarla. Un

Límite de clientes (un número fijo, o Automático, basado en el espacio en disco libre de su clúster de Elasticsearch u OpenSearch) acota esto: los clientes por encima del límite simplemente recurren a su precio de grupo en lugar de hacer que cada reindexación se vuelva más pesada de forma impredecible.

Listing rules (category & search)

Out-of-stock products

Show them where the sort puts them

Out of stock means quantity 0. "Show them last" keeps your sort order inside each half and works across pages; with a search engine it needs a reindex to take effect.

Variant shown when filtering by attribute

The matching combination (photo, price, stock)

When a shopper filters on "size 42" or "red", the product card shows that combination: its photo, its price and the stock of every combination matching the filters. Products with no combination matching all the active filters keep their default one.

Default category sort

Position (theme default)

Brand priority uses a "priority" column on the manufacturer table (higher first); 0 when your shop has none.

Exclude feature-value IDs

e.g. 1037,1061,1043

Products carrying any of these feature-value IDs are hidden from listings (e.g. discontinued lines). Requires a reindex to take full effect.

Personal prices (per-customer specific prices)

ⓘ

The price SHOWN to shoppers is always exact. PrestaShop recomputes it for the logged-in customer, including their personal prices. This setting only affects SORTING and FILTERING by price, which use the indexed price. By default those use the customer group price; a customer with an individual price list (specific_price on their account) may see slightly different sort/filter results. Below you decide how to handle that.

Handling of personal prices

Off: sort/filter by price use group prices

"Index personal prices" computes an exact price for each customer that has an individual price list (via getPriceStatic) and uses it for their price sort/filter. Requires a reindex after changing.

Avanzado: las reglas de listado para el stock, las combinaciones, el orden de categoría y las características excluidas, y los ajustes de precios personales debajo.

13. Reindexación y el cron

La pestaña **Panel** es la página de inicio propia del módulo. En el motor nativo simplemente confirma que la búsqueda nativa está activa, sin nada que indexar. Con un motor externo muestra el estado de la conexión, el número de documentos indexados por tipo, una tabla de cada índice con su propio recuento de documentos, y dos botones: **Reindexar ahora** y **Eliminar todos los datos indexados**, ambos con una barra de progreso en vivo.

Se requiere una reindexación manual completa desde este botón una vez, justo después de cambiar por primera vez a un motor externo, y de nuevo después de cualquier cambio que esta guía describa como necesitado de una reindexación (los filtros del analizador, el modo de visualización de productos sin stock, la indexación de precios personales, los IDs de valor de característica excluidos, los grupos de clientes que pueden ver una categoría, y algunos otros señalados a lo largo de esta guía).

Tras actualizar desde una versión anterior a la 4.21.0, ejecute una reindexación completa en un motor externo: el índice registra ahora qué grupos de clientes pueden ver cada producto y cada categoría (sección 5), y la página del módulo muestra el aviso **Se requiere una reindexación completa** hasta que todos los índices se hayan reconstruido. En el motor nativo no hay nada que hacer.

La pestaña también muestra una URL de cron protegida por token, con esta forma:

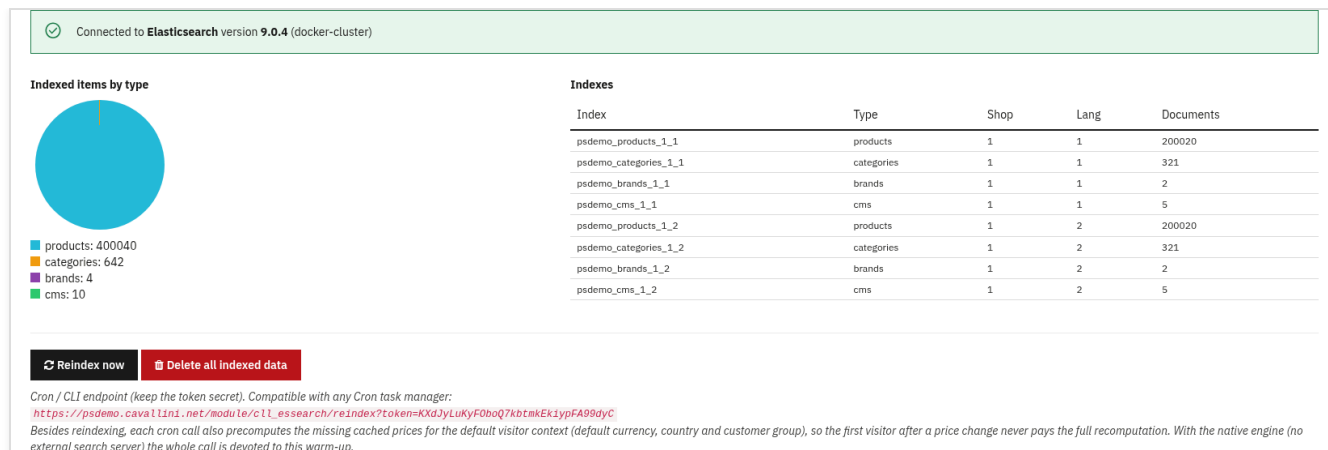
```
https://your-shop/index.php?fc=module&module=cll_essearch&controller=reindex&token=SECRET
```

Añádala al programador de tareas de su servidor, o a cualquier servicio externo capaz de llamar a una URL según un horario; el endpoint es seguro de llamar con la frecuencia que desee, y funciona dentro de un presupuesto de tiempo (50 segundos por defecto, de 5 a 280 con `&seconds=N`). Cada llamada hace dos cosas:

- En un motor externo, primero envía los cambios de productos que quedaron en cola mientras el motor no respondía, y después agota una reindexación completa o incremental en todas las tiendas e idiomas, dentro del presupuesto de tiempo; en el motor nativo no hay nada que indexar, de modo que este paso se omite y todo su presupuesto pasa al siguiente.
- Emplea el tiempo que quede en precalentar los precios en caché usados para ordenar y filtrar, para el contexto de visitante por defecto de la tienda actual, de modo que el primer visitante tras un cambio de precio nunca pague el recálculo completo por sí mismo. Añada `&only=prices` para ejecutar el precalentamiento de precios en su propio horario, más frecuente que la reindexación completa, y `&warm_max=N` para limitar cuántos productos se calculan por llamada.

El mismo endpoint también admite un modo por lotes con `id_shop / id_lang / offset`, el mismo que ya usa internamente el botón Reindexar ahora del back office, disponible para cualquier programador externo que prefiera lotes pequeños y reanudables en lugar de una única llamada de larga duración.

En un motor externo, una reindexación construye un índice nuevo con marca de tiempo y solo cambia a los clientes a él una vez terminada la construcción, de modo que una reindexación en curso, o una que falle a medio camino, nunca deja la tienda con un índice a medio construir o una búsqueda rota. Solo se reconstruye un índice a la vez: si el cron ya está reconstruyendo el mismo índice, **Reindexar ahora** lo indica y pide esperar, en lugar de que ambos borren el índice a medio construir del otro.



Panel: estado de la conexión, documentos indexados por tipo, la tabla de índices, los controles de reindexación, y la URL de cron.

14. Multitienda

Los ajustes de conexión, todos los interruptores generales, la configuración de facetas y las plantillas de filtro son todos por tienda, con un valor global por defecto usado por cualquier tienda sin anulación propia. Así es como dos tiendas de la misma instalación de PrestaShop pueden ejecutar dos motores de búsqueda distintos, dos temas distintos y dos conjuntos de filtros distintos, en paralelo. "Sustituir la búsqueda nativa" también es por tienda, y los atajos de autocompletado "buscar dentro de una categoría o marca" (sección 8) siguen ese mismo ajuste tienda por tienda.

Limitación conocida: las reglas de merchandising no se comparten. A diferencia de todo lo anterior, una regla de búsqueda (sección 10) guardada mientras está seleccionado "Todas las tiendas" en el back office se almacena contra la única tienda que estaba en contexto en ese momento, no se comparte en toda la instalación. En una instalación multitienda, cree la regla de nuevo en cada tienda que la necesite, o cambie a esa tienda concreta antes de guardarla, en lugar de confiar en que "Todas las tiendas" la reparta.

15. Preguntas frecuentes y límites conocidos

¿Necesito Elasticsearch, OpenSearch o Meilisearch para usar este módulo?

No. El motor nativo funciona en cuanto pone **Activar la búsqueda en el front-office** en Sí (sección 1), sin servidor externo, y ya proporciona búsqueda, autocompletado, navegación por filtros y su propia tolerancia a errores tipográficos. Un motor externo es una mejora de rendimiento y relevancia para catálogos más grandes, no un requisito.

Cambié de motor de búsqueda y ahora la búsqueda no devuelve nada.

Cambiar de motor en la pestaña Conexiones no traslada el índice del motor anterior. Ejecute **Reindexar ahora** en la pestaña Panel después de cambiar.

¿Por qué los valores de filtro de mi listado no muestran recuentos de productos?

Compruebe "Mostrar recuentos de resultados" en la pestaña Facetas. Con Automático, los recuentos se ocultan intencionadamente en el motor nativo para evitar una consulta adicional por cada valor de filtro en cada vista de listado; actívelos manualmente si su catálogo es lo bastante pequeño como para que el coste sea aceptable, o pase a un motor de búsqueda, que devuelve los recuentos sin coste de consulta adicional.

El panel de filtro AJAX no refresca la cuadrícula de productos en mi tema.

Configure el campo "Selector CSS de la lista de productos" en la pestaña Ajustes de búsqueda (sección 3) con el selector CSS del contenedor de la cuadrícula de productos de su tema.

El autocompletado no aparece cuando escribo en el cuadro de búsqueda.

Puede que el campo de búsqueda de su tema no use el marcado estándar de PrestaShop. Configure el campo "Selector CSS del cuadro de búsqueda" (sección 3).

Veo dos botones de "Filtros", o dos paneles de filtro, en mis páginas de listado.

Otro módulo de búsqueda por facetas, más habitualmente el propio `ps_facetedsearch` de PrestaShop, está activo al mismo tiempo; PrestaShop solo permite que un módulo responda al hook que calcula el filtrado de categoría, de modo que si ambos intentan dibujar un panel se produce un resultado duplicado y confuso. La página de configuración del módulo muestra un aviso que nombra cada módulo en conflicto, con un botón Desactivar de un solo clic junto a cada uno; no se pierde ningún dato, y cualquiera de ellos puede reactivarse desde el Gestor de módulos en cualquier momento. En la misma página, un aviso aparte sobre `ps_facetedsearch` tiene el botón **No volver a mostrar este aviso**, para una tienda que mantiene ese módulo activo a propósito.

¿Este módulo cambia cómo se muestran los precios a los clientes conectados con precios especiales?

No. El precio mostrado a un cliente siempre lo calcula PrestaShop en tiempo real, exactamente igual que lo haría sin este módulo. El ajuste "Precios personales" de la pestaña Avanzado (sección 12) solo afecta a qué precio se usa internamente para ordenar y filtrar un listado.

¿Puedo mantener los filtros completamente fuera de una categoría concreta?

Sí: cree una plantilla de filtro sin ninguna faceta activada (o solo las que desee) y asígnela a esa categoría (sección 7).

¿Van a indexar los motores de búsqueda todas las combinaciones de filtro posibles de mi sitio?

No. Cada URL filtrada es `noindex, follow` por defecto. Use la pestaña Páginas de filtro SEO (sección 11) para convertir deliberadamente combinaciones específicas y valiosas en páginas indexables con su propia dirección, título y descripción.

¿Desactivar "Búsquedas recientes" envía algo a la tienda?

No, en ninguno de los dos estados. Las búsquedas recientes viven únicamente en el propio almacenamiento del navegador del visitante y nunca se envían a la tienda ni quedan registradas por ella; desactivar el ajuste simplemente significa que no se lee ni se escribe absolutamente nada en ese almacenamiento.

Un tema construido sobre Hummingbird o Classic no muestra filtros en la página de resultados de búsqueda. ¿Es mi versión de PrestaShop demasiado antigua?

No. Los temas Classic y Hummingbird dan a la página de resultados de búsqueda una maquetación de ancho completo sin columna izquierda en todas las versiones de PrestaShop, desde la 1.7.1 hasta la 9.1 por igual; es la elección de maquetación propia del tema para esa página, no una limitación de versión, y ninguna actualización de PrestaShop lo cambia. Por eso exactamente el módulo dibuja el bloque de filtros desde un segundo hook, de nivel de maquetación, en cualquier página con esa estructura (sección 3), de modo que funciona en todas las versiones sin importar cuál sea.

Otros límites conocidos que conviene saber antes de encontrarlos

- Una faceta agrupada (sección 6) no muestra ningún recuento de productos en Meilisearch, en lugar de uno incorrecto.
- En el motor nativo y en Meilisearch, dos facetas del mismo grupo subyacente, por ejemplo una característica de Color y una característica de Talla, no ven la selección de la otra en sus propios recuentos: elegir un color no reduce los números mostrados junto a las tallas, lo que puede a veces señalar un valor que después devuelve cero resultados. En Elasticsearch y OpenSearch cada grupo de características o atributos se cuenta con las selecciones de los demás grupos aplicadas, y un valor ya marcado que las otras selecciones descartan sigue en la lista con 0, para poder desmarcarlo.
- Una ficha añadida al listado mediante "Cargar más" o el desplazamiento infinito (sección 3) no es decorada por otro módulo que reaccione a un refresco completo de la cuadrícula, como un icono de corazón de lista de deseos; cambiar de página mediante la paginación numerada, ordenar y el tamaño de página no se ven afectados. Use el modo de paginación numerada en su lugar si un módulo así necesita decorar todas las fichas.
- Una página de filtro SEO (sección 11) no respeta un rango numérico escrito directamente en su dirección; la dirección amigable es toda la selección.
- Las reglas de merchandising (sección 10) son el único ajuste por tienda de este módulo que no se comparte en una instalación multitienda desde el contexto de "Todas las tiendas".
- `ps_facetedsearch`, el propio módulo de filtrado nativo de PrestaShop, compite por el mismo hook que este módulo; desactívelo si ambos están activos en la misma tienda (vea la pregunta anterior).