



Guía del usuario

Amazon Pinpoint



Amazon Pinpoint: Guía del usuario

Copyright © 2024 Amazon Web Services, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

Las marcas comerciales y la imagen comercial de Amazon no se pueden utilizar en relación con ningún producto o servicio que no sea de Amazon, de ninguna manera que pueda causar confusión entre los clientes y que menosprecie o desacredite a Amazon. Todas las demás marcas registradas que no son propiedad de Amazon son propiedad de sus respectivos propietarios, que pueden o no estar afiliados, conectados o patrocinados por Amazon.

Table of Contents

¿Qué es Amazon Pinpoint?	1
Características de Amazon Pinpoint	1
Definición de los segmentos de público	1
Conexión con el público mediante campañas de mensajería	2
Creación de recorridos de usuario	2
Creación de mensajes coherentes con plantillas	2
Entrega de contenido personalizado	2
Análisis del comportamiento de los usuarios	3
Disponibilidad regional	3
Introducción	3
Introducción	4
Acerca de este tutorial	4
Paso 1: Crear un proyecto	6
Crear y configurar un proyecto	6
Cree un rol de envío de orquestación (arn)	7
Paso 2: Importar datos y crear un segmento	8
Paso 2.1: Descargar y modificar el archivo de ejemplo	9
Paso 2.2: Importar el archivo de datos del cliente de ejemplo	10
Paso 2.3: Crear un segmento dirigido	10
Paso 3: Crear una campaña	11
Paso 3.1: Crear la campaña y elegir un segmento	11
Paso 3.2: Crear el mensaje de campaña	12
Paso 3.3: Programar la campaña	14
Paso 4: Ver análisis de campañas	15
Paso 4.1: Interactuar con la campaña	15
Paso 4.2: Ver métricas para la campaña	15
Sigüientes pasos	17
Proyectos	19
Administración de proyectos	20
Creación de un proyecto	20
Edición de la configuración predeterminada de un proyecto	22
Eliminación de un proyecto	25
Canales	28
Notificaciones push	29

Resolución de problemas	30
Correo electrónico	32
Elección entre Amazon Pinpoint y Amazon SES	33
Entorno aislado de correo electrónico	34
Configuración	35
Monitoreo	46
Administración	48
Envío de emails	59
Uso de direcciones IP dedicadas	60
Panel de capacidad de entrega	71
Prácticas recomendadas	93
Resolución de problemas	100
SMS	102
Configuración	103
Administración	106
Rutas de mensajes	107
Recurso alternativo de mensajes	108
Resolución de problemas	109
Voz	111
Configuración	112
Administración	114
Resolución de problemas	115
Mensajes en la aplicación	116
Cómo gestiona Amazon Pinpoint los mensajes en la aplicación	116
Canales personalizados	117
Configuración y administración de canales personalizados	118
Segmentos	119
Creación de segmentos	119
Grupos de segmentos	120
Creación de un segmento dinámico	120
Administración de los segmentos	129
Importación de segmentos	130
Consideraciones sobre segmentos importados	131
Archivos de segmento	131
Importación de un segmento	134
Atributos admitidos	138

Exportación de segmentos	143
Resolución de problemas	145
Se ha producido un error en la importación de segmentos	145
Fusión de varios segmentos de importación	146
Se ha producido un error en la exportación de segmentos	146
Recuento de puntos finales para un segmento dinámico	146
BadRequestException: Se ha superado el número máximo de puntos finales por usuario: 15	146
BadRequestException al llamar a la UpdateEndpoints operación UpdateEndpointsBatch o: demasiados atributos personalizados	147
Campañas	148
Paso 1: Crear una campaña	149
Paso 2: Especificar el segmento	150
Paso 3: Configurar el mensaje	151
Configurar la campaña	151
Usar variables de mensaje	165
Probar el mensaje	166
Paso 4: Programar la campaña	169
Programar una campaña de correo electrónicoSMS, mensaje de voz, push o personalizada	170
Programación de una campaña integrada en la aplicación	174
Paso 5: Lanzar la campaña	177
Administración de campañas	178
Resolución de problemas	179
La campaña no procesó ni segmentó correctamente algunos puntos de destino	179
Limitación de mensajes	180
Zona horaria del destinatario	180
Tiempo de procesamiento	180
Entrega, renderizado o fallo permanente	181
Recorridos	182
Introducción a los recorridos	182
Terminología de los recorridos	183
Partes de la interfaz del recorrido	184
Crear un recorrido	187
(Opcional) Configuración de los ajustes del horario de recorrido	193
Configurar la actividad de ingreso en el recorrido	195

Agregar participantes cuando realicen una actividad	195
Agregar participantes de un segmento	199
Agregar actividades al recorrido	203
Configuración de actividades de recorrido	204
Revisar y probar un recorrido	235
Revisión de un recorrido	235
Prueba de un recorrido	236
Publicar un recorrido	238
Pausar, reanudar o detener un recorrido	239
Pausar un recorrido	239
Reanudar un recorrido	240
Detención de un recorrido	240
Ver métricas de recorrido	241
Métricas de ejecución de nivel de recorrido	241
Métricas de ejecución en el nivel de actividad	245
Métricas de interacción en el nivel de recorrido	247
Métricas de interacción en el nivel de actividad	248
Consejos y prácticas recomendadas	257
Ámbito y configuración	258
Segmentos	262
Actividades	263
Mensajes de correo electrónico	264
Revisión y pruebas	266
Análisis	266
Administración del ciclo de vida	267
Resolución de problemas	269
Los viajes basados en eventos no se activan cuando se utiliza una solicitud PutEvents	269
Todos los participantes en el viaje pasan por la opción «No» durante la actividad dividida «Sí» y «No»	270
Mensajes de prueba	271
Envío de un mensaje de correo electrónico	271
Envío de una notificación de inserción	274
¿Enviar un SMS mensaje	276
Análisis	279
Referencia de los gráficos	280
Puntos de conexión y usuarios en análisis de Amazon Pinpoint	280

Exportación de paneles	281
Gráficos de información general	281
Gráficos de uso	286
Gráficos de ingresos	291
Gráficos de eventos	295
Gráficos de datos demográficos	297
Gráficos de las campañas	298
Gráficos de mensajes de transacciones	307
Creación de gráficos de embudo	316
Habilitación de embudos	318
Creación de embudos	318
Transmisión en streaming de datos de eventos	318
Acerca de Amazon Kinesis	319
Transmisión a Kinesis	320
Configuración de análisis de aplicaciones web y móviles	322
Plantillas de mensaje	323
Creación de plantillas de correo electrónico	324
Incluir enlaces para cancelar la suscripción en las plantillas de mensajes	327
Creación de plantillas integradas en la aplicación	328
Creación de plantillas de inserción	332
Creación de una plantilla de notificaciones de inserción estándar	332
Creación de una plantilla de notificación de inserción con datos de mensajes sin procesar .	336
Creación de plantillas de SMS	337
Creación de plantillas de voz	338
Adición de contenido personalizado	340
Adición de variables de mensaje	342
Atributos admitidos	345
Uso de ayudantes de plantillas de mensajes	351
Uso de variables con ayudantes de plantillas de mensajes	379
Uso de ayudantes anidados	380
Administración de plantillas	380
Visualización de su colección de plantillas de mensaje	381
Abrir una plantilla de mensaje	382
Editar una plantilla de mensaje	382
Copiar una plantilla de mensaje	383
Eliminar una plantilla de mensaje	384

Agregar una etiqueta a una plantilla	384
Eliminación de una etiqueta de una plantilla	385
Administración de versiones de plantillas	386
Cómo funciona el control de versiones	387
Visualización de versiones de plantillas	389
Visualización de la versión activa de una plantilla	390
Designación de la versión activa de una plantilla	390
Edición de la versión activa de una plantilla	392
Modelos de aprendizaje automático	394
Cómo funcionan las recomendaciones	395
Preparación para el uso de recomendaciones	397
Campañas de Amazon Personalize	397
Roles y políticas de AWS Identity and Access Management	400
Funciones de AWS Lambda	401
Configuración de recomendaciones	402
Antes de empezar	402
Paso 1: Configurar el modelo	402
Paso 2: Agregar atributos al modelo	404
Paso 3: Revisar y publicar el modelo	406
Uso de recomendaciones en mensajes	406
Agregar recomendaciones a mensajes	408
Eliminación de recomendaciones de mensajes	410
Administración de modelos de aprendizaje automático	411
Visualización de su colección de modelos	412
Visualización de la configuración de un modelo	412
Cambio de la configuración de un modelo	413
Copia de un modelo	414
Eliminación de un modelo	415
Configuración	416
Monitoreo	418
Métricas exportadas	418
Métricas relacionados con la entrega de mensajes	419
Métricas relacionados con los puntos de enlace	421
Métricas relacionadas con los trabajos de importación	421
Métricas relacionadas con las contraseñas de un solo uso	422
Métricas relacionadas con eventos	423

Consultar métricas de Amazon Pinpoint	424
Creación de alarmas de CloudWatch	424
Resolución de problemas	427
Ejemplos de tareas comunes	428
Historial de documentos	432
Actualizaciones anteriores	447
.....	cdlvi

¿Qué es Amazon Pinpoint?

Amazon Pinpoint es un AWS servicio que puede utilizar para interactuar con sus clientes a través de varios canales de mensajería. Puede usar Amazon Pinpoint para enviar notificaciones de inserción, notificaciones integradas en la aplicación, correos electrónicos, mensajes de texto, mensajes de voz y mensajes a través de canales personalizados. Incluye características de segmentación, campaña y recorrido que le ayudan a enviar el mensaje correcto al cliente adecuado en el momento oportuno y por el canal correcto.

La información de esta guía del usuario está dirigida a todos los usuarios de Amazon Pinpoint, incluidos los agentes de comercialización, usuarios empresariales y desarrolladores. Esta guía contiene información que es especialmente útil para los usuarios que interactúan principalmente con Amazon Pinpoint mediante la AWS Management Console. Si es la primera vez que utiliza Amazon Pinpoint, comience leyendo [Introducción](#).

Si es desarrollador de aplicaciones, consulte también la [Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint](#) y la [referencia de la API de Amazon Pinpoint](#). Estos documentos proporcionan información sobre el uso de las características de Amazon Pinpoint mediante programación. También contienen información sobre la integración de las características de Amazon Pinpoint en las aplicaciones.

Si solo necesitas SMS y mensajes de voz application-to-person (A2P), consulta la Guía del usuario de [Amazon Pinpoint SMS](#).

Temas

- [Características de Amazon Pinpoint](#)
- [Disponibilidad regional](#)
- [Introducción](#)

Características de Amazon Pinpoint

En esta sección se describen las principales características de Amazon Pinpoint y las tareas que puede realizar con ellas.

Definición de los segmentos de público

Diríjase al público adecuado para sus mensajes [definiendo segmentos de público](#). Un segmento designa qué usuarios reciben los mensajes que se envían desde una campaña o recorrido. Puede

definir segmentos dinámicos en función de los datos notificados por la aplicación, como, por ejemplo, el sistema operativo o el tipo de dispositivo móvil. También puede importar segmentos estáticos que defina fuera de Amazon Pinpoint.

Conexión con el público mediante campañas de mensajería

Conecte con su segmento de público [creando una campaña de mensajería](#). Una campaña envía mensajes personalizados según la programación que defina. Puede crear campañas que envíen notificaciones push, correo electrónico, mensajes de texto SMS y mensajes de voz.

Para experimentar con estrategias de campaña alternativas, configure la campaña como una prueba A/B y analice el resultado con los análisis de Amazon Pinpoint.

Creación de recorridos de usuario

Cree experiencias personalizadas de varios pasos para sus clientes [diseñando y creando recorridos](#). Con los recorridos, puede enviar mensajes a sus clientes en función de sus atributos, comportamientos y actividades. Cuando cree un recorrido, diseñe un flujo de trabajo automatizado de actividades que realizan diversas acciones diferentes, por ejemplo, enviar un mensaje de correo electrónico a los participantes, esperar un periodo de tiempo determinado o dividir a los participantes en función de las acciones que realicen, como hacer clic en un enlace de un mensaje.

Creación de mensajes coherentes con plantillas

Diseñar mensajes coherentes y reutilizar el contenido de forma más eficaz mediante la [creación y el uso de plantillas de mensaje](#). Una plantilla de mensaje incluye contenido y los ajustes que desea volver a utilizar en los mensajes que envíe para cualquiera de los proyectos de Amazon Pinpoint. Puede crear plantillas para correo electrónico, notificaciones de inserción, mensajes en la aplicación, mensajes SMS y mensajes de voz.

Entrega de contenido personalizado

Enviar contenido que se ha personalizado para cada destinatario de un mensaje. Mediante el uso de variables y atributos de mensaje, puede entregar contenido dinámico y personalizado en los mensajes que envíe desde campañas y recorridos.

Para optimizar el desarrollo, también puede usar variables y atributos de mensaje para [agregar contenido personalizado a las plantillas de mensajes](#). Con las plantillas de mensajes, este contenido puede provenir de atributos que cree directamente en Amazon Pinpoint o de un modelo de machine

learning que cree en Amazon Personalize. Al conectar plantillas de mensajes a modelos en Amazon Personalize, puede [utilizar machine learning](#) para enviar promociones o recomendaciones pertinentes a cada destinatario de un mensaje.

Análisis del comportamiento de los usuarios

Obtenga información acerca del público y la eficacia de las campañas y actividades de mensajería [mediante el análisis](#) que proporciona Amazon Pinpoint. Puede ver las tendencias del nivel de interacción, la actividad de compra y la demografía de sus usuarios. También puede monitorizar el tráfico visualizando métricas como el número total de mensajes que ha enviado para una campaña o proyecto. Mediante la API de Amazon Pinpoint, la aplicación puede registrar también datos personalizados que Amazon Pinpoint pone a su disposición para su análisis.

Para analizar o almacenar datos de análisis fuera de Amazon Pinpoint, puede configurar Amazon Pinpoint para [transmitir los datos](#) a Amazon Kinesis.

Disponibilidad regional

Amazon Pinpoint está disponible en varias AWS regiones de Norteamérica, Europa, Asia y Oceanía. En cada región, AWS mantiene varias zonas de disponibilidad. Estas zonas de disponibilidad están físicamente aisladas entre sí, pero están unidas mediante conexiones de red privadas con un alto nivel de rendimiento y redundancia y con baja latencia. Estas zonas de disponibilidad nos permiten ofrecer unos niveles muy altos de disponibilidad y redundancia y minimizar la latencia.

Para obtener más información sobre AWS las regiones, consulte [Administrar Regiones de AWS](#) en Referencia general de Amazon Web Services. Para obtener una lista de todas las regiones en las que Amazon Pinpoint está disponible actualmente y el punto de conexión de cada región, consulte [Puntos de conexión y cuotas de Amazon Pinpoint](#) y [Puntos de conexión de servicio de AWS](#) en Referencia general de Amazon Web Services. Para obtener más información sobre la cantidad de zonas de disponibilidad de cada región, consulte [Infraestructura global de AWS](#).

Introducción

Introducción a Amazon Pinpoint mediante la [creación de un nuevo proyecto](#).

Introducción a Amazon Pinpoint

Para comenzar a enviar mensajes dirigidos en Amazon Pinpoint, tiene que completar algunos pasos. Por ejemplo, debe agregar información de contacto del cliente en Amazon Pinpoint y, a continuación, crear segmentos dirigidos a determinados clientes. A continuación, tendrá que crear sus mensajes y programar sus campañas. Por último, después de enviar las campañas, puede utilizar los paneles de análisis integrados en Amazon Pinpoint para ver el rendimiento de las campañas.

Este tutorial incluye procedimientos para todos los pasos relativos al envío de una campaña de correo electrónico a un segmento de clientes con la consola de Amazon Pinpoint.

Note

En cuanto configura una nueva cuenta de Amazon Pinpoint, se coloca en un entorno limitado para los canales de correo electrónico y mensajes de voz hasta que solicite acceso a la producción. SMS En el entorno limitado, puede acceder a todas las funciones de Amazon Pinpoint, con las siguientes restricciones en el correo electrónico y los mensajes SMS de voz:

- Para conocer las restricciones del entorno aislado de correo electrónico, consulte [Entorno aislado de correo electrónico de Amazon Pinpoint](#).
- Para conocer las restricciones SMS de sandbox, consulte [SMSSandbox](#) en la Guía del usuario de Amazon SMS Pinpoint.
- Para conocer las restricciones del entorno limitado de voz, consulte el entorno limitado de [voz en](#) la Guía del usuario de Amazon SMS Pinpoint.
- No hay restricciones del entorno aislado de Amazon Pinpoint para las notificaciones de inserción.

Para pasar al acceso de producción desde un entorno limitado, cree un AWS Support caso para solicitar un aumento del límite de servicio para cada canal que desee trasladar.

Acerca de este tutorial

Esta sección contiene información general sobre este tutorial.

Destinatarios previstos

Este tutorial se ha diseñado para los usuarios empresariales y de marketing.

Si es un desarrollador de software o un administrador del sistema, es posible que también le resulten útiles los [tutoriales](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Características utilizadas

En este tutorial se muestra cómo completar todos los pasos que se describen a continuación mediante la consola de Amazon Pinpoint:

- Importación de los datos del cliente desde un archivo.
- Creación de un segmento que se dirige a usuarios específicos en función de sus atributos.
- Creación de una campaña de correo electrónico y programación de la campaña para el envío en un momento determinado.
- Visualización de datos de entrega y respuesta de correo electrónico mediante paneles de análisis integrados en Amazon Pinpoint.

Tiempo necesario

Debe tardar entre 30 y 45 minutos en completar este tutorial.

Restricciones regionales

No hay restricciones regionales asociadas al uso de esta solución.

Costos de uso de recursos

La creación de una AWS cuenta no conlleva ningún cargo. Sin embargo, mediante la implementación de esta solución, es posible que incurra en algunos o todos los costos que se enumeran en la siguiente tabla.

Descripción	Costo (dólares estadounidenses)
Costos de envío de mensajes	Pagará 0,0001 USD por cada correo electrónico que envíe a través de Amazon Pinpoint.
Costos de público objetivo mensual	Pagará 0 USD para los primeros 5000 puntos de conexión objetivo en Amazon Pinpoint al mes. (Un punto de enlace es un destino al

Descripción	Costo (dólares estadounidenses)
	que puede enviar mensajes, como un dispositivo móvil de usuario, una dirección de correo electrónico o un número de teléfono móvil). Después de eso, pagará 0,0012 USD por punto de enlace objetivo.

Si utiliza este tutorial para enviar 5 mensajes a 5 puntos de enlace distintos en un mes, se le cobrará un gasto de 0,0005 €.

Para obtener información detallada acerca de los costos en los que pueda incurrir mediante el uso de Amazon Pinpoint, consulte [Precios de Amazon Pinpoint](#).

Siguiente: [Crear y configurar un proyecto](#)

Paso 1: Crear y configurar un proyecto

En Amazon Pinpoint, un proyecto es una colección de valores de configuración, información de los clientes, segmentos y campañas. Si es la primera vez que utiliza Amazon Pinpoint, el primer paso que debe llevar a cabo es crear un proyecto.

Note

Si ha utilizado Amazon PinpointAPI, es posible que haya visto referencias a «aplicaciones». En Amazon Pinpoint, un proyecto es lo mismo que una aplicación.

En esta sección se muestra cómo crear un proyecto. Como parte de este procedimiento, debe verificar una dirección de correo electrónico y conceder acceso a Amazon Pinpoint para usar sus SES recursos de Amazon para enviar correos electrónicos desde una campaña. La dirección de correo electrónico verificada se utiliza como dirección de correo electrónico del remitente al crear la campaña de correo electrónico más adelante en este tutorial.

Crear y configurar un proyecto

Los procedimientos de esta sección le muestran cómo crear un proyecto y verificar una dirección de correo electrónico.

Para crear un proyecto y verificar una dirección de correo electrónico, realice el siguiente procedimiento:

1. Inicie sesión en la consola de Amazon Pinpoint AWS Management Console y ábrala en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. Si es la primera vez que utiliza Amazon Pinpoint, verá una página en la que aparecen las características del servicio.

En la sección de introducción, escriba un nombre para el proyecto y, a continuación, seleccione Create a project (Crear un proyecto).

 Note

El nombre del proyecto puede contener un máximo de 64 caracteres.

3. En la página Configure features (Configurar características), junto a Email (Correo electrónico), elija Configure (Configurar).
4. En Email address (Dirección de correo electrónico), escriba la dirección de correo electrónico que desee utilizar para enviar correo electrónico. Por ejemplo, puede utilizar la dirección de correo electrónico personal o del trabajo. Seleccione Verificar.
5. Espere de 1 a 2 minutos y, a continuación, busque en la bandeja de entrada la dirección de correo electrónico que especificó en el paso 4. Deberías ver un correo electrónico de Amazon Web Services (no-reply-aws@amazon.com) con el asunto «Amazon Web Services: solicitud de verificación de direcciones de correo electrónico en la región» *RegionName*«, ¿dónde *RegionName* es el nombre de la AWS región en la que está configurando Amazon Pinpoint.
6. Abra el correo electrónico y, a continuación, haga clic en el enlace del cuerpo del correo electrónico.
7. Vuelva a la consola de Amazon Pinpoint del navegador. En la página Set up email (Configurar correo electrónico), elija Save (Guardar).

Cree un rol de envío de orquestación (arn)

Debe crear una función de envío de Orchestration (arn) para conceder acceso a Amazon Pinpoint y utilizar sus recursos de SES Amazon para poder enviar correos electrónicos desde una campaña o un viaje. Si ya tienes un rol de envío de Orchestration (arn), puedes elegir usar ese rol en el paso 6.

Crea una función de envío de orquestación (arn)

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto cuya configuración de correo electrónico desea actualizar.
3. En el panel de navegación, en Settings (Configuración), seleccione Email (Correo electrónico).
4. En la pestaña Identities (Identidades), seleccione Edit (Editar).
5. Seleccione Habilitar campañas y recorridos para este canal de correo electrónico.
6. Para el IAMrol, elige una de las siguientes opciones:
 - Crear un rol nuevo (recomendado): hacer que Amazon Pinpoint cree el IAM rol y configure los permisos del IAM rol. Introduzca un nombre para el IAM rol en el nombre del IAM rol.
 - Use un rol existente: si tiene un IAM rol existente que ya contiene permisos para permitir el acceso de Amazon Pinpoint `ses:SendEmail` y, a `ses:SendRawEmail` continuación, elija ese IAM rol de la lista desplegable. Si necesita crear el IAM rol, consulte el [IAMrol para enviar correos electrónicos a través de Amazon SES](#) en la Guía para [desarrolladores de Amazon Pinpoint](#).
7. Seleccione Reconozco que el IAM rol que he seleccionado tiene los permisos necesarios.
8. Seleccione Guardar.

Siguiente: [Importar datos del cliente y crear un segmento](#)

Paso 2: Importar datos del cliente y crear un segmento

Un segmento es un grupo de clientes que comparte determinados atributos. Por ejemplo, un segmento puede contener todos los clientes que utilizan la versión 2.0 de la aplicación en un dispositivo Android, o todos los clientes que viven en la ciudad de Los Ángeles.

Al crear una campaña, es preciso elegir un segmento al que enviar la campaña. Puede enviar varias campañas a un único segmento, así como enviar una sola campaña a varios segmentos.

Hay dos tipos de segmentos que puede crear en Amazon Pinpoint:

- Segmentos dinámicos: basados en los atributos que defina. Los segmentos dinámicos pueden cambiar con el tiempo. Por ejemplo, si agrega nuevos puntos de conexión a Amazon Pinpoint o si modifica o elimina los existentes, el número de puntos de conexión de dicho segmento puede

umentar o disminuir. Para obtener más información sobre segmentos dinámicos, consulte [Creación de segmentos](#).

- **Segmentos importados:** se crean segmentos fuera de Amazon Pinpoint y se guardan en formato JSON o CSV. Los segmentos importados son estáticos, es decir, nunca cambian. Cuando crea un nuevo segmento, puede utilizar un segmento importado como base y, a continuación, ajustarlo añadiendo filtros. Para obtener más información sobre la importación de segmentos, consulte [Importación de segmentos](#).

En este tutorial, cree un segmento importado mediante la carga de un archivo desde el equipo. A continuación, cree un segmento dinámico basado en el segmento importado.

Paso 2.1: Descargar y modificar el archivo de ejemplo

En esta sección, descargue un archivo que contenga los datos de clientes ficticios. También debe modificar los datos para que incluyan su propia información de contacto. Utilice estos datos para crear un segmento más adelante en este tutorial.

1. En un navegador web, descargue el archivo de ejemplo de https://raw.githubusercontent.com/awsdocs/amazon-pinpoint-user-guide/main/examples/Pinpoint_Sample_Import.csv. Guarde el archivo en su computadora.

Tip

Puede guardar rápidamente este archivo en su equipo haciendo clic con el botón derecho en el enlace y eligiendo después Save Link As (Guardar enlace como). Algunos navegadores pueden descargar el archivo con el nombre de la extensión del archivo txt. Antes de descargar y guardar el archivo, asegúrese de cambiar la extensión a csv.

2. Abra el archivo en una aplicación de hoja de cálculo. En la última fila del archivo, reemplace los elementos entre paréntesis angulares (<...>) con su propia información de contacto.

En la columna Address, ingrese la misma dirección de correo electrónico que verificó en el [paso 1](#). El mensaje que envíe en esta campaña se enviará a esa dirección.

3. Cuando termine, guarde el archivo.

Note

Si utilizó una aplicación de hoja de cálculo para modificar el archivo, asegúrese de que guarda el archivo modificado en formato de valores separados por comas (.csv). Amazon Pinpoint no puede importar formatos de archivo propietarios, como .xlsx.

Paso 2.2: Importar el archivo de datos del cliente de ejemplo

Ahora que dispone de un archivo que contiene datos del cliente, puede importarlo en Amazon Pinpoint. Para importar datos del cliente, tiene que crear un nuevo segmento.

Para crear un segmento importado, realice el siguiente procedimiento:

1. En la consola de Amazon Pinpoint, en el panel de navegación, elija Segmentos.
2. Seleccione **Create a segment (Crear segmento)**.
3. En la página **Create a segment (Crear un segmento)**, seleccione **Import a segment (Importar un segmento)**.
4. En la sección **Specifications (Especificaciones)**, en **Import method (Importar método)**, elija **Upload files from your computer (Cargar archivos desde su equipo)**.
5. Seleccione **Choose files (Elegir archivos)**. Desplácese hasta el archivo `Pinpoint_Sample_Import.csv` que ha descargado y modificado en la sección anterior.
6. Seleccione **Create segment (Crear segmento)**. Amazon Pinpoint copia el archivo del equipo y crea un segmento. Espere aproximadamente 1 minuto mientras se completa la importación.

Paso 2.3: Crear un segmento dirigido

El proyecto de Amazon Pinpoint contiene ahora algunos datos del cliente, así como un segmento que contiene la lista de clientes completa. También contiene la información de contacto.

En esta sección, cree un documento dirigido. Añada criterios de segmento que filtren el segmento de manera que sea el único miembro del segmento.

Para crear el segmento, realice el siguiente procedimiento:

1. En la página **Segments (Segmentos)**, elija **Create a segment (Crear un segmento)**.

2. En la página **Create a segment** (Crear un segmento), seleccione **Build a segment** (Generar un segmento).
3. En **Name** (Nombre), escriba un nombre para el segmento.
4. En **Segment group 1** (Grupo de segmentos 1), realice el siguiente procedimiento:
 - a. Junto a **Include endpoints that are in any of the following segments** (Incluir puntos de enlace que están en cualquiera de los siguientes segmentos), elija el segmento **Pinpoint_Sample_Import** que creó en el paso anterior.
 - b. Elija **Agregar criterios**.
 - c. En el menú en **Atributo**, elija **Tipos de canal > Correo electrónico**.
 - d. Elija **Add filter**.
 - e. En el nuevo menú que aparece en la columna **Atributo**, elija **Atributos de usuario personalizados > Empresa**. A continuación, en la columna **Operador**, elija **Es**. Por último, en la columna **Valores**, ingrese el nombre exclusivo de la empresa que especificó para el registro de contactos propio en el [paso 2.1](#).
 - f. Seleccione **Create segment** (Crear segmento).

Siguiente: [Crear y programar una campaña](#)

Paso 3: Crear y programar una campaña

Una campaña es una iniciativa de mensajería que crea una conexión con un segmento de público específico. Una campaña envía mensajes personalizados en los días y las horas que especifique. Puede utilizar la consola para crear una campaña que envíe mensajes mediante canales de SMS, notificación de inserción y correo electrónico.

En esta sección, cree una campaña de correo electrónico. Cree una campaña nueva, elija el segmento de destino y escriba un mensaje de correo electrónico con capacidad de respuesta para la campaña. Cuando termine de configurar el mensaje, elija la hora y el día en los que desee que se envíe el mensaje.

Paso 3.1: Crear la campaña y elegir un segmento

Cuando cree un segmento, asígnele primero un nombre. A continuación, elija el segmento que se aplica a la campaña. En este tutorial, seleccione el segmento que ha creado en el [paso 2.3](#).

Para crear la campaña y elegir el segmento, realice el siguiente procedimiento:

1. En la consola de Amazon Pinpoint, en el panel de navegación elija Campañas.
2. Seleccione Create a campaign (Crear una campaña).
3. Especifique un nombre para la campaña en Campaign name (Nombre de la campaña) bajo Campaign details (Detalles de la campaña).
4. Para Campaign type (Tipo de campaña), elija Standard campaign (Campaña estándar).
5. En Choose a channel for this campaign (Elegir canal para esta campaña), elija Email (Correo electrónico).
6. Elija Siguiente.
7. En la página Choose a segment (Elegir segmento), elija Use an existing segment (Usar segmento existente). A continuación, en Segment (Segmento), elija el segmento dirigido que creó en el [paso 2.3](#). Elija Siguiente.

Paso 3.2: Crear el mensaje de campaña

Después de especificar un nombre de campaña y elegir un segmento, cree el mensaje. Este tutorial incluye un enlace a un archivo HTML que puede utilizar para crear su mensaje.

Este archivo de ejemplo utiliza HTML con capacidad de respuesta para crear un mensaje que se muestra correctamente en dispositivos móviles y equipos. Utiliza CSS en línea para proporcionar la compatibilidad con una amplia variedad de clientes de correo electrónico. También incluye etiquetas que se utilizan para personalizar el mensaje con el nombre del destinatario y otros datos personales.

Para crear el mensaje, realice el siguiente procedimiento:

1. En la página Create your message (Crear mensaje), en Message content (Contenido del mensaje), elija Create a new message (Crear un mensaje nuevo).
2. En Subject (Asunto), escriba el asunto del correo electrónico.
3. En un navegador web, descargue el archivo de ejemplo de https://raw.githubusercontent.com/awsdocs/amazon-pinpoint-user-guide/main/examples/Pinpoint_Sample_Email.html. Guarde el archivo en su computadora.

Tip

Puede guardar rápidamente este archivo en el equipo haciendo clic con el botón derecho en el enlace y eligiendo Guardar enlace como; de lo contrario, puede hacer clic

en el enlace para abrir el texto HTML en una pestaña del navegador. Deje la pestaña abierta hasta que haya completado el paso 4.

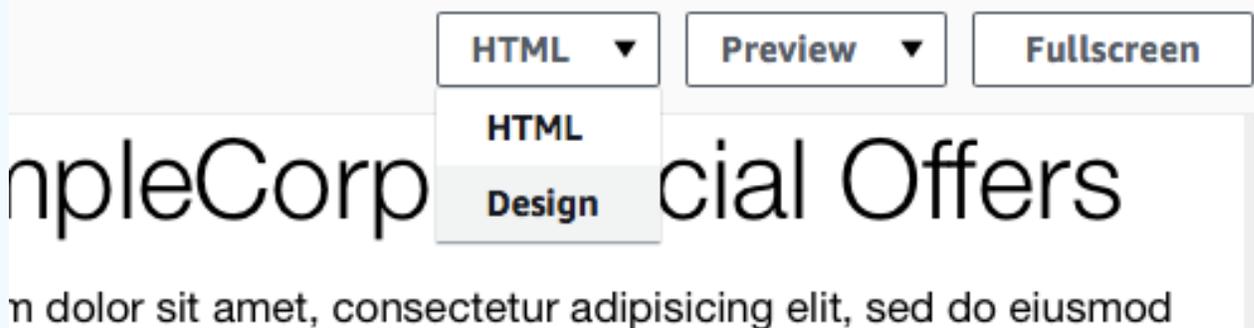
4. Abre el archivo que acabas de descargar en un editor de texto, como el Bloc de notas (Windows) o TextEdit (macOS). Si abrió el archivo en una pestaña del navegador, seleccione esa pestaña. Pulse Ctrl+A (Windows) o Cmd+A (macOS) para seleccionar todo el texto. A continuación, pulse Ctrl+C (Windows) o Cmd+C (macOS) para copiarlo.
5. En Message (Mensaje), borre el código HTML de ejemplo que se muestra en el editor. Pegar el código HTML que ha copiado en el último paso
6. (Opcional) Modifique el contenido del mensaje para incluir un mensaje que desee enviar.

Puede personalizar el mensaje para cada destinatario incluyendo el nombre de un atributo dentro de dos conjuntos de llaves. Por ejemplo, el mensaje de ejemplo incluye el siguiente texto: `{{User.UserAttributes.FirstName}}`. Este código representa al usuario. `UserAttributes.FirstName` atributo, que contiene el nombre del destinatario. Cuando envía la campaña, Amazon Pinpoint quita este nombre de atributo y lo sustituye por el valor apropiado de cada destinatario.

Puede probar con otros nombres de atributos. Consulte los encabezados de columna en la hoja de cálculo que importó en el [paso 2.2](#) para obtener una lista completa de nombres de atributos que puede especificar en su mensaje.

Tip

Puede utilizar la vista de diseño para editar el contenido del mensaje sin tener que editar el código HTML. Para utilizar esta vista, elija Design (Diseño) en el selector de vista situado encima del editor de mensajes, tal como se muestra en la siguiente imagen.



7. En la configuración de correo electrónico de la dirección de correo del remitente, elija la dirección de correo electrónico verificada que creó al crear el proyecto.

8. En Enviar un correo electrónico de prueba, selecciona Un segmento y, a continuación, elige el segmento que creaste en la lista desplegable.
9. Elija Siguiente.

Paso 3.3: Programar la campaña

El último paso de la creación de la campaña consiste en elegir cuándo enviarla. En Amazon Pinpoint, puede configurar las campañas de manera que se envíen de inmediato después de lanzarlas. También puede programarlos para que se envíen en el futuro, desde 15 minutos a partir de la hora actual hasta dentro de seis meses. Por último, puede programar sus mensajes para que se envíen cada cierto tiempo (cada hora, día, semana o mes). Las campañas recurrentes son una forma fantástica de enviar actualizaciones de cuenta o estado en las que el aspecto del mensaje de campaña permanece igual con el paso del tiempo, pero se completa con información que cambia de manera dinámica.

En esta sección, programe la campaña para que se envíe de forma inmediata después de su lanzamiento.

Para programar la campaña, realice el siguiente procedimiento:

1. En la página Choose when to send the campaign (Elegir cuándo enviar la campaña), elija At a specific time (En la hora específica). A continuación, en Choose when the campaign should be sent (Elegir cuándo se debe enviar la campaña), elija Immediately (Inmediatamente). Por último, elija Next (Siguiente).
2. En la página Review and launch (Revisar y lanzar), revise todos los detalles de la campaña. Cuando esté lista para enviarla, elija Launch campaign (Lanzar campaña).

Enhorabuena, ha creado su primera campaña con Amazon Pinpoint. Puesto que es el único miembro del segmento que creó en el [paso 2.3](#), debe recibir el mensaje en su bandeja de entrada en unos segundos.

Siguiente: [Ver análisis de campañas](#)

Paso 4: Ver análisis de campañas

En este momento, ha creado un segmento del que es miembro. También ha creado una campaña de correo electrónico y se la ha enviado a usted mismo. En esta sección, observe las métricas de entrega y respuesta para la campaña.

Paso 4.1: Interactuar con la campaña

Para ver las métricas de entrega y respuesta para su campaña, tiene que interactuar con el mensaje que ha enviado usted mismo en el [paso 3](#).

Para interactuar con el correo electrónico, realice el siguiente procedimiento:

1. En su cliente de correo electrónico, abra el mensaje que ha enviado usted mismo en el [paso 3](#).
2. Si su cliente de correo electrónico oculta automáticamente las imágenes de forma predeterminada, haga clic en el botón Download pictures (Descargar imágenes) (o equivalente) para cargar las imágenes en el mensaje.
3. Haga clic en uno o más de los enlaces que se encuentran en el mensaje.
4. Espere unos minutos y, a continuación, pase a la siguiente sección.

Paso 4.2: Ver métricas para la campaña

Después de interactuar con el correo electrónico que ha enviado desde la campaña, podrá ver las métricas de la campaña.

Para ver las métricas de campaña, realice el siguiente procedimiento:

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto al que suele enviar la campaña.
3. En el panel de navegación, en Analytics (Análisis), elija Campaigns (Campañas).
4. En la sección Campaigns (Campañas), elija la campaña que creó en el [paso 3](#).
5. (Opcional) Utilice el control de fecha para elegir un intervalo de fechas para los informes en esta página.

En la página de métricas de la campaña verá la siguiente información:

- **Métricas del recuento de entregas:** en esta sección se proporciona información sobre la entrega de los mensajes que se enviaron desde la campaña. Contiene la información siguiente:
 - **Mensajes enviados:** el número de mensajes que se enviaron.
 - **Mensajes entregados:** el número de mensajes que se entregaron a los destinatarios.
 - **Enlaces en los que se ha hecho clic:** el número de veces que los destinatarios hicieron clic en los enlaces del mensaje. Si un único destinatario hace clic en un enlace más de una vez, cada clic se representa en esta sección.
 - **Entregas de puntos de conexión:** el número medio de puntos de conexión a los que se ha enviado la campaña para cada día en el intervalo de fechas seleccionado. El gráfico muestra el número de puntos de enlace a los que se entregaron mensajes en la campaña durante cada día del intervalo de fechas seleccionado.
- **Métricas de las tasas de entrega:** en esta sección se muestran las tasas generales de entrega y respuesta de los mensajes que se enviaron desde la campaña. Contiene la información siguiente:
 - **Tasa de entrega:** el porcentaje de mensajes que se entregaron a los destinatarios respecto al número total de puntos de conexión que ha indicado en el segmento al que envió la campaña.
 - **Tasa de apertura del correo electrónico:** el porcentaje de mensajes abiertos por los destinatarios respecto al número total de mensajes que se entregaron.
 - **Tasa de devoluciones:** el porcentaje de mensajes que no se entregaron a los destinatarios porque se rechazaron. Este valor incluye solo las devoluciones permanentes, es decir, los mensajes que se rechazaron debido a un problema permanente. Por ejemplo, los rebotes permanentes pueden producirse cuando la dirección de correo electrónico del destinatario no existe, o cuando el destinatario rechaza de forma permanente el correo electrónico desde su dominio.
- **Ejecuciones de la campaña:** en esta sección se muestra información específica de cada momento en que se publicó la campaña. Puesto que puede utilizar Amazon Pinpoint para crear campañas recurrentes, esta sección puede mostrar información de varias ejecuciones de campaña. Sin embargo, si ha completado los procedimientos de este tutorial, esta sección solo contiene información de una única ejecución de la campaña, ya que solo la ha ejecutado una vez. Esta sección contiene las siguientes métricas, además de las métricas que se definen en las secciones anteriores:

- Puntos de conexión de destino: el número de puntos de conexión a los que se indicó el segmento asociado a la campaña en curso. Este número incluye los puntos de enlace que forman parte del segmento, pero que no recibieron el mensaje.
- Total de correos electrónicos abiertos: el número total de veces que se abrieron los mensajes enviados durante la campaña en curso. Por ejemplo, si un destinatario ha abierto dos veces el mensaje, se contabilizan las dos veces que se abrió.

Siguiente: [Pasos siguientes](#)

Siguientes pasos

Esperamos que utilice este tutorial como punto de partida a medida que descubre las capacidades adicionales de Amazon Pinpoint. Por ejemplo:

- Puede mejorar la entrega de sus campañas de correo electrónico asegurándose de que sus campañas están en consonancia con las prácticas recomendadas del sector. Para obtener más información, consulte [Prácticas recomendadas](#).
- Puede verificar un dominio completo, lo que le permitirá enviar un correo electrónico desde cualquier dirección en ese dominio. Para obtener más información sobre la verificación de dominios, consulte [Verificación de un dominio](#).
- Puede obtener direcciones IP dedicadas para el envío de su correo electrónico. Las direcciones IP dedicadas son una buena opción para enviar correo electrónico en determinados casos de uso. Para obtener más información, consulte [Uso de direcciones IP dedicadas con Amazon Pinpoint](#).
- Puede habilitar el panel de capacidad de entrega de Amazon Pinpoint. El panel de capacidad de entrega lo ayuda a identificar problemas que podrían afectar la entrega de correos electrónicos. Para obtener más información, consulte [El panel de capacidad de entrega de Amazon Pinpoint](#).
- Puede enviar mensaje a través de otros canales, como SMS o inserción. Para poder utilizar estos canales, tiene que habilitarlos y configurarlos en la página Settings (Configuración). Para obtener más información sobre el uso de la página Settings (Configuración) para habilitar y configurar canales, consulte [Canales de Amazon Pinpoint](#).
- Puede enviar datos sobre las campañas fuera de Amazon Pinpoint. Por ejemplo, puede enviar los datos de entrega y respuesta de las campañas a Amazon S3 para un almacenamiento a largo plazo. También puede enviar datos a Amazon Redshift para realizar análisis personalizados. Para obtener más información sobre el envío de datos fuera de Amazon Pinpoint, consulte [Transmisión de eventos con Amazon Pinpoint](#).

- Puede integrar Amazon Pinpoint con sus aplicaciones o interactuar con Amazon Pinpoint mediante programación mediante un SDK. AWS Para obtener más información, consulte la [Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint](#).

Proyectos de Amazon Pinpoint

En Amazon Pinpoint, un proyecto es una colección de información del destinatario, segmentos, campañas y recorridos. Los nuevos usuarios de Amazon Pinpoint deberían empezar por crear un proyecto. Si ya ha utilizado la API de Amazon Pinpoint, debe haber visto referencias a “aplicaciones”. En Amazon Pinpoint, los proyectos y las aplicaciones son términos intercambiables.

Por lo general, configura las opciones de cada proyecto y esta configuración se aplica de forma predeterminada a todas las campañas y recorridos del proyecto. Si desea adaptar una campaña o recorrido individuales para satisfacer necesidades específicas, puede cambiar determinados ajustes para la campaña o recorrido. Los cambios anulan seguidamente la configuración predeterminada del proyecto y la campaña o recorrido utiliza la configuración personalizada que haya elegido.

Además de la configuración específica de un proyecto, campaña o recorrido individuales, también hay algunas configuraciones en el nivel de cuenta. Esta configuración a nivel de cuenta se aplica a todos los proyectos de su cuenta de Amazon Pinpoint y, en algunos casos, a otros servicios. AWS Esta configuración incluye:

- Acceso de producción y cuotas de envío para canales.
- Credenciales de SMTP y otros ajustes para el envío de correo electrónico mediante la interfaz SMTP de Amazon Pinpoint.
- Números de teléfono dedicados para envío de SMS y mensajes de voz y para recibir mensajes SMS.
- Identidades verificadas para el envío de correo electrónico y mensajes SMS.
- La información de SMS como los códigos cortos, códigos largos, 10DLC, palabras clave e ID de remitentes registrados para enviar mensajes SMS.

Para ver toda la configuración de la cuenta de Amazon Pinpoint, abra un proyecto de Amazon Pinpoint, elija Configuración en el panel de navegación y, a continuación, elija el tipo de configuración que desea ver.

Temas

- [Administración de proyectos de Amazon Pinpoint](#)

Administración de proyectos de Amazon Pinpoint

Puede utilizar la consola de Amazon Pinpoint para crear, consultar, editar y eliminar proyectos. Dentro de un proyecto, también puede [importar puntos de conexión](#), [crear segmentos](#), [crear campañas](#), [crear recorridos](#) y [consultar los datos de análisis](#) de ese proyecto.

En la página Configuración general, especifique cuándo puede Amazon Pinpoint enviar mensajes de las campañas y los recorridos del proyecto actual y cuántos mensajes puede enviar Amazon Pinpoint para dichas campañas y recorridos. Esto incluye opciones de configuración como, por ejemplo, el período de tiempo para enviar mensajes y el número máximo de mensajes a enviar a cada punto de enlace. También puede utilizar la página General settings (Configuración general) para eliminar un proyecto.

Creación de un proyecto

El procedimiento para crear un nuevo proyecto varía en función de si la cuenta ya contiene proyectos en la Región de AWS actual.

Opción 1: Crear y configurar un proyecto (nuevos usuarios de Amazon Pinpoint)

El procedimiento de esta sección muestra cómo crear un nuevo proyecto. Si nunca ha creado un proyecto en Amazon Pinpoint, complete los procedimientos de esta sección.

Si la cuenta de Amazon Pinpoint incluye uno o más proyectos existentes, debe completar los pasos en [Opción 2: Crear y configurar un proyecto \(usuarios de Amazon Pinpoint existentes\)](#), en su lugar.

Para crear un proyecto

1. Inicie sesión en la consola de Amazon Pinpoint AWS Management Console y ábrala en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. Si es la primera vez que utiliza Amazon Pinpoint, verá una página en la que aparecen las características del servicio.

En la sección de introducción, escriba un nombre para el proyecto y, a continuación, seleccione Create a project (Crear un proyecto). El nombre del proyecto que especifique puede contener un máximo de 64 caracteres.

 Note

No se puede cambiar el nombre de un proyecto una vez creado.

3. En la página Configurar características, elija un canal para configurar. Por ejemplo, si planea usar el proyecto para enviar correos electrónicos, elija el botón Configurar en la sección Correo electrónico.

Cuando elige configurar un canal, aparecen las opciones relacionadas con la configuración de ese canal. Por ejemplo, si elige [configurar el canal de correo electrónico](#), verá opciones relacionadas con la verificación de una dirección de correo electrónico. Si lo deseas, verás opciones relacionadas con la configuración del límite de gastos y del tipo de mensaje predeterminado.

 Note

Puede configurar canales adicionales en este proyecto más adelante. No está limitado a solo enviar mensajes a través del canal que configuró durante este proceso.

Opción 2: Crear y configurar un proyecto (usuarios de Amazon Pinpoint existentes)

Los procedimientos de esta sección le muestran cómo crear un proyecto si la cuenta de Amazon Pinpoint ya incluye uno o más proyectos existentes.

Si la cuenta de Amazon Pinpoint no contiene ningún proyecto, debe completar los pasos que figuran en [Opción 1: Crear y configurar un proyecto \(nuevos usuarios de Amazon Pinpoint\)](#) en su lugar.

Para crear un proyecto

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija Create a project (Crear un proyecto).
3. En la ventana Create project (Crear proyecto), en Project name (Nombre del proyecto), escriba un nombre para el proyecto y, a continuación, elija Create (Crear). El nombre del proyecto que especifique puede contener un máximo de 64 caracteres.
4. En la página Configurar características, elija un canal para configurar. Por ejemplo, si planea usar el proyecto para enviar correos electrónicos, elija el botón Configurar en la sección Correo electrónico.

Cuando elige configurar un canal, aparecen las opciones relacionadas con la configuración de ese canal. Por ejemplo, si elige [configurar el canal de correo electrónico](#), verá opciones relacionadas con la verificación de una dirección de correo electrónico. Si decides [configurar el SMS canal](#), verás opciones relacionadas con la configuración del límite de gasto y del tipo de mensaje predeterminado.

Note

Puede configurar canales adicionales en este proyecto más adelante. No está limitado a solo enviar mensajes a través del canal que configuró durante este proceso.

Si prefiere configurar los canales más adelante, elija Omitir este paso.

Edición de la configuración predeterminada de un proyecto

En la página General settings (Configuración general) puede configurar las opciones predeterminadas y las cuotas que desee aplicar a las campañas y a los recorridos de un proyecto. Cuando cambie esta configuración, Amazon Pinpoint la aplicará automáticamente a las nuevas campañas y recorridos que cree para el proyecto. La configuración no se aplica a las campañas ni a los recorridos creadas anteriormente. También puede configurar estos mismos ajustes para campañas y recorridos individuales. Si crea la configuración de una campaña o recorrido individual, dicha configuración anula la configuración que elija en la página Configuración general .

Para configurar los ajustes predeterminados de un proyecto

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto para el que desea cambiar la configuración predeterminada.
3. En el panel de navegación, en Settings (Configuración), seleccione General settings (Configuración general).
4. Elija Editar.
5. En la página Edit general settings (Editar configuración general), puede modificar cualquiera de los siguientes ajustes:
 - a. Configuración de campaña

Horas del tiempo de inactividad

Utilice esta configuración para evitar que Amazon Pinpoint envíe mensajes durante horas específicas. Al configurar estos ajustes, debe proporcionar una hora de inicio y una hora de finalización (Start time y End time). Si se enviara un mensaje entre las horas de inicio y finalización en la zona horaria local de un punto de conexión, Amazon Pinpoint no intentaría enviar el mensaje a ese punto de conexión.

Note

Para que esta configuración tenga en cuenta las zonas horarias locales, la definición del punto de enlace de un destinatario debe incluir un atributo `Demographic.Timezone` con el formato correcto.

Las horas que especifique tienen que utilizar la notación de 24 horas y tener el formato HH:MM. Por ejemplo, para las 9:30 p.m., especifique **21:30**.

Número máximo de mensajes diarios por punto de enlace

Utilice esta configuración para especificar el número máximo de mensajes que todas las campañas del proyecto pueden enviar a un único punto de conexión durante un periodo de 24 horas. El valor especificado no puede ser superior a 100.

Note

En determinadas situaciones, es posible que un punto de conexión reciba un número de mensajes que supere el valor que especifique en esta configuración. Por ejemplo, supongamos que estos ajustes están configurados para enviar un máximo de cinco mensajes por día. Si tiene 10 campañas dirigidas al punto de conexión y las 10 se lanzan al mismo tiempo, el punto de conexión recibirá 10 mensajes. Sin embargo, si hay 10 campañas dirigidas al punto de conexión y las horas de inicio de las campañas están separadas por varios minutos, el destinatario solo recibirá cinco mensajes.

Número máximo de mensajes por punto de enlace

Utilice esta configuración para especificar el número máximo de mensajes que cada campaña puede enviar a un único punto de conexión. Si se repite una campaña, esta configuración se aplica a todas las ejecuciones de la campaña. El valor especificado no puede ser superior a 100.

Note

Este ajuste tiene el número de mensajes dirigido a un punto de enlace, en lugar del número de mensajes que se entrega realmente a un punto de enlace. Por ejemplo, si una campaña está configurada para enviar un mensaje automáticamente cuando un cliente crea una cuenta nueva, pero el punto de enlace no puede recibir el mensaje (por ejemplo, si la configuración de tiempo de inactividad se aplica al punto de enlace), el punto de enlace se sigue considerando como dirigido. En esta situación, el punto de enlace se eliminaría con las ejecuciones posteriores de la campaña.

Número máximo de mensajes por segundo

Utilice esta configuración para especificar el número máximo de mensajes que una campaña puede enviar cada segundo. El valor que especifique debe ser un número entre 1 y 20 000. Si define un parámetro de mensajes por segundo, intentaremos igualarlo. De lo contrario, si no está definido, intentaremos entregar el mensaje lo más rápido posible. Sin embargo, tenga en cuenta que la velocidad de entrega depende de la latencia del canal en un momento determinado.

Cantidad máxima de tiempo para la ejecución de una campaña

Utilice esta configuración para especificar la cantidad máxima de tiempo, en segundos, que una campaña puede intentar enviar un mensaje después de la hora de inicio programada. El valor mínimo del tiempo de este valor es 60 segundos.

b. Configuración del recorrido

Número máximo de mensajes diarios por punto de conexión en todos los recorridos

Use esta configuración para especificar el número máximo de veces en un periodo de 24 horas en las que se puede enviar un mensaje a un punto de conexión en todos los recorridos. El valor predeterminado es cero y significa que no hay límite en la cantidad de veces que se puede enviar un mensaje a un punto de conexión en un periodo de 24 horas.

Número máximo de mensajes en todos los recorridos dentro de un periodo de tiempo

Use esta configuración para especificar el número máximo de veces que se puede enviar un mensaje a un único punto de conexión dentro del periodo de tiempo especificado. Por ejemplo, si desea enviar un máximo de 3 mensajes en un periodo de tiempo de 7 días a cada punto de conexión. La configuración predeterminada es 0, lo que significa que no hay límite en la cantidad de mensajes que pueden recibir los puntos de conexión del recorrido.

Periodo de tiempo

El número de días aplicado al número máximo de mensajes en todos los recorridos dentro de un periodo de tiempo si no se establece en 0. La configuración predeterminada es 0, lo que significa que no hay límite en la cantidad de días que pueden recibir los puntos de conexión del recorrido.

6. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Eliminación de un proyecto

Si desea eliminar un proyecto de Amazon Pinpoint por completo, puede eliminar el proyecto mediante la consola de Amazon Pinpoint.

Warning

Si elimina un proyecto, Amazon Pinpoint elimina toda la configuración específica del proyecto, las campañas, los recorridos y otros datos del proyecto. La información no se puede recuperar.

Al eliminar un proyecto, Amazon Pinpoint elimina todos los ajustes específicos del proyecto para las notificaciones push y los canales de SMS mensajería bidireccional, así como todos los segmentos,

campañas, recorridos y datos de análisis específicos del proyecto que están almacenados en Amazon Pinpoint, como los siguientes:

- **Segmentos:** todos los datos y la configuración de los segmentos. Para los segmentos dinámicos, esto incluye los grupos de segmento y filtros que ha definido. En el caso de los segmentos importados, esto incluye los puntos de enlace, los datos de usuario IDs y de otro tipo que haya importado y cualquier filtro que haya aplicado.
- **Campañas:** todos los mensajes, los tratamientos y las variables de los mensajes, los datos de análisis, las programaciones y otros ajustes.
- **Recorridos:** todas las actividades, datos analíticos, programaciones y otros ajustes.
- **Análisis:** datos de todas las métricas de participación, como la cantidad de mensajes enviados y entregados para las campañas y los recorridos y todas las métricas de ejecución de los recorridos. En el caso de las aplicaciones web y móviles, todos los datos de eventos que no se transmitieron a otro AWS servicio, como Amazon Kinesis, todos los embudos y los datos sobre el uso de las aplicaciones, los ingresos y las métricas demográficas. Antes de eliminar un proyecto, le recomendamos que exporte estos datos a otra ubicación. Para obtener más información, consulte [the section called “Exportación de paneles”](#).

Tenga en cuenta que la configuración en el nivel de la cuenta y los datos de la cuenta de Amazon Pinpoint y la Cuenta de AWS no se eliminan. Esto incluye:

- Describe las plantillas de mensajes.
- Acceso de producción y cuotas de envío para canales.
- Números de teléfono exclusivos para enviar mensajes de voz SMS y para recibir mensajes. SMS
- Identidades verificadas para enviar correos electrónicos y SMS mensajes.
- SMSinformación como códigos cortos, códigos largos, palabras clave y remitente registrado IDs para enviar SMS mensajes.
- SMTPcredenciales y otros ajustes para enviar correos electrónicos mediante la interfaz Amazon PinpointSMTP.
- Parámetros de configuración para conectarse y utilizar modelos de aprendizaje automático.

Además, los datos almacenados en otros AWS servicios no se eliminan. Esto incluye los datos de eventos que haya transmitido a otros AWS servicios, como Amazon Kinesis, los archivos que haya importado de un bucket de Amazon Simple Storage Service (Amazon S3) para definir un segmento

y cualquier métrica y alarma de gastos de Amazon Pinpoint que haya configurado en Amazon CloudWatch

Para eliminar un proyecto

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto que desea eliminar.
3. En el panel de navegación, en Settings (Configuración), seleccione General settings (Configuración general).
4. Elija Delete project (Eliminar proyecto).
5. Introduzca el nombre del proyecto que desea eliminar y, a continuación, elija Ok (Aceptar).

Canales de Amazon Pinpoint

Un canal representa la plataforma a través de la que atraer a su segmento de público con mensajes. Por ejemplo, para enviar notificaciones de inserción a los usuarios de las aplicaciones, debe disponer de un proyecto de Amazon Pinpoint en el que el canal de notificaciones de inserción esté habilitado. Amazon Pinpoint admite los siguientes canales:

- [Notificaciones push](#)
- [Correo electrónico](#)
- [SMS](#)
- [Voz](#)
- Mensajes en la aplicación

Además de estos canales, también puede ampliar las capacidades para satisfacer su caso de uso específico mediante la creación de [canales personalizados](#).

Antes de que pueda utilizar Amazon Pinpoint para interactuar con la audiencia, tiene que crear un proyecto de Amazon Pinpoint. Después de crear un proyecto, puede utilizarlo para enviar campañas. Para interactuar con sus clientes a través de campañas, comience [definiendo el segmento de audiencia](#) con el que desea interactuar. A continuación, [defina la campaña](#) que desea enviar al segmento.

Temas de esta sección

- [Notificaciones de inserción de Amazon Pinpoint](#)
- [Canal de correo electrónico de Amazon Pinpoint](#)
- [Canal Amazon Pinpoint SMS](#)
- [Canal de voz de Amazon Pinpoint](#)
- [Canal de mensajería en la aplicación de Amazon Pinpoint](#)
- [Canales personalizados en Amazon Pinpoint](#)

Notificaciones de inserción de Amazon Pinpoint

Note

Amazon Pinpoint ha actualizado la documentación de su guía del usuario. Para obtener la información más reciente sobre cómo crear, configurar y administrar sus recursos Push, consulte la nueva [Guía del usuario AWS final de End User Messaging Push](#).

Se ha trasladado el siguiente tema:

- [Configuración de los canales push móviles de Amazon Pinpoint](#)
- [Supervisión de la actividad de las notificaciones push](#)

Para monitorizar la actividad de notificación de inserción, debe utilizar una campaña. No puede monitorizar la actividad de notificación de inserción fuera de una campaña.

- [Gestión de los canales push móviles](#)
- [Envío de notificaciones push web a Safari](#)
- [Prácticas recomendadas](#)

Con Amazon Pinpoint, puede interactuar con los usuarios de las aplicaciones enviando notificaciones de inserción mediante un canal de notificaciones de inserción. Puede enviar notificaciones de inserción a las aplicaciones con canales independientes para los siguientes servicios de notificaciones de inserción:

- Firebase Cloud Messaging () FCM
- Servicio de notificaciones push de Apple () APNs

Note

Se puede utilizar APNs para enviar mensajes a dispositivos iOS como iPhones y iPads, así como al navegador Safari en dispositivos macOS, como ordenadores portátiles y de sobremesa Mac.

- Baidu Cloud Push
- Mensajería para dispositivos Amazon (ADM)

Note

Amazon Pinpoint establece los puntos de enlace push con el más antiguo EffectiveDateINACTIVE si un usuario tiene 15 puntos de enlace y usted agrega más puntos de enlace push. Consulte [Older push endpoints automatically set to inactive](#) para obtener más información.

Temas

- [Solución de problemas del canal push](#)

Solución de problemas del canal push

Compruebe que el registro esté activado para ayudar a identificar la causa del error. Para obtener más información, consulte [Monitoreo y registro](#).

Problema de entrega

Problemas y soluciones

- En el caso de los mensajes de notificación push directos enviados a través de la SendMessages API, compruebe que ha capturado la respuesta de la API para obtener información sobre la entrega. Para ello, revisa el StatusMessage atributo que hay dentro del [EndpointResult](#) objeto en la respuesta. Este atributo contiene los [códigos de respuesta de la plataforma](#) recibidos del servicio de notificaciones de inserción posteriores.
- Para campañas, compruebe que el registro a través de Kinesis Data Streams esté activado. Revise los [códigos de respuesta de la plataforma](#) en el evento [_campaign.send](#) para ver el resultado de la entrega recibido por Amazon Pinpoint del servicio de notificaciones de inserción posteriores.

No se ha recibido el mensaje

Problemas y soluciones

- Problemas de conectividad de los dispositivos: si el problema solo se produce en determinados dispositivos, compruebe que estos dispositivos no estén bloqueados para conectarse a los puntos

de conexión del servicio de notificaciones de inserción. Consulte [Puertos de FCM y el firewall](#) y [Si los dispositivos de Apple no reciben las notificaciones de inserción de Apple](#).

- Valor del OptOutatributo del punto final: si el OptOutvalor del punto final está establecido en ALL, el punto final no recibirá notificaciones. Utilice la [CLI de get-endpoint](#) para confirmar que el OptOutvalor del punto final está establecido en. NONE Si se cancela la suscripción del punto de conexión, los mensajes enviados a través de campañas o recorridos no se entregarán al punto de conexión y no se generará ningún registro.
- Entorno de token: compruebe que el tipo de canal del punto de conexión de Amazon Pinpoint coincide con el token generado para el dispositivo. Por ejemplo, use GCM como canal para una dirección de token de aplicación con la integración de FCM y para los APN, APNS_Sandbox para la aplicación en un entorno aislado o APNS para la aplicación en producción.

Para obtener información sobre los intentos de entrega con un estado de error, consulte los [códigos de respuesta a las notificaciones de inserción correspondientes al canal de inserción correspondiente](#) utilizado en el intento de entrega.

No se muestra el mensaje

Problemas y soluciones

- Es posible que vea que los registros de eventos de Kinesis muestran un estado de entrega correcta o que solo se produce un problema con una carga de solicitud o un tipo de mensaje en particular. Es posible que este problema indique que la notificación se está enviando al dispositivo, pero no se muestre en la bandeja de notificaciones del sistema.
- Para solucionar problemas, incorpora las declaraciones de registro en el controlador de onMessageReceivedAPI de tu aplicación. Para ver un ejemplo, consulte [FCM](#) y [APNs](#). Esta acción puede ayudar a determinar si el dispositivo recibe la notificación, pero no se muestra en la bandeja de notificaciones del sistema.
- Si los mensajes se reciben como carga de alerta o notificación, pero no como carga de datos o silenciosa, revise el código de recepción de mensajes de la aplicación para confirmar que la notificación recibida se envía a la bandeja de notificaciones del dispositivo.
- Compruebe cuál es la acción prevista cuando la aplicación recibe un tipo de mensaje de datos, notificaciones, alertas o antecedentes y si la aplicación puede gestionar los distintos tipos de mensajes.

Canal de correo electrónico de Amazon Pinpoint

Note

Amazon Pinpoint siempre ha utilizado Amazon SES para la entrega de correos electrónicos, y esta actualización le da más control sobre la forma en que Amazon Pinpoint utiliza los recursos de Amazon SES en su empresa. Cuenta de AWS Por ejemplo, un recurso de Amazon SES puede ser una [identidad verificada](#) o un [conjunto de configuraciones](#). Como parte de esta actualización, la facturación por correo electrónico pasará de Amazon Pinpoint a Amazon SES una vez que haya actualizado sus Cuenta de AWS permisos.

Clientes actuales de Amazon Pinpoint: a partir del 30 de abril de 2024, debe actualizar sus proyectos de correo electrónico actuales para utilizar la función de envío de Orchestration arn. Todos sus viajes y campañas que envían correos electrónicos seguirán funcionando y utilizando la API Amazon Pinpoint hasta que actualice la función de envío de Orchestration (arn).

- Para obtener más información sobre cómo crear el rol de IAM para el rol de envío arn de Orchestration, consulte. [Creación de una función de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#)
- Para el envío directo, tu identidad de IAM debe tener permisos `ses:SendEmail` y `ses:SendRawEmail`.
- Para comprobar si tu proyecto se ha actualizado con una función de envío de Orchestration, arn, consulta. [Encuentre el ARN del rol de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#)

Nuevos clientes de Amazon Pinpoint: utilice la función de envío de Orchestration arn para enviar correos electrónicos desde sus viajes o campañas. Tus viajes y campañas que envíen correos electrónicos utilizarán la API de Amazon SES.

- Para obtener más información sobre la creación del rol de IAM, consulte [Creación de una función de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#).
- Para el envío directo, su identidad de IAM debe tener permisos `ses:SendEmail` y `ses:SendRawEmail` permisos.

Puede probar las políticas de IAM para comprobar cómo funcionarán con una identidad determinada mediante el simulador de políticas de IAM. [Para obtener más información,](#)

[consulte Probar las políticas de IAM con el simulador de políticas de IAM en la Guía del usuario de IAM.](#)

Utilice el canal de correo electrónico de Amazon Pinpoint para enviar mensajes de correo electrónico a los usuarios finales.

Si no ha utilizado Amazon Pinpoint para enviar correos electrónicos, la cuenta se encuentra en el [entorno aislado de correo electrónico](#) de forma predeterminada. Cuando la cuenta esté en el entorno aislado de correo electrónico, solo puede enviar correos electrónicos a direcciones que verifique. Además, solo puede enviar 200 correos electrónicos en un periodo de 24 horas, con una velocidad máxima de rendimiento de un mensaje por segundo. Puede solicitar que se elimine la cuenta del entorno aislado mediante la [solicitud del acceso de producción para el correo electrónico](#).

Puede [monitorear la actividad de correo electrónico](#) visualizando los análisis en la consola de Amazon Pinpoint o transmitiendo eventos de correo electrónico a Kinesis.

Cuando necesite cambiar el correo electrónico, puede administrar el canal de correo electrónico mediante la [actualización del dominio o dirección de correo electrónico](#) o [solicitando un aumento de las cuotas de envío](#).

Elegir entre Amazon Pinpoint y Amazon Simple Email Service (Amazon SES)

AWS también ofrece un servicio exclusivo de correo electrónico llamado Amazon SES. Amazon Pinpoint utiliza la infraestructura de correo electrónico altamente escalable de Amazon SES para enviar correos electrónicos. Los dos servicios ofrecen características diferentes y están pensados para diferentes audiencias y casos de uso.

Amazon SES cuenta con una API y una interfaz SMTP que son adecuadas para enviar correo electrónico desde las aplicaciones o servicios. También puede usar la interfaz de SMTP de Amazon SES para integrar con aplicaciones de terceros existentes, como aplicaciones de Administración de las relaciones con los clientes (CRM). Amazon SES también ofrece características de correo electrónico no incluidas en Amazon Pinpoint, como funciones de recepción de correo electrónico, grupos de IP dedicados y capacidades de autorización de envío entre cuentas.

Amazon Pinpoint es ideal para los usuarios que desean enviar comunicaciones orquestadas, incluidas campañas programadas y recorridos de clientes en varios pasos. Amazon Pinpoint también

incluye características no incluidas con Amazon SES, como la segmentación de audiencias, el análisis de campañas y recorridos y una consola basada en la web a la que pueden acceder los usuarios menos técnicos.

Para obtener más información sobre el envío de correo electrónico mediante Amazon SES, consulte la [Guía para desarrolladores de Amazon SES](#).

Temas

- [Entorno aislado de correo electrónico de Amazon Pinpoint](#)
- [Configuración de un canal de correo electrónico de Amazon Pinpoint](#)
- [Monitoreo de la actividad del correo electrónico con Amazon Pinpoint](#)
- [Administración del canal de correo electrónico de Amazon Pinpoint](#)
- [Envío de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#)
- [Uso de direcciones IP dedicadas con Amazon Pinpoint](#)
- [El panel de capacidad de entrega de Amazon Pinpoint](#)
- [Prácticas recomendadas](#)
- [Solución de problemas del canal de correo electrónico](#)

Entorno aislado de correo electrónico de Amazon Pinpoint

Utilizamos un entorno de pruebas para ayudar a proteger a nuestros clientes de los fraudes y los abusos. El entorno de pruebas también le ayuda a establecer su reputación de remitente con proveedores de Internet y los destinatarios de correo electrónico. Las nuevas cuentas de usuario de correo electrónico de Amazon Pinpoint se colocan en el entorno aislado. Mientras la cuenta se encuentre en el entorno aislado, disfrutará de un acceso completo a los métodos de envío de correo electrónico de Amazon Pinpoint, con las siguientes restricciones:

- Solo puede enviar correo electrónico desde direcciones y dominios verificados.
- Solo puede enviar correo electrónico a direcciones que haya verificado o que estén asociadas con el simulador de bandeja de correo.
- Puede enviar un máximo de 200 mensajes en 24 horas.
- Puede enviar un máximo de un mensaje por segundo.

Para saber cómo eliminar estas restricciones, consulte [Solicitud de aumento de cuota](#).

Configuración de un canal de correo electrónico de Amazon Pinpoint

Para configurar el canal de correo electrónico de Amazon Pinpoint, comience por verificar la dirección de correo electrónico o el dominio que quiere usar cuando envíe correos electrónicos desde ese proyecto. A continuación, se crea un proyecto, se habilita el canal de correo electrónico en ese proyecto y se elige una dirección o dominio de correo electrónico para usar.

Al habilitar el canal de correo electrónico por primera vez, Amazon Pinpoint no proporciona de inmediato acceso de producción para mensajes de correo electrónico. En cambio, tu AWS cuenta solo tiene acceso al entorno limitado del correo electrónico, que impone restricciones al tráfico de correo electrónico. Para obtener acceso de producción, [envíe una solicitud](#) a AWS Support.

Utilice la página de configuración de Correo electrónico para ver información sobre el uso de correo electrónico para la cuenta de Amazon Pinpoint, como por ejemplo el número de correos electrónicos que ha enviado durante las últimas 24 horas y si hay restricciones de envío en la cuenta.

También puede utilizar la página de configuración Email (Correo electrónico) para habilitar o deshabilitar el canal de correo electrónico del proyecto actual. Si deshabilita el canal de correo electrónico del proyecto, no puede enviar correo electrónico desde campañas o recorridos en el proyecto. Sin embargo, puede enviar correo electrónico de transacciones desde la cuenta de Amazon Pinpoint. Para permitir que Amazon Pinpoint envíe correos electrónicos para sus campañas o viajes, debe crear o actualizar un rol de IAM para que Amazon Pinpoint pueda enviar correos electrónicos en su nombre a través de Amazon SES, consulte. [Creación de una función de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#)

Además, puede utilizar la página de configuración Email (Correo electrónico) para verificar identidades de correo electrónico para el proyecto actual. En Amazon Pinpoint, una identidad es una dirección de correo electrónico o un dominio que utiliza al enviar correos electrónicos. Cada dirección de correo electrónico que desea utilizar como dirección “De”, “Origen”, “Remitente” o “Ruta de retorno” en el correo electrónico se tiene que verificar antes de poder enviar correo electrónico con ella mediante Amazon Pinpoint.

Temas

- [Creación de un proyecto de Amazon Pinpoint con correo electrónico](#)
- [Verificación de identidades de correo electrónico](#)
- [Creación de una función de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#)

Creación de un proyecto de Amazon Pinpoint con correo electrónico

Para enviar correos electrónicos con Amazon Pinpoint, comience por crear un proyecto de Amazon Pinpoint. Al crear un proyecto, puede habilitar el canal de correo electrónico y, a continuación, elegir la identidad de correo electrónico que desea usar como dirección del remitente. Si aún no ha verificado una identidad para usarla con Amazon Pinpoint, puede verificar una dirección de correo electrónico al crear el proyecto.

En Amazon Pinpoint, una identidad es una dirección de correo electrónico o un dominio que utiliza al enviar correos electrónicos. Para poder enviar correo electrónico mediante Amazon Pinpoint, debe verificar cada identidad que pretende utilizar como dirección en los campos De, Origen, Remitente o Ruta de retorno, con el fin de demostrar que usted es el propietario de la identidad. Para obtener más información sobre la verificación de identidades, consulte [Verificación de identidades de correo electrónico](#).

Note

Si la cuenta sigue estando en el entorno aislado de correo electrónico de Amazon Pinpoint, también debe verificar las identidades a las que tiene previsto enviar correo electrónico. Para obtener más información acerca del entorno aislado de correo electrónico, consulte [Aumento de las cuotas de envío](#).

Si ya ha creado el proyecto, puede habilitar el correo electrónico siguiendo las instrucciones que se indican en [Habilitación y deshabilitación del canal de correo electrónico](#).

Temas

- [Creación de un proyecto de correo electrónico cuando aún no ha verificado una identidad](#)
- [Creación de un proyecto de correo electrónico cuando ya ha verificado una identidad](#)

Creación de un proyecto de correo electrónico cuando aún no ha verificado una identidad

Si no ha utilizado Amazon Pinpoint para enviar correos electrónicos anteriormente, es probable que no haya verificado ninguna identidad. El procedimiento de esta sección describe el proceso de crear un proyecto y verificar una única dirección de correo electrónico al mismo tiempo.

Si ya ha verificado una identidad o si desea verificar un dominio completo en lugar de una sola dirección, utilice los procedimientos descritos en [Verificación de un dominio](#) su lugar.

Creación de un nuevo proyecto de correo electrónico y verificación de una dirección de correo electrónico

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija Create a project (Crear un proyecto).
3. En Project name (Nombre de proyecto), escriba un nombre y, a continuación, seleccione Create (Crear).

Note

El nombre del proyecto puede contener hasta 64 caracteres alfanuméricos. También puede incluir los siguientes caracteres: coma (,), punto (.), arroba (@) guion bajo (_), signo igual (=) y signo más (+).

4. En la página Configurar características, en Correo electrónico, elija Configurar.
5. En la página Configurar correo electrónico, en Dirección de correo electrónico, ingrese la dirección de correo electrónico que desea usar para enviar correos electrónicos desde este proyecto. Amazon Pinpoint envía un correo electrónico a la dirección que ha ingresado. Abra el mensaje de correo electrónico y, a continuación, haga clic en el enlace del mensaje para verificar la dirección de correo electrónico.

Creación de un proyecto de correo electrónico cuando ya ha verificado una identidad

Si ya ha verificado una identidad de correo electrónico, puede usarla con el nuevo proyecto.

Creación de un nuevo proyecto de correo electrónico y elección de una identidad existente

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija Create a project (Crear un proyecto).
3. En Project name (Nombre de proyecto), escriba un nombre y, a continuación, seleccione Create (Crear).

Note

El nombre del proyecto puede contener hasta 64 caracteres alfanuméricos. También puede incluir los siguientes caracteres: coma (,), punto (.), arroba (@) guion bajo (_), signo igual (=) y signo más (+).

4. En la página Configure features (Configurar características), elija Skip this step (Omitir este paso).
5. En el panel de navegación, en Settings (Configuración), seleccione Email (Correo electrónico).
6. Junto a Identity details (Detalles de identidad), elija Edit (Editar).
7. Elija Habilitar el canal de correo electrónico para este proyecto.
8. En Tipo de identidad, elija Dirección de correo electrónico o Dominio, en función del tipo de identidad verificada que quiera usar.
9. Elija Usar una dirección de correo electrónico existente si eligió Dirección de correo electrónico en el paso anterior o elija Usar un dominio existente si eligió Dominio.
10. En la lista, elija la dirección de correo electrónico verificada o el dominio que desea usar.
11. Si configura un dominio, especifique la dirección del remitente predeterminada para ese dominio.
12. (Opcional) En Nombre descriptivo del remitente, ingrese el nombre que desea que aparezca en los clientes de correo electrónico de los destinatarios.
13. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Verificación de identidades de correo electrónico

En Amazon Pinpoint, una identidad es una dirección de correo electrónico o un dominio que utiliza al enviar correos electrónicos. Antes de poder enviar correo electrónico mediante Amazon Pinpoint, debe verificar cada identidad que pretenda utilizar como dirección en los campos De, Origen, Remitente o Ruta de retorno, con el fin de demostrar que usted es el propietario. Si la cuenta sigue estando en el entorno aislado de Amazon Pinpoint, también debe verificar las identidades a las que tiene previsto enviar correo electrónico.

Antes de verificar una identidad, es preciso crear un proyecto y habilitar el canal de correo electrónico de este último. Para obtener más información, consulte [Creación de un proyecto de Amazon Pinpoint con correo electrónico](#).

Temas de esta sección

- [Verificación de una dirección de correo electrónico](#)
- [Verificación de un dominio](#)

Verificación de una dirección de correo electrónico

Si ya ha creado un proyecto para enviar correos electrónicos, es probable que ya haya verificado una dirección de correo electrónico. Puede verificar una dirección de correo electrónico diferente utilizando la consola de Amazon Pinpoint.

Para verificar una dirección de correo electrónico

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, en Correo electrónico, elija Identidades de correo electrónico.
3. Elija Verificar la identidad del correo electrónico.
4. En Tipo de identidad, elija Dirección de correo electrónico.
5. Para Verificar una nueva dirección de correo electrónico, ingrese la dirección de correo electrónico que desea verificar.
6. Elija Verify email address (Verificar dirección de correo electrónico).
7. Comprueba la bandeja de entrada de la dirección que has introducido y busca un correo electrónico de no-reply-aws@amazon.com. Abra el correo electrónico y haga clic en el enlace del mensaje de correo electrónico para completar el proceso de verificación de la dirección de correo electrónico.

Note

Debería recibir el mensaje de correo electrónico de verificación en el plazo de cinco minutos. Si no recibe el mensaje correo electrónico, siga este procedimiento:

- Asegúrese de que ha escrito la dirección correctamente.
- Asegúrese de que la dirección de correo electrónico que ha intentado verificar puede recibir correo electrónico. Puede probarlo mediante otra dirección de correo electrónico para enviar un correo electrónico de prueba a la dirección que desea verificar.
- Consulte su carpeta de correo no deseado.

El enlace del mensaje de correo electrónico de verificación caduca transcurridas 24 horas. Para volver a enviar el mensaje de correo electrónico de verificación, seleccione Send verification email again (Enviar mensaje de correo electrónico de verificación de nuevo).

Al verificar una dirección de correo electrónico, tenga en cuenta lo siguiente:

- Amazon Pinpoint tiene puntos de enlace en varias AWS regiones y el estado de verificación de una dirección de correo electrónico es diferente para cada región. Si desea enviar correo electrónico desde la misma identidad en más de una región, debe verificar esa identidad en cada una de ellas. Puede verificar hasta 10 000 identidades (direcciones de correo electrónico y dominios, en cualquier combinación) en cada AWS región.
- La parte local de la dirección de correo electrónico que es la parte que figura antes del signo arroba (@) y distingue entre mayúsculas y minúsculas. Por ejemplo, si verifica `user@example.com`, no puede enviar correo electrónico desde `USER@example.com` a menos que verifique también esa dirección.
- Los nombres de dominio no distinguen entre mayúsculas y minúsculas. Por ejemplo, si verifica `user@example.com`, también puede enviar correo electrónico desde `user@EXAMPLE.com`.
- Puede aplicar etiquetas a direcciones de correo electrónico verificadas añadiendo un signo más (+) seguido de una cadena de texto tras la parte local de la dirección y antes del signo de arroba (@). Por ejemplo, para aplicar `label1` a la dirección `user@example.com`, use `user+label1@example.com`. Puede utilizar tantas etiquetas como desee en cada dirección verificada. También puede utilizar etiquetas en los campos "From" (De) y "Return-Path" (Ruta de retorno) para implementar la ruta variable de retorno de sobres (VERP).

Note

Al verificar una dirección sin etiqueta, está verificando todas las direcciones que se podrían formar añadiendo una etiqueta a la dirección. No obstante, si verifica una dirección etiquetada, no puede utilizar otras etiquetas con esa dirección.

Verificación de un dominio

Al verificar un dominio, se verifican todas las direcciones de correo electrónico que están asociadas a él. Por lo tanto, no es necesario verificar direcciones de correo electrónico individuales del dominio. Por ejemplo, si verifica el dominio `example.com`, puede enviar correo electrónico desde `carlos@example.com`, `jane@example.com` o desde cualquier otra dirección del dominio `example.com`.

Antes de poder usar Amazon Pinpoint para enviar mensajes de correo electrónico desde un dominio, debe verificar el dominio para confirmar que es de su propiedad e impedir que otras personas lo utilicen.

 Note

Para completar el proceso de verificación, debe poder modificar la configuración de DNS para el dominio. Los procedimientos para modificar la configuración de DNS de un dominio varían en función del proveedor de DNS o alojamiento web. Para obtener información sobre cómo cambiar la configuración de DNS del dominio, consulte la documentación de su proveedor.

Para verificar un dominio

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, en Correo electrónico, elija Identidades de correo electrónico.
3. Elija Verificar la identidad del correo electrónico.
4. En Identity Type (Tipo de identidad), elija Domain (Dominio) y, a continuación, seleccione Verify a new domain (Verificar un nuevo dominio).
5. En Domain (Dominio), elija el dominio que desea verificar.
6. Elija Verify domain (Verificar dominio).
7. En Conjunto de registros, copie los tres registros CNAME y guárdelos en una ubicación en el equipo. O bien, para descargar y guardar los valores en un archivo.csv, elija Download record set (Descargar conjunto de registros).
8. Inicie sesión en la consola de administración de su proveedor de DNS o de alojamiento web y, a continuación, cree tres registros de CNAME nuevos que contengan los valores que guardó en el paso anterior. Consulte la siguiente sección para ver enlaces a la documentación de diversos proveedores habituales.
9. Cuando Amazon Pinpoint detecta estos tres registros CNAME en la configuración de DNS del dominio, el proceso de verificación queda completado. Para comprobar el estado de la verificación volviendo a la página de identidades de correo electrónico. En la tabla Todas las identidades, localice el dominio que intentó verificar. Si el valor de la columna Estado de ese dominio es Activo, el proceso de verificación ha finalizado.

Note

En algunos casos, los cambios de DNS pueden tardar 72 horas o más en propagarse por Internet. No se puede enviar correo electrónico desde un dominio hasta que el proceso de verificación se ha completado.

A la hora de verificar un dominio, tenga en cuenta lo siguiente:

- Puede enviar correo electrónico desde cualquier subdominio del dominio verificado sin verificar expresamente el subdominio. Por ejemplo, si verifica `example.com`, no es necesario que verifique `a.example.com` ni `a.b.example.com`.
- Tal y como se especifica en [RFC 1034](#), cada etiqueta de DNS puede tener hasta 63 caracteres. Además, el nombre de dominio completo no debe superar una longitud total de 255 caracteres.
- Amazon Pinpoint está disponible en varias AWS regiones y el estado de verificación de un dominio es independiente para cada región. Si desea enviar correo electrónico desde la misma identidad en más de una región, debe verificar esa identidad en cada una de ellas. Puede verificar hasta 10 000 identidades (dominios y direcciones de correo electrónico, en cualquier combinación) en cada AWS región.

Instrucciones para configurar registros de DNS para diversos proveedores

Los procedimientos para actualizar los registros de DNS de un dominio varían en función del proveedor de DNS o alojamiento web que utilice. La tabla siguiente muestra enlaces a la documentación de diversos proveedores habituales. La lista no es exhaustiva y la inclusión en esta lista no supone ningún tipo de respaldo o recomendación de los productos o servicios de ninguna empresa. Si el proveedor no se muestra en la tabla, probablemente puede utilizar el dominio con Amazon Pinpoint.

Proveedor de DNS/alojamiento	Enlace a la documentación
Amazon Route 53	Uso de registros
GoDaddy	Add a CNAME record (enlace externo)

Proveedor de DNS/alojamiento	Enlace a la documentación
Dreamhost	How do I add custom DNS records? (enlace externo)
Cloudflare	Administración de registros de DNS en CloudFlare (enlace externo)
HostGator	Gestione los registros DNS con HostGator / eNOM (enlace externo)
Namecheap	How do I add TXT/SPF/DKIM/DMARC records for my domain? (enlace externo)
Names.co.uk	Cambio de la configuración de DNS de su dominio (enlace externo)
Wix	Agregar o actualizar registros CNAME en su cuenta Wix

Sugerencias y solución de problemas de verificación de dominios

Si ha realizado los pasos anteriores, pero su dominio no se ha verificado después de 72 horas, compruebe lo siguiente:

- Asegúrese de que ha introducido los valores de los registros de DNS en los campos correctos. Algunos proveedores utilizan nombres distintos para el campo Name/host (Nombre/host), como Host y Hostname (Nombre de host). Además, algunos proveedores hacen referencia al campo Record value (Valor de registro) como Points to (Apunta a) o Result (Resultado).
- Asegúrese de que su proveedor no haya adjuntado automáticamente su nombre de dominio en el valor Name/host (Nombre/host) que introdujo en el registro de DNS. Algunos proveedores adjuntan el nombre de dominio sin indicar que lo han hecho. Si el proveedor adjuntó el nombre de dominio al valor Name/host (Nombre/host), elimine el nombre de dominio del final del valor. También puede probar a añadir un punto al final del valor en el registro DNS. Este punto indica al proveedor que el nombre de dominio es un nombre completo.
- El carácter de guion bajo (_) es obligatorio en el valor Name/host (Nombre/host) de cada registro de DNS. Si su proveedor de DNS no permite guiones bajos en los nombres de los registros de

DNS, póngase en contacto con el departamento de atención al cliente del proveedor para obtener asistencia adicional.

- Los registros de validación que debe añadir a la configuración de DNS de su dominio son diferentes para cada AWS región. Si quieres usar un dominio para enviar correos electrónicos desde varias AWS regiones, tienes que verificar el dominio en cada una de esas regiones.

Creación de una función de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint

Amazon Pinpoint utiliza sus recursos de Amazon SES para enviar mensajes de correo electrónico que forman parte de una campaña o de un recorrido. Para configurar Amazon Pinpoint para que utilice sus recursos de Amazon SES para enviar correos electrónicos, cree o actualice un rol de IAM para conceder acceso a Amazon Pinpoint.

Note

Solo tiene que crear un rol de envío de Orchestration (arn) si envía correos electrónicos desde una campaña o un viaje. Para enviar correos electrónicos directamente, debes tener permisos para `ses:SendEmail` y `ses:SendRawEmail`

Cree una función de envío de orquestación: arn

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto cuya configuración de correo electrónico desea actualizar.
3. En el panel de navegación, en Settings (Configuración), seleccione Email (Correo electrónico).
4. En la pestaña Identities (Identidades), seleccione Edit (Editar).
5. Seleccione Activar campañas y recorridos para este canal de correo electrónico.
6. Para el rol de IAM, elige una de las siguientes opciones:
 - Crear un rol nuevo (recomendado): hacer que Amazon Pinpoint cree el rol de IAM y configure los permisos de los roles de IAM. Introduzca un nombre para la función de IAM en el nombre de la función de IAM.
 - Utilice un rol existente: si tiene un rol de IAM existente que ya contiene permisos para permitir el acceso de Amazon Pinpoint `ses:SendRawEmail` y `ses:SendEmail` a continuación, elija

ese rol de IAM de la lista desplegable. Si necesita crear el rol de IAM, consulte el rol de [IAM para enviar correos electrónicos a través de Amazon SES](#) en la Guía para desarrolladores de [Amazon Pinpoint](#).

7. Seleccione Reconozco que el rol de IAM que he seleccionado tiene los permisos necesarios.
8. Seleccione Guardar.

Eliminar una función de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint

Puede eliminar el rol de envío arn de Orchestration cuando no desee enviar mensajes de correo electrónico para el proyecto. Para eliminar el rol de envío arn de Orchestration, elimina el canal de correo electrónico del proyecto.

Important

Esta acción elimina el canal de correo electrónico de tu proyecto. Haz esto solo si no quieres enviar correos electrónicos desde una campaña o un viaje.

Para eliminar el canal de correo electrónico, usa el [delete-email-channel](#) comando:

```
aws pinpoint delete-email-channel --application-id application-id
```

Donde:

- application-id es el ID del proyecto Amazon Pinpoint que contiene el canal de correo electrónico.

La respuesta a este comando es la definición en JSON del canal de correo electrónico que ha eliminado.

Encuentre el ARN del rol de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint

Para que Amazon Pinpoint comience a enviar correos electrónicos a través de Amazon SES, delegue los permisos necesarios a Amazon Pinpoint. Cuando se configura la función de IAM, Amazon Pinpoint utiliza la función de envío de orquestación arn para enviar correos electrónicos a través de Amazon SES. Si el rol de envío de Orchestration arn está presente, significa que el proyecto ha delegado los permisos a Amazon Pinpoint.

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.

2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto cuya configuración de correo electrónico desea actualizar.
3. En el panel de navegación, en Settings (Configuración), seleccione Email (Correo electrónico).
4. En la pestaña Identidades, puede ver su rol de envío de Orchestration arn.

Monitoreo de la actividad del correo electrónico con Amazon Pinpoint

Para el correo electrónico que envía para un proyecto, Amazon Pinpoint proporciona opciones para monitorear la actividad de correo electrónico.

Análisis de Amazon Pinpoint

Las páginas de Análisis de la consola de Amazon Pinpoint proporcionan muchas métricas relacionadas con el correo electrónico para las campañas y los mensajes transaccionales que envía para un proyecto. Por ejemplo, puede ver el número de puntos de enlace de correos electrónicos a los que puede enviar mensajes y el número de puntos de enlace a los que ya ha enviado mensajes. Además, puede ver los índices de apertura, clic y cancelación de suscripción de los mensajes que ya ha enviado. Para los mensajes de campaña, puede ver estas métricas para todas las campañas o para campañas individuales. Para obtener más información sobre estas métricas y cómo verlas, consulte [Análisis](#).

Amazon Pinpoint proporciona métricas similares para el correo electrónico que envía para un recorrido. Por ejemplo, puede ver el número de mensajes abiertos por los participantes en cada actividad de un recorrido. Después de publicar un recorrido, puede ver los datos de estas métricas mediante el panel Journey metrics (Métricas de recorrido) del área de trabajo del recorrido. Para obtener más información sobre estas métricas, consulte [the section called “Ver métricas de recorrido”](#).

Transmisión en streaming de datos de eventos de correo electrónico

Para supervisar los datos, como las entregas de correo electrónico correctas y fallidas, configure Amazon Pinpoint para que transmita los datos de los eventos de correo electrónico a Amazon Kinesis Data Streams o Amazon Data Firehose. Después, puede usar la plataforma Kinesis para analizar estos datos de correo electrónico. Para obtener más información, consulte [Transmisión de eventos de Amazon Pinpoint a Kinesis](#).

Para ver ejemplos de los datos de eventos que Amazon Pinpoint transmite a Kinesis, consulte [Email events](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Seguimiento de eventos de apertura y clic en el correo electrónico

Amazon Pinpoint realiza un seguimiento automáticamente de cuántos mensajes de correo electrónico han abierto los destinatarios y en cuántos han hecho clic. Para realizar el seguimiento del número de aperturas y clics, Amazon Pinpoint realiza pequeños cambios en los mensajes de correo electrónico que se envían.

En primer lugar, Amazon Pinpoint agrega una imagen diminuta y transparente al final de cada mensaje de correo electrónico que se envía. Esta imagen está alojada en un AWS servidor. El nombre del archivo de esta imagen es único para cada destinatario. Cuando un destinatario abre un mensaje de correo electrónico, su cliente de correo electrónico descarga este archivo de nuestros servidores. Cuando un cliente de correo electrónico descarga una imagen de seguimiento de nuestros servidores, lo contabilizamos como un evento de apertura.

En segundo lugar, Amazon Pinpoint reemplaza todos los enlaces de sus correos electrónicos por enlaces que hacen referencia a un dominio hospedado por AWS. Este enlace incluye un parámetro que es único para cada destinatario. Cuando un destinatario hace clic en uno de estos enlaces, primero se lo envía al dominio AWS hospedado y, a continuación, se le redirige inmediatamente a su destino previsto. Cada vez que un destinatario visita uno de estos enlaces de redireccionamiento, lo contabilizamos como un evento de clic.

Si el destinatario de un mensaje hace clic en varios enlaces de un mensaje o hace clic en el mismo enlace más de una vez, esos clics se contarán como un clic si se producen en la misma hora. Varios clics que se realicen a distintas horas se contarán como clics independientes. Por ejemplo, si se hace clic en un enlace a las 8:30 y a las 8:45, contará como un clic, pero si se hace clic en el enlace a las 8:30 y a las 9:05, contará como dos clics porque la hora ha cambiado. Las aperturas de correo electrónico se cuentan de la misma manera que los clics.

Para ver los eventos de apertura y clic, es preciso configurar el streaming de eventos. Para obtener más información sobre cómo crear secuencias de eventos, consulte [Transmisión de eventos con Amazon Pinpoint](#).

Note

Si tiene habilitada la transmisión de eventos, seguirá recibiendo eventos duplicados y debería gestionar dichos duplicados en los flujos de trabajo en consecuencia.

Si el servidor de correo electrónico de un destinatario realiza comprobaciones de validación de enlaces, estas comprobaciones aparecerán como eventos de clic.

Consulta de detalles sobre el uso del correo electrónico

La sección Uso y restricciones de correo electrónico de la página de configuración Correo electrónico proporciona información acerca del uso del correo electrónico para la cuenta de Amazon Pinpoint. Puede ver la cantidad de correos electrónicos que se han enviado desde su cuenta durante las últimas 24 horas. Puede comparar ese número con el número máximo de mensajes de correo electrónico que se permite enviar a su cuenta durante un periodo de 24 horas, lo que se denomina su cuota de envío. También puede ver el número máximo de mensajes de correo electrónico que puede enviar por segundo, a la que se denomina su tasa de envío. Para obtener informes detallados adicionales, consulte las páginas de análisis de [Campaigns \(Campañas\)](#) y [Transactional Messaging \(Mensajes de transacciones\)](#).

Note

Los valores de cuota, tasa y uso de envío de correo electrónico que se muestran en esta sección se aplican a toda su AWS cuenta en la región actual. AWS Si ha utilizado Amazon SES para enviar correo electrónico en la misma región, esta sección muestra la cantidad de mensajes de correo electrónico que ha enviado desde Amazon SES y Amazon Pinpoint.

La sección Email usage and restrictions (Uso de correo electrónico y restricciones) indica además si la cuenta está en el entorno de pruebas. Si la cuenta se encuentra en el entorno de pruebas, su cuota de envío y la tasa máximo de envío se habrán definido en valores relativamente bajos y únicamente podrá enviar mensajes de correo electrónico a direcciones de correo electrónico o dominios verificados. Para obtener información sobre cómo solicitar un aumento en su cuota de envío o tasa de envío, consulte [Administración de las cuotas de envío de correos electrónicos](#). Para obtener más información sobre cómo quitar su cuenta del entorno de pruebas, consulte [the section called “Entorno aislado de correo electrónico”](#).

Administración del canal de correo electrónico de Amazon Pinpoint

Dispone de las siguientes opciones para administrar su canal de correo electrónico con Amazon Pinpoint:

- Para habilitar el canal de correo electrónico para un proyecto existente o actualizar el dominio o la dirección de correo electrónico, puede usar la consola de Amazon Pinpoint.
- Para aumentar sus cuotas de envío de correo electrónico, puede abrir un caso de aumento de cuotas con AWS Support.

Temas

- [Actualización de la configuración de correo electrónico](#)
- [Administración de las cuotas de envío de correos electrónicos](#)
- [Administración de la lista de supresión de correo electrónico](#)
- [Administración de conjuntos de configuración](#)
- [Habilitación y deshabilitación del canal de correo electrónico](#)

Actualización de la configuración de correo electrónico

Puede utilizar la consola de Amazon Pinpoint para actualizar la configuración de correo electrónico de un proyecto. Por ejemplo, puede cambiar la identidad verificada que está asociada con el proyecto o verificar una identidad nueva para él.

Para actualizar la configuración de correo electrónico

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto cuya configuración de correo electrónico desea actualizar.
3. En el panel de navegación, en Settings (Configuración), seleccione Email (Correo electrónico).
4. En la pestaña Identities (Identidades), seleccione Edit (Editar).
5. En Identity type (Tipo de identidad), elija el tipo de identidad que desee agregar o actualizar: Email address (Dirección de correo electrónico) o Domain (Dominio).
6. Seleccione si quiere actualizar una identidad existente o verificar una nueva.
7. Escriba la dirección de correo electrónico o el dominio y, a continuación, elija Verify (Verificar).

Si escribe una dirección de correo electrónico, Amazon Pinpoint envía un mensaje de correo electrónico de verificación a la dirección especificada. Siga las instrucciones del correo electrónico para completar el proceso de verificación.

Si especifica un dominio de correo electrónico, la consola mostrará un registro TXT que deberá añadir a la configuración de DNS de su dominio.

8. Siga las instrucciones que se muestran en la consola. Para obtener más información acerca de la verificación de una dirección de correo electrónico o dominio, consulte [Verificación de identidades de correo electrónico](#).

9. Si necesitas crear o actualizar tu rol de envío de Orchestration arn, consulta. [Creación de una función de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#)
10. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Administración de las cuotas de envío de correos electrónicos

Para regular la cantidad de mensajes de correo electrónico que puedes enviar y la velocidad a la que puedes enviarlos, tu AWS cuenta tiene cuotas de envío. Estas cuotas benefician a todos los usuarios de Amazon Pinpoint, ya que les ayudan a mantener una relación de confianza entre Amazon Pinpoint y los proveedores de servicios de Internet (ISP). Además, permiten aumentar gradualmente la actividad de envío. De esta forma, se reduce la probabilidad de que los ISP bloqueen sus correos electrónicos por picos repentinos e inesperados en su tasa o volumen de envío de mensajes de correo electrónico.

Amazon Pinpoint proporciona las siguientes cuotas de envío de correos electrónicos:

Cuota de envío diaria

Es el número máximo de correos electrónicos que puede enviar en un periodo de 24 horas. Esta cuota corresponde a un período de tiempo acumulativo. Cada vez que intenta enviar un correo electrónico, Amazon Pinpoint comprueba la cantidad de correos electrónicos que ha enviado en las últimas 24 horas. Si el número total de mensajes de correo electrónico que ha enviado es inferior a su cuota, se aceptará su solicitud de envío y se enviará su correo electrónico. Si ya ha enviado su cuota completa, su solicitud de envío se rechazará con una excepción de limitación controlada. Por ejemplo, si su cuota de envío es 50 000 y ha enviado 15 000 correos electrónicos en las 24 horas anteriores, todavía puede enviar otros 35 000 más. Si ya ha enviado 50 000 correos electrónicos en las últimas 24 horas, no podrá enviar más correos electrónicos hasta que algunos de los envíos anteriores desaparezcan del periodo de 24 horas.

La cuota de envío, la tasa de envío y los límites del entorno aislado se comparten entre los dos servicios de la misma región. Si utiliza Amazon SES en us-east-1 y le han retirado del entorno aislado y le han aumentado la cuota o tasa de envío, todos esos cambios se aplicarán a la cuenta de Pinpoint en us-east-1.

Tasa máxima de envío

El número máximo de mensajes de correo electrónico que Amazon Pinpoint puede aceptar de la cuenta por segundo. Puede superar esta cuota durante ráfagas breves, pero no durante un periodo de tiempo prolongado.

Note

La tasa de aceptación de mensajes por parte de Amazon Pinpoint podría ser inferior a la tasa máxima de envío.

Cuando la cuenta está en el entorno aislado de Amazon Pinpoint, la cuota de envío es de 200 mensajes cada periodo de 24 horas y la tasa de envío máxima es de un mensaje por segundo. Para aumentar estos valores, puede [solicitar acceso de producción para el correo electrónico](#). Cuando tu cuenta salga del entorno limitado y empieces a enviar correos electrónicos, puedes aumentar aún más tus cuotas enviando una solicitud de aumento de cuota a AWS Support.

Aumento de las cuotas de envío

Si la cuenta está fuera del entorno de pruebas, las cuotas de envío aumentarán si envía contenido de alta calidad y detectamos que su uso se aproxima a las cuotas actuales. A menudo, el sistema aumenta automáticamente las cuotas y no se precisan medidas adicionales.

Si sus cuotas actuales no se ajustan a sus necesidades y el sistema no las aumentó automáticamente, puede abrir un caso de aumento de cuota de Amazon Pinpoint en AWS Support Center.

Importante

- Planificar. Tenga en cuenta sus cuotas de envío y procure no superarlas. Si prevé la necesidad de cuotas más altas de las que le ha asignado el sistema, abra un caso de aumento de cuota en Amazon Pinpoint con bastante anterioridad a la fecha en que necesite cuotas más altas.
- Si prevé que va a tener que enviar más de un millón de correos electrónicos al día, debe abrir un caso de aumento de cuota de Amazon Pinpoint.

Para que Amazon Pinpoint aumente las cuotas de envío, utilice las siguientes directrices:

- Enviar contenido de alta calidad envíe contenido que los destinatarios desean y esperan.
- Enviar contenido de producción real: envíe el correo electrónico de producción real. Esto permite a Amazon Pinpoint evaluar con precisión los patrones de envío y verificar que está enviando contenido de alta calidad.

- Enviar cerca de la cuota diaria actual: si el volumen se mantiene cerca de la cuota de envío diaria sin superarla, Amazon Pinpoint detecta este patrón de uso y puede aumentar automáticamente la cuota.
- Tener tasas bajas de devoluciones y reclamaciones: intente minimizar las cifras de devoluciones y reclamaciones. Un gran número de rebotes y quejas puede afectar negativamente a las cuotas de envío.

Importante

Los correos electrónicos de prueba que envía a sus propias direcciones de correo electrónico podrían afectar negativamente a sus métricas de rebotes y quejas o aparecer como contenido de baja calidad en nuestros filtros. Siempre que sea posible, utilice el simulador de bandeja de correo de Amazon Simple Email Service (Amazon SES) para probar el sistema. Los correos electrónicos que se envían al simulador de bandeja de correo no se contabilizan en la métrica de envío o sus tasas de rebotes y reclamaciones. Para obtener más información, consulte [Prueba del envío de correos electrónicos en Amazon SES](#).

Solicitud de aumento de cuota

Para solicitar cuotas de envío más altas para Amazon Pinpoint, abra un caso en AWS Support Center siguiendo las instrucciones siguientes.

Para solicitar un aumento de la cuota de envío

1. Inicie sesión en AWS Management Console <https://console.aws.amazon.com/>.
2. En el menú Support (Soporte), elija Support Center (Centro de soporte).
3. En la pestaña Open support cases (Abrir casos de soporte), elija Create case (Crear caso).
4. Elija el enlace ¿Búsqueda de aumentos del límite de servicio?.
5. En Limit Type (Tipo de límite) elija Pinpoint Email (Correo electrónico de Pinpoint).
6. (Opcional) Complete la siguiente información:
 - En Mail Type (Tipo de correo), elija el tipo de correo electrónico que envía. Si hay varios valores posibles, elija la opción que haga referencia a la gran parte del correo electrónico que envía.

- En Website URL (URL del sitio web), escriba la dirección URL de su sitio web. Esta información nos ayuda a entender mejor el tipo de contenido que envía.
- Para Describir en detalle cómo enviará solo a los destinatarios que hayan solicitado específicamente el correo electrónico, explique cómo se asegura de que solo envía correos electrónicos a aquellos destinatarios que desean recibir correo electrónico de su parte.
- En Describe in detail the process that you will follow when you receive bounce and complaint notifications (Describa en detalle el proceso que seguirá cuando reciba notificaciones de rebote y quejas), explique cómo procesará los rebotes y las quejas sobre el correo electrónico que envía.
- En ¿Cumplirás con las condiciones del AWS servicio y la AUP?, elige la opción que se aplique a tu caso de uso.

7. En Solicitudes, complete lo siguiente:

- En Región, elige la AWS región a la que se aplica tu solicitud.
- En Límite, elija una de las siguientes opciones:
 - Para aumentar el número de mensajes que puede enviar por día, elija Desired Daily Email Sending Quota (Cuota diaria de envío de correo electrónico deseada).
 - Si desea incrementar el número de mensajes que puede enviar por segundo, elija Desired Maximum Email Send Rate (Tasa de envío de correo electrónico máxima deseada).
- Para Nuevo valor de límite, escriba el importe nuevo que solicita para la cuota. Solicite solo la cantidad que cree que va a necesitar. No podemos garantizarle que vaya a recibir la cantidad que solicite. Cuanto mayor sea su solicitud, más justificación deberá proporcionar para que se autorice.

 Note

Su solicitud se aplica únicamente a la AWS región que eligió al principio de este paso. Para solicitar un aumento de cuota para otra región de AWS, elija Add another request (Agregar otra solicitud). A continuación, complete los campos Region (Región), Limit (Límite) y New limit value (Nuevo valor de límite) de la región adicional. Repita este proceso para cada región para la que desee solicitar un aumento de cuota.

8. En Descripción del caso, para Descripción del caso de uso, describa, con el mayor detalle posible, cómo envía correos electrónicos con Amazon Pinpoint. Por ejemplo, describa el tipo de

correos electrónicos que envía y cómo encajan en su negocio. Cuanto más indique que envía mensajes de correo electrónico de alta calidad a los destinatarios que los desean y esperan, más probabilidades tendrá de que se apruebe su solicitud.

9. En Opciones de contacto, para Idioma de contacto preferido, elija el idioma en el que desea recibir las comunicaciones de este caso.
10. Cuando haya terminado, elija Enviar.

El equipo de AWS Support proporciona una respuesta inicial a su solicitud en un plazo de 24 horas.

Para evitar que nuestros sistemas sean utilizados para enviar contenido no solicitado o malicioso, tenemos que considerar cada solicitud detenidamente. Si podemos hacerlo, garantizaremos una solicitud en este periodo de 24 horas. Sin embargo, si tenemos que obtener información adicional suya, puede que la solicitud tarde más tiempo en concederse.

Es posible que no podamos garantizar su solicitud si su caso de uso no está en consonancia con nuestras políticas.

Comprobación del estado de su solicitud

Después de enviar su solicitud, examinaremos su caso. Para comprobar el estado de la solicitud, siga los pasos que se indican a continuación.

Para comprobar el estado de la solicitud de aumento de cuota

1. Inicie sesión AWS Management Console en <https://console.aws.amazon.com/>.
2. En el menú Support (Soporte), elija Support Center (Centro de soporte).
3. En la pestaña Abrir casos de soporte, elija Ver todos los casos.
4. En Case history (Historial de casos), elija el caso de solicitud de aumento de cuota de envío.
5. Consulte los mensajes de la sección Correspondence (Correspondencia). Los mensajes de esta sección le indican si la solicitud se ha aceptado o rechazado. Si se ha aceptado la solicitud, el mensaje especificará las cuotas de envío por día y por segundo.

Si la cuenta se encuentra actualmente en el entorno de pruebas de correo electrónico y se le concede un aumento de la cuota de envío, la cuenta se retirará automáticamente del entorno de pruebas. Una vez que su cuenta esté fuera del entorno de pruebas, podrá enviar mensajes de correo electrónico a direcciones no verificadas. Sin embargo, seguirá teniendo que verificar sus dominios y direcciones de envío.

A medida que pase el tiempo, aumentaremos gradualmente sus cuotas de envío. Si sus necesidades superan el aumento gradual, podrá abrir otra solicitud de aumento de las cuotas de envío.

Administración de la lista de supresión de correo electrónico

Cuando envía un correo electrónico con Amazon Pinpoint y ese correo se devuelve o da lugar a una reclamación de spam, la dirección de correo electrónico del destinatario se agrega automáticamente a una lista de supresión. Esta lista de supresión se aplica solo a la cuenta de AWS. Si una dirección de correo electrónico está en la lista de supresión de la cuenta e intenta enviar un correo electrónico a esa cuenta, Amazon Pinpoint acepta el mensaje, pero no intenta enviarlo.

Puede administrar la configuración de la lista de supresión en la consola de Amazon SES. Esta sección contiene información sobre el cambio de esta configuración.

Cambio de la configuración de la lista de supresión

Puede configurar el comportamiento de la lista de supresión cambiando las acciones que provocan que una dirección de correo electrónico se agregue a la lista de supresión. Las direcciones se pueden agregar automáticamente a la lista de supresión cuando se produce un evento de devolución, una reclamación o ambas cosas. También puede desactivar por completo la lista de supresión.

Para cambiar la configuración de la lista de supresión

1. Abra la consola de Amazon SES en <https://console.aws.amazon.com/sesv2>.
2. En Configuración, elija Lista de supresión.
3. En la sección Configuración en el nivel de la cuenta, elija Editar.
4. En la configuración de la lista de supresión, elija los tipos de eventos que provocan que se agregue una dirección a la lista de supresión. Como alternativa, si desea desactivar la lista de supresión en el nivel de cuenta, desactive la casilla Habilitada.
5. Cuando termine de realizar los cambios, seleccione Save changes (Guardar cambios).

Ver una lista de las direcciones que están en la lista de supresión

En la consola de Amazon SES, puede consultar una lista de todas las direcciones que están en la lista de supresión para la cuenta. También puede consultar el motivo por el que se agregó una dirección concreta a la lista de supresión y la fecha en la que se agregó.

Para obtener más información, consulte [Visualización de una lista de direcciones en la lista de supresión en el nivel de la cuenta](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service.

Eliminación de direcciones de la lista de supresión

Puede eliminar direcciones de la lista de supresión de forma individual o masiva. Esta característica es útil cuando quiere aceptar la suscripción de los clientes que lo soliciten o cuando envía correos electrónicos de prueba a una dirección que sabe que es válida.

Para obtener información sobre la eliminación de direcciones de forma individual, consulte [Eliminación de una dirección de correo electrónico de la lista de supresión en el nivel de cuenta](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service.

Para obtener información sobre la eliminación de direcciones de forma masiva, consulte [Eliminación de direcciones de correo electrónico de forma masiva de la lista de supresión en el nivel de cuenta](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service.

Agregar direcciones a la lista de supresión

También puede agregar direcciones de la lista de supresión de forma individual o masiva. Esta característica resulta útil cuando desea migrar las preferencias de suscripción existentes a Amazon Pinpoint o cuando quiere excluir a los clientes que lo soliciten.

Para obtener información sobre cómo agregar direcciones de forma individual, consulte [Agregar manualmente direcciones de correo electrónico individuales a la lista de supresión en el nivel de cuenta](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service.

Para obtener información sobre cómo agregar direcciones de forma masiva, consulte [Agregar direcciones de correo electrónico de forma masiva a la lista de supresión en el nivel de cuenta](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service.

Administración de conjuntos de configuración

Los conjuntos de configuraciones son grupos de reglas que puede aplicar a los mensajes de correo electrónico que envíe. Cuando aplica un conjunto de configuración a un correo electrónico, todas las reglas de dicho conjunto de configuración se aplican al correo electrónico. Por ejemplo, puede configurar un conjunto de configuraciones para que los correos electrónicos solo se envíen mediante un grupo de direcciones IP (conocido como grupo de direcciones IP) que especifique.

Puede utilizar conjuntos de configuraciones en Amazon Pinpoint y en Amazon Simple Email Service (Amazon SES). Las reglas de los conjuntos de configuraciones que configure en Amazon SES también se aplican a los mensajes de correo electrónico que envíe mediante Amazon Pinpoint.

Puede consultar una lista de conjuntos de configuraciones para la cuenta en la consola de Amazon Pinpoint. Sin embargo, debe usar Amazon SES para configurar y administrar los conjuntos de configuraciones. Para obtener más información acerca de la creación de conjuntos de configuraciones, consulte [Creación de conjuntos de configuraciones](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service.

Visualización de una lista de conjuntos de configuración

Puede consultar una lista de los conjuntos de configuraciones en la consola de Amazon Pinpoint

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, en Correo electrónico, elija Conjuntos de configuraciones.

Aplicar un conjunto de configuraciones a una identidad de correo electrónico

Para usar conjuntos de configuraciones con Amazon Pinpoint, debe especificar un conjunto de configuraciones predeterminado para la identidad del correo electrónico (es decir, la dirección de correo electrónico o el dominio) que utiliza para enviar correos electrónicos a través de Amazon Pinpoint. Puede configurar conjuntos de configuraciones predeterminados en la consola de Amazon SES.

Cuando establece un conjunto de configuraciones predeterminado para una identidad, todos los correos electrónicos que envíe a través de esa identidad se envían con ese conjunto de configuraciones, a menos que especifique uno diferente. Actualmente, Amazon Pinpoint no le permite especificar un conjunto de configuraciones diferente, por lo que la única forma de utilizar los conjuntos de configuraciones es especificar un conjunto de configuraciones predeterminado.

Note

En el siguiente procedimiento, se presupone que ya ha verificado una identidad. Las identidades que verifica en Amazon SES están disponibles en Amazon Pinpoint y viceversa. Para obtener más información, consulte [Verificación de identidades de correo electrónico](#). En este procedimiento también se presupone que ha creado un conjunto de configuraciones.

Para especificar un conjunto de configuraciones predeterminado para una identidad

1. Abra la consola de Amazon SES en <https://console.aws.amazon.com/ses/>.
2. En el panel de navegación, en Configuration (Configuración), elija Verified identities (Identidades verificadas).
3. En la lista de identidades, elija la identidad para la que desea especificar un conjunto de configuraciones predeterminado.
4. En la pestaña Conjunto de configuraciones, elija Editar.
5. Seleccione Asignar un conjunto de configuraciones predeterminado.
6. Para Conjunto de configuraciones predeterminado, elija el conjunto de configuraciones que desee usar para esta identidad y, a continuación, elija Guardar cambios.

Habilitación y deshabilitación del canal de correo electrónico

Para enviar correos electrónicos para campañas y recorridos en el proyecto actual, primero tiene que habilitar el canal de correo electrónico para el proyecto. Si no prevé enviar correo electrónico para ninguna campaña o recorrido de un proyecto, puede deshabilitar el canal de correo electrónico del proyecto.

Tenga en cuenta que no tiene que habilitar el canal de correo electrónico para enviar correo electrónico de transacciones, que es correo electrónico que normalmente solo se envía una vez en respuesta a una acción específica. Para obtener información acerca del correo electrónico de transacciones, consulte [Envío de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#).

Para habilitar el canal de correo electrónico de un proyecto

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto para el que desea habilitar el canal de correo electrónico.
3. En el panel de navegación, en Settings (Configuración), seleccione Email (Correo electrónico).
4. En la pestaña Identities (Identidades), seleccione Edit (Editar).
5. Seleccione Enable the email channel for this project (Habilitar el canal de correo electrónico para este proyecto).
6. Si aún no has verificado la identidad de tu correo electrónico, completa el procedimiento correspondiente en [Verificación de identidades de correo electrónico](#). De lo contrario, elija la identidad que desea utilizar.

7. Seleccione Guardar.

El proceso para deshabilitar el canal de correo electrónico es similar. Si deshabilita el canal de correo electrónico, no puede enviar correo electrónico en ninguna campaña o recorrido del proyecto. Sin embargo, puede enviar correo electrónico de transacciones desde la cuenta de Amazon Pinpoint.

Para deshabilitar el canal de correo electrónico

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto en el que desea deshabilitar el canal de correo electrónico.
3. En el panel de navegación, en Settings (Configuración), seleccione Email (Correo electrónico).
4. En la pestaña Identities (Identidades), seleccione Edit (Editar).
5. Desactive Enable the email channel for this project (Habilitar el canal de correo electrónico de este proyecto) y, a continuación, seleccione Save (Guardar).

Envío de correo electrónico en Amazon Pinpoint

Antes de usar Amazon Pinpoint para enviar un correo electrónico, complete los procedimientos en [Configuración de un canal de correo electrónico de Amazon Pinpoint](#).

Hay varios tipos de correo electrónico que puede enviar mediante Amazon Pinpoint: correo electrónico basado en campañas, correo electrónico basado en recorridos y correo electrónico de transacciones. Los mensajes de correo electrónico basados en campañas se envían una vez o de forma periódica y están dirigidos a los clientes en función de sus atributos. Los correos electrónicos basados en recorridos son mensajes que se envían cuando los participantes en un recorrido llegan a una actividad de correo electrónico como parte de un flujo de trabajo más grande. Los mensajes de correo electrónico de transacciones solo se envían una vez, generalmente en respuesta a otra acción que se ha producido. Por ejemplo, puede utilizar un mensaje de transacciones para enviar un mensaje de correo electrónico cuando un cliente ha elegido el enlace “Olvidé mi contraseña” en la aplicación, o para enviar una confirmación cuando un cliente ha realizado un pedido en su sitio.

En Amazon Pinpoint, se suele utilizar la consola de administración basada en la web para enviar mensajes de correo electrónico basados en campañas y basados en recorridos, mientras que los de transacciones suelen enviarse desde las aplicaciones que utilizan un AWS SDK o llaman directamente a la API de Amazon Pinpoint.

Para enviar un mensaje de correo electrónico basado en campaña, antes se debe crear un [segmento](#). Un segmento es un grupo de destinatarios de la campaña. A continuación, se crea la campaña. En Amazon Pinpoint, una campaña consta de uno o varios segmentos de destino, un mensaje y una programación de entrega del mensaje. Para obtener más información sobre cómo crear campañas, consulte [Campañas](#).

Cuando envía un correo electrónico basado en un recorrido, también comienza creando un [segmento](#). Un segmento es un grupo de participantes en el recorrido. A continuación, cree una plantilla de correo electrónico para cada mensaje que desea que las actividades del recorrido envíen. Después, cree el recorrido. Para obtener más información sobre cómo crear recorridos, consulte [Recorridos](#).

Para enviar un mensaje de correo electrónico transaccional, puede utilizar la operación SendMessage de la API de Amazon Pinpoint. Para obtener más información sobre el uso de la API de Amazon Pinpoint, consulte la [referencia de la API de Amazon Pinpoint](#). Para ver ejemplos de código que muestran cómo enviar correo electrónico mediante varios AWS SDK, consulte [Enviar mensajes de correo electrónico transaccionales](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Uso de direcciones IP dedicadas con Amazon Pinpoint

Al crear una nueva cuenta de Amazon Pinpoint, los correos electrónicos se envían desde direcciones IP que se comparten con otros usuarios de Amazon Pinpoint. Por [un cargo mensual adicional](#), puede alquilar direcciones IP dedicadas que están reservadas para su uso exclusivo. Cada una de estas opciones tiene sus propios beneficios e inconvenientes, que se resumen en la tabla siguiente.

Beneficio	Direcciones IP compartidas	Direcciones IP dedicadas
Lista para utilizar sin configuración adicional	Sí	No
Reputación administrada por AWS	Sí	No
Bueno para clientes con patrones de envío continuos y predecibles	Sí	Sí

Beneficio	Direcciones IP compartidas	Direcciones IP dedicadas
Bueno para clientes con patrones de envío menos predecibles	Sí	No
Bueno para remitentes de gran volumen	Sí	Sí
Bueno para remitentes de bajo volumen	Sí	No
Costos mensuales adicionales	No	Sí
Control completo sobre la reputación del remitente	No	Sí
Aísla la reputación por tipo de correo electrónico, destinatario u otros factores	No	Sí
Ofrece direcciones IP conocidas que no cambian nunca	No	Sí

Important

Si no tiene previsto enviar grandes volúmenes de correo electrónico de forma regular y predecible, le recomendamos que utilice direcciones IP compartidas. Si utiliza direcciones IP dedicadas en casos de uso en los que se envían bajos volúmenes de correo electrónico o si los patrones de envío son muy irregulares, es posible que experimente problemas de capacidad de entrega.

Facilidad de configuración

Si opta por utilizar direcciones IP compartidas, no tiene que realizar ninguna configuración adicional. La cuenta de Amazon Pinpoint está lista para enviar correo electrónico en cuanto verifique una dirección de correo electrónico y salga del entorno aislado.

Si opta por alquilar direcciones IP dedicadas, debe determinar el número de direcciones IP dedicadas que necesita, enviar una solicitud y, opcionalmente, [crear grupos de direcciones IP dedicadas](#).

Reputación administrada por AWS

La reputación de las direcciones IP se basa en gran medida en los patrones de envío históricos y en el volumen. Una dirección IP que envía volúmenes de correo electrónico uniformes durante un periodo de tiempo largo, normalmente tiene una buena reputación.

Las direcciones IP compartidas las utilizan varios clientes de Amazon Pinpoint. En conjunto, estos clientes envían un gran volumen de correo electrónico. AWS administra cuidadosamente este tráfico saliente con el fin de maximizar las reputaciones de las direcciones IP compartidas.

Si utiliza direcciones IP dedicadas, es responsabilidad suya mantener su reputación de remitente enviando volúmenes coherentes y predecibles de correo electrónico.

Capacidad de predicción de los patrones de envío

Una dirección IP con un historial de envío de correo electrónico coherente tiene una mejor reputación que otra que de repente comienza a enviar grandes volúmenes de correo electrónico sin un historial previo de envíos.

Si sus patrones de envío de correo electrónico son irregulares; es decir, no siguen un patrón predecible, las direcciones IP compartidas probablemente se adecuan mejor a sus necesidades. Si utiliza direcciones IP compartidas, puede aumentar o reducir sus patrones de envío de correo electrónico en función de sus necesidades.

Si utiliza direcciones IP dedicadas, debe preparar estas direcciones enviando una cantidad de correo electrónico que aumente progresivamente cada día. El proceso de preparación de nuevas direcciones IP se describe en [Preparación de direcciones IP dedicadas](#). Una vez que las direcciones IP dedicadas estén preparadas, debe mantener un patrón de envío coherente.

Volumen de correo electrónico saliente

Las direcciones IP dedicadas son más adecuadas para los clientes que envían grandes volúmenes de correo electrónico. La mayoría de los proveedores de servicios de Internet (ISP) solo realizan un seguimiento de la reputación de una determinada dirección IP si reciben un importante volumen de correo electrónico de esa dirección. Para cada ISP con el que desee cultivar una reputación, debe enviar varios cientos de mensajes de correo electrónico en un periodo de 24 horas, al menos una vez al mes.

En algunos casos, es posible que pueda utilizar direcciones IP dedicadas si no envía grandes volúmenes de correo electrónico. Por ejemplo, es posible que las direcciones IP dedicadas funcionen bien si envía a un pequeño grupo de destinatarios bien definido cuyos servidores de correo electrónico aceptan o rechazan correo electrónico a través de una lista de direcciones IP específicas, en lugar de la reputación de la dirección IP.

Costos adicionales

El uso de direcciones IP compartidas está incluido en el precio estándar de Amazon Pinpoint. Las direcciones IP dedicadas alquiladas incurren en un costo mensual adicional más allá de los costos estándar asociados con el envío de correo electrónico con Amazon Pinpoint. Cada dirección IP dedicada incurre en un cargo mensual independiente. Para obtener información acerca de los precios, consulte la [página de precios de Amazon Pinpoint](#).

Control sobre la reputación del remitente

Al utilizar direcciones IP dedicadas, la cuenta de Amazon Pinpoint es la única que puede enviar correo electrónico desde dichas direcciones. Por este motivo, la reputación del remitente de las direcciones IP dedicadas que alquila se determina en función de sus prácticas de envío de correos electrónicos.

Capacidad de aislar la reputación del remitente

Mediante el uso de direcciones IP dedicadas, puede aislar su reputación de remitente para distintos componentes de su programa de correo electrónico. Si alquila más de una dirección IP dedicada para su uso con Amazon Pinpoint, puede crear grupos de IP dedicadas: grupos de direcciones IP dedicadas que se pueden utilizar para enviar determinados tipos de correo electrónico. Por ejemplo, puede crear un conjunto de direcciones IP dedicadas para el envío de correo electrónico de marketing y otro para el envío de correos electrónicos de transacciones. Para obtener más información, consulte [Creación de grupos de IP dedicadas](#).

Direcciones IP conocidas y sin cambios

Si utiliza direcciones IP dedicadas, puede encontrar los valores de las direcciones que envían el correo electrónico en la página Direcciones IP dedicadas de la consola de Amazon Pinpoint. Las direcciones IP dedicadas no cambian.

Con las direcciones IP compartidas, no conoce las direcciones IP que utiliza Amazon Pinpoint para enviar el correo electrónico y estas pueden cambiar en cualquier momento.

Solicitud y renuncia de direcciones IP dedicadas

En esta sección, se describe cómo solicitar direcciones IP dedicadas y renunciar a ellas enviando una solicitud al [AWS Support Center](#). Cargamos en la cuenta una cuota mensual adicional por cada dirección IP dedicada que alquile para su uso con Amazon Pinpoint. Para obtener más información acerca de los costos asociados con direcciones IP dedicadas, consulte [Precios de Amazon Pinpoint](#).

Prácticas recomendadas para trabajar con direcciones IP dedicadas

Aunque no hay un compromiso mínimo, le recomendamos que alquile más de una dirección IP dedicada en cada región de AWS en la que se utilice Amazon Pinpoint. Cada región de AWS contiene varias ubicaciones físicas denominadas zonas de disponibilidad. Cuando alquila más de una dirección IP dedicada, distribuimos esas direcciones de la manera más uniforme posible entre las zonas de disponibilidad de la región de AWS que ha especificado en la solicitud. Distribuir de esta forma sus direcciones IP dedicadas entre las zonas de disponibilidad aumenta la disponibilidad y la redundancia de esas direcciones.

Para obtener una lista de todas las regiones en las que Amazon Pinpoint está disponible actualmente, consulte [puntos de conexión y cuotas de Amazon Pinpoint](#) en Referencia general de Amazon Web Services. Para obtener más información sobre la cantidad de zonas de disponibilidad de cada región, consulte [Infraestructura global de AWS](#).

Solicitud de direcciones IP dedicadas

En los pasos siguientes, se describe cómo solicitar direcciones IP dedicadas mediante la creación de un caso en el Centro de soporte de AWS. Puede usar este proceso para solicitar tantas direcciones IP dedicadas como necesite.

Para solicitar direcciones IP dedicadas

1. Inicie sesión en la AWS Management Console en <https://console.aws.amazon.com/>.
2. En el menú Support (Soporte), elija Support Center (Centro de soporte).

3. En la pestaña My support cases (Mis casos de soporte), elija Create case (Crear caso).
4. En Create case (Crear caso), elija Service quota increase (Aumento de la cuota de servicio).
5. En Case classification (Clasificación del caso), complete las secciones siguientes:
 - En Quota type (Tipo de cuota), elija Pinpoint Email (Correo electrónico de Pinpoint).
 - En Mail Type (Tipo de correo), elija el tipo de correo electrónico que tiene previsto enviar mediante las direcciones IP dedicadas. Si son aplicables varios valores, elija la opción que se aplique a la mayoría del correo electrónico que vaya a enviar.
 - En Website URL (URL del sitio web), escriba la dirección URL de su sitio web. Esta información nos ayuda a entender mejor el tipo de contenido que desea enviar.
 - En Describe in detail how you will only send to recipients who have specifically requested your mail (Describa en detalle cómo enviará solo correos a los destinatarios que hayan solicitado específicamente que les envíe correos), explique cómo se asegurará de que utilizará sus direcciones IP dedicadas para enviar correos electrónicos únicamente a aquellos destinatarios que desean recibir correos electrónicos de su parte.
 - En Describe in detail the process that you will follow when you receive bounce and complaint notifications (Describa en detalle el proceso que seguirá cuando reciba notificaciones de rebote y quejas), explique cómo procesará los rebotes y las quejas sobre el correo electrónico que tiene previsto enviar desde las direcciones IP dedicadas.
 - En Will you comply with AWS Service Terms and AUP (¿Cumplirá con las condiciones de servicio de y AUP?), elija la opción que se aplica a su caso de uso.
6. En Requests (Solicitudes), complete las secciones siguientes:
 - En Region (Región), seleccione la región de AWS a la que se refiere su solicitud.
 - En Quota (Cuota), elija Desired Maximum Email Send Rate (Tasa máxima de envío de correo electrónico deseada).
 - En New quota value (Nuevo valor de cuota), escriba el número máximo de mensajes que necesita poder enviar por segundo. Utilizamos este valor para calcular el número de direcciones IP dedicadas que necesita para implementar su caso de uso. Por este motivo, el cálculo aproximado que nos proporcione debe ser lo más preciso posible.

 Note

Una misma dirección IP dedicada solo se puede utilizar en la región de AWS que eligió en este paso. Si desea solicitar direcciones IP dedicadas para utilizarlas en otra región

de AWS, elija Add another request (Añadir otra solicitud). A continuación, complete los campos Region (Región), Quota (Cuota) y New quota value (Nuevo valor de cuota) para la región adicional. Repita este proceso para cada región en la que desea utilizar direcciones IP dedicadas.

7. En Case descripción (Descripción del caso), indique en Use case description (Descripción del caso de uso) que desea solicitar direcciones IP dedicadas. Si desea solicitar un número específico de direcciones IP dedicadas, indíquelo también. Si no especifica un número de direcciones IP dedicadas, le proporcionaremos el número necesario para cumplir el requisito de tasa de envío que ha especificado en el paso anterior.

A continuación, describa cómo tiene previsto utilizar las direcciones IP dedicadas para enviar correo electrónico mediante Amazon Pinpoint. Incluya información acerca de por qué desea usar direcciones IP dedicadas en lugar de direcciones IP compartidas. Esta información nos ayuda a comprender mejor su caso de uso.

8. En Contact options (Opciones de contacto), elija en Preferred contact language (Idioma de contacto preferido) si prefiere recibir las comunicaciones de este caso en English (Inglés) o Japanese (Japonés).
9. Cuando haya terminado, elija Submit (Enviar).

Una vez que envíe el formulario, evaluaremos su solicitud. Si le concedemos su solicitud, responderemos a su caso en el Centro de soporte para confirmarle que sus nuevas direcciones IP dedicadas están asociadas a su cuenta.

Renuncia a direcciones IP dedicadas

Si ya no necesita las direcciones IP dedicadas que están asociadas a su cuenta, puede renunciar a ellas realizando los pasos siguientes.

Important

El proceso de renuncia a una dirección IP dedicada no se puede revertir. Si renuncia a una dirección IP dedicada en mitad de un mes, prorratearemos la cuota de uso mensual de la dirección IP dedicada, según el número de días del mes actual que hayan transcurrido.

Para renunciar a direcciones IP dedicadas

1. Inicie sesión en la AWS Management Console en <https://console.aws.amazon.com/>.
2. En el menú Support (Soporte), elija Support Center (Centro de soporte).
3. En la pestaña My support cases (Mis casos de soporte), elija Create case (Crear caso).
4. En Create case (Crear caso), elija Service quota increase (Aumento de la cuota de servicio).
5. En Case classification (Clasificación del caso), complete las secciones siguientes:
 - En Quota type (Tipo de cuota), elija Pinpoint Email (Correo electrónico de Pinpoint).
 - En Mail Type (Tipo de correo), elija cualquier valor.
 - Para ¿Cumplirá con las condiciones de servicio de AWS y AUP?, elija la opción que se aplica al caso de uso.
6. En Requests (Solicitudes), complete las secciones siguientes:
 - En Region (Región), seleccione la región de AWS a la que se refiere su solicitud.

Note

Las direcciones IP dedicadas son únicas para cada región de AWS, por lo que es importante seleccionar la región a la que está asociada la dirección IP dedicada.

- En Quota (Cuota), elija Desired Maximum Email Send Rate (Tasa máxima de envío de correo electrónico deseada).
- En New quota value (Nuevo valor de cuota), escriba cualquier número. El número que ingrese aquí no es importante, ya que especifica la cantidad de direcciones IP dedicadas a las que desea renunciar en el siguiente paso.

Note

Una misma dirección IP dedicada únicamente se puede utilizar en una sola región de AWS. Si desea renunciar a direcciones IP dedicadas que utilizó en otras regiones de AWS, elija Add another request (Agregar otra solicitud). A continuación, complete los campos Region (Región), Quota (Cuota) y New quota value (Nuevo valor de cuota) para la región adicional. Repita este proceso para cada dirección IP dedicada a la que desee renunciar.

7. En Case Descripción (Descripción del caso), indique en Use case description (Descripción del caso de uso) que desea renunciar a las direcciones IP dedicadas existentes. Si actualmente tiene alquiladas más de una dirección IP dedicada, incluya el número de direcciones IP a las que desea renunciar.
8. En Contact options (Opciones de contacto), elija en Preferred contact language (Idioma de contacto preferido) si prefiere recibir las comunicaciones de este caso en English (Inglés) o Japanese (Japonés).
9. Cuando haya terminado, elija Submit (Enviar).

Una vez que recibamos su solicitud, le enviaremos un mensaje para pedirle que confirme que desea renunciar a sus direcciones IP dedicadas. Una vez que haya confirmado que desea renunciar a las direcciones IP, las quitaremos de su cuenta.

Visualización de una lista de direcciones IP dedicadas asociadas a la cuenta

Puede ver una lista de direcciones IP dedicadas que están asociadas con la cuenta de Amazon Pinpoint en la Región de AWS actual. Estas direcciones IP están disponibles para su uso con Amazon Pinpoint y Amazon Simple Email Service (Amazon SES).

También puede utilizar la consola de Amazon Pinpoint para determinar rápidamente si alguna de las direcciones IP dedicadas se muestra en las listas de agujero negro basadas en el sistema de nombres de dominio (DNSBL). Las DNSBL también se llaman Listas de agujero negro en tiempo real (RBL), listas de denegación, listas de bloques o listas negras. Las DNSBL son listas de direcciones IP sospechosas de enviar spam, contenido malicioso u otros mensajes no solicitados. Cada una de estas DNSBL afectan de forma diferente a la capacidad de entrega de correo electrónico. Las listas ofrecidas por Spamhaus son las que tienen un impacto más grave en la entrega de correo electrónico.

Para ver una lista de direcciones IP dedicadas en la cuenta

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, en Correo electrónico, elija IP dedicadas.

La lista de direcciones IP también incluye la siguiente información:

Mostrar fecha

Si la dirección IP aparece actualmente en una DNSBL, este campo muestra la fecha en la que se agregó por última vez.

Reputación

Una descripción del estado de la dirección IP.

Nombre de la lista negra

Si la dirección IP aparece actualmente en una DNSBL, este campo muestra el nombre de la lista en la que aparece.

Motivo de la lista negra

Si la dirección IP aparece actualmente en una DNSBL, este campo muestra el motivo por el que se agregó la dirección a la lista. Este texto lo proporcionan los propios proveedores de la lista. Algunos proveedores ofrecen explicaciones detalladas, mientras que otros ofrecen información genérica.

Preparación de direcciones IP dedicadas

A la hora de determinar si desea aceptar o rechazar un mensaje, los proveedores de servicios de correo electrónico tienen en cuenta la dirección IP que lo envía. Uno de los factores que contribuye a la reputación de una dirección IP es si esta tiene un historial de envío de correo electrónico de alta calidad. Es menos probable que los proveedores de correo electrónico acepten correo de nuevas direcciones IP que tengan poco o ningún historial. El correo electrónico enviado desde direcciones IP con poco o ningún historial podría acabar en las carpetas de correo no deseado de los destinatarios o bloquearse.

Cuando empiece a enviar correo electrónico desde una nueva dirección IP, debe aumentar gradualmente la cantidad de correo electrónico que envía desde esa dirección antes de utilizarla a plena capacidad. Este proceso se denomina preparación de la dirección IP.

La cantidad de tiempo necesario para preparar una dirección IP varía en función del proveedor de correo electrónico. Para algunos proveedores de correo electrónico, puede establecer una reputación positiva en aproximadamente dos semanas, mientras que para otros podrían ser necesarias hasta seis semanas. Al preparar una nueva dirección IP, debe enviar correo electrónico a los usuarios más activos para garantizar que la tasa de reclamaciones permanezca baja. También debe examinar

atentamente los mensajes de rebotes y enviar menos correo electrónico si recibe un gran número de notificaciones de bloqueo o limitación.

Preparar direcciones IP dedicadas automáticamente

Cuando solicita direcciones IP dedicadas, Amazon Pinpoint las prepara automáticamente para mejorar la entrega del correo electrónico enviado. La característica de preparación automática de direcciones IP está activada de forma predeterminada.

Los pasos que tienen lugar durante el proceso automático de preparación dependen de si ya dispone o no de direcciones IP dedicadas:

- Cuando solicita direcciones IP dedicadas por primera vez, Amazon Pinpoint distribuye el envío de correo electrónico entre las direcciones IP dedicadas y un conjunto de direcciones que se comparten con otros clientes de Amazon Pinpoint. Amazon Pinpoint aumenta progresivamente el número de mensajes enviados desde las direcciones IP dedicadas con el paso del tiempo.
- Si ya tiene direcciones IP dedicadas, Amazon Pinpoint distribuye el envío de correo electrónico entre las direcciones IP dedicadas (si ya están preparadas) y las nuevas direcciones IP dedicadas (que no están preparadas). Amazon Pinpoint aumenta gradualmente el número de mensajes que se envían desde las nuevas direcciones IP dedicadas con el paso del tiempo.

Después de preparar una dirección IP dedicada, debe enviar aproximadamente 1 000 mensajes de correo electrónico cada día a cada proveedor de correo electrónico con el que desee mantener una reputación positiva. Debe realizar esta tarea en cada dirección IP dedicada que utilice con Amazon Pinpoint.

Debe evitar enviar grandes volúmenes de correo electrónico inmediatamente después de que se complete el proceso de preparación. En lugar de ello, aumente lentamente el número de mensajes que envía hasta alcanzar el volumen deseado. Si un proveedor de correo electrónico detecta un gran aumento repentino del número de mensajes enviados desde una dirección IP, podría bloquear o limitar la entrega de mensajes desde esa dirección.

Creación de grupos de IP dedicadas

Si ha comprado varias direcciones IP dedicadas para su uso con Amazon Pinpoint, puede crear grupos de dichas direcciones. Estos grupos se denominan grupos de IP dedicadas. Un escenario común consiste en crear un conjunto de direcciones IP dedicadas para el envío de comunicaciones de marketing y otro para el envío de correos electrónicos de transacciones. Su reputación de

remite para correos electrónicos de transacciones queda aislada de la de sus correos electrónicos de marketing. En este caso, si una campaña de marketing genera un gran número de reclamaciones, la entrega de sus mensajes de correo electrónico de transacciones no se ve afectada.

Los grupos de IP dedicadas están disponibles para su uso en Amazon Pinpoint y Amazon Simple Email Service (Amazon SES). Al crear un grupo de IP dedicadas, debe elegir un conjunto de configuraciones al que asociarlo. Actualmente, solo puede administrar conjuntos de configuraciones y grupos de IP con Amazon SES. Para obtener más información acerca de la configuración de conjuntos de configuraciones, consulte [Creación de conjuntos de configuraciones](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service. Para obtener más información sobre la configuración de grupos de IP dedicadas, consulte [Creación de grupos de IP dedicadas](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service.

Para utilizar conjuntos de configuración (y, por lo tanto, grupos de IP dedicadas) con Amazon Pinpoint, debe configurar el conjunto de configuración como el conjunto de configuración predeterminado para las identidades de correo electrónico que utilice con Amazon Pinpoint. Para obtener más información, consulte [Aplicar un conjunto de configuraciones a una identidad de correo electrónico](#).

El panel de capacidad de entrega de Amazon Pinpoint

El panel de capacidad de entrega le ayuda a identificar y abordar los problemas que podrían afectar a la entrega de los correos electrónicos que envíe. Al solucionar los problemas que identifica el panel de capacidad de entrega, puede aumentar las posibilidades de que los mensajes de correo electrónico enviados desde Amazon Pinpoint y Amazon Simple Email Service (Amazon SES) lleguen a las bandejas de entrada de los clientes, en lugar de a las carpetas de correo no deseado.

Important

El uso del panel de capacidad de entrega conlleva el pago de cuotas asociadas adicionales. Para obtener más información sobre estas cuotas, consulte la [Página de precios de Amazon Pinpoint](#).

Puede acceder al panel de capacidad de entrega mediante la consola de Amazon Pinpoint.

Para ver el panel de capacidad de entrega

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.

2. En el panel de navegación, elija Deliverability dashboard (Panel de capacidad de entrega).

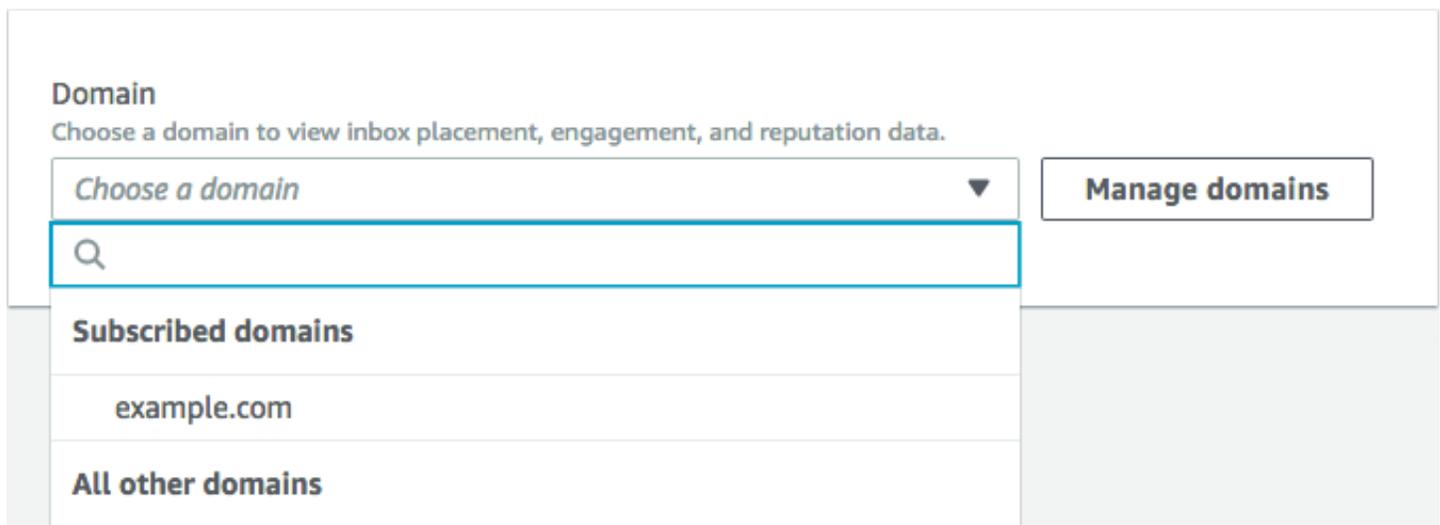
El panel de capacidad de entrega consta de seis partes, que se describen en las siguientes secciones:

- [Reputación de dominio](#)
- [Reputación de IP](#)
- [Tasas de rebote y reclamaciones](#)
- [Métricas de entrega de la campaña](#)
- [Pruebas de colocación en la bandeja de entrada](#)
- [Configuración del panel](#)

Reputación de dominio

La página Reputación de dominio contiene información acerca de los dominios a los que se envía correo electrónico, incluidas las tasas de interacción y de colocación en la bandeja de entrada, así como las actividades de lista de denegación.

Elija un dominio desde el menú Domain (Dominio) para ver información sobre ese dominio, tal y como se muestra en la siguiente imagen.



Resumen

Esta sección contiene información sobre el porcentaje de mensajes de correo electrónico enviados desde un dominio específico que han llegado a las bandejas de entrada de sus clientes. También proporciona información sobre el porcentaje de mensajes de correo electrónico con los que sus

clientes han interactuado abriéndolos o haciendo clic en los enlaces que contienen. Por último, muestra el número de listas de denegación en las que figuran las direcciones IP asociadas con el dominio.

Note

La información de esta sección contiene instrucciones generales, en lugar de métricas exactas. Si necesitas métricas precisas relacionadas con la entrega de tu correo y la interacción con él, deberías configurarlas [Transmisión de eventos con Amazon Pinpoint](#).

Para ver los datos de esta sección, elija un dominio suscrito, tal y como se muestra en la siguiente imagen. Al elegir un dominio, los datos aparecen en Resumen, Colocación en la bandeja de entrada por proveedor de correo electrónico y Actividades de lista de denegación.

Al elegir un dominio y un intervalo de fechas, la sección Deliverability overview (Información general sobre la capacidad de entrega) muestra la siguiente información:

- Índice de interacción: el porcentaje de mensajes de correo electrónico enviados desde el dominio seleccionado que los destinatarios han abierto o en cuyos enlaces han hecho clic. Al determinar si desea entregar sus mensajes de correo electrónico en las bandejas de entrada de los destinatarios, muchos proveedores de correo electrónico (sobre todo los más importantes) tienen en cuenta la frecuencia con que los destinatarios han interactuado con el correo electrónico que se ha enviado desde el dominio del remitente en el último mes o dos. Por este motivo, es importante tratar de mantener un índice de interacción de al menos un 25 %.
- Índice de colocación en la bandeja de entrada: el porcentaje de mensajes de correo electrónico enviados desde el dominio seleccionado que han llegado a las bandejas de entrada de los destinatarios. Un índice de colocación en la bandeja de entrada en torno al 80 % se considera normal.
- Actividades de lista de denegación: el número de listas de denegación que las direcciones IP asociaron con el dominio en el que aparecen. Para obtener más información acerca de las listas de denegación, consulte [Actividades de lista de denegación](#).

Alarmas

En la pestaña Alarms (Alarmas), puede crear alarmas que le envíen notificaciones para cualquiera de las métricas en la sección Summary (Resumen).

Para crear una alarma

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Deliverability dashboard (Panel de capacidad de entrega).
3. En la pestaña Alarms (Alarmas), elija Create alarm (Crear alarma).
4. En la página Create alarm (Crear alarma), proceda del modo siguiente:
 - a. En Alarm name (Nombre de alarma), especifique un nombre que le permita identificar fácilmente la alarma.
 - b. En Send notification when the (Enviar notificación cuando), elija una de las siguientes opciones:
 - Tasa de ubicación de la bandeja de entrada: al elegir esta opción, la alarma tiene en cuenta la tasa de ubicación de la bandeja de entrada de todos los proveedores de correo electrónico.
 - Tasa de ubicación de la bandeja de entrada: al elegir esta opción, la alarma tiene en cuenta la tasa de ubicación de la bandeja de entrada para proveedores de correo electrónico específicos, como Gmail o Yahoo. Cuando elija esta opción, también podrá elegir el proveedor de correo electrónico al que se aplica la alarma.
 - c. Configure los valores que provoquen que se active la alarma. Por ejemplo, si desea recibir una notificación cuando la tasa de ubicación de la bandeja de entrada para la cuenta sea del 75 % o menos, elija \leq . Después introduzca un valor de **75**, tal y como se muestra en la siguiente imagen.

Send a notification when the

is

- d. Especifique la cantidad de tiempo que tiene que transcurrir para que se active la alarma. Por ejemplo, puede configurar la alarma de manera que solo se envíe una notificación cuando la tasa de colocación en la bandeja de entrada sea inferior a un porcentaje determinado y siga siendo inferior a ese porcentaje durante más de 2 días. En este ejemplo, junto a for at least (durante al menos), especifique un valor de **2**. A continuación, junto a consecutive period(s) of (períodos consecutivos de), elija 1 day (1 día), como se muestra en la siguiente imagen.

for at least consecutive period(s) of

- e. En Notification method (Método de notificación), elija una de las siguientes opciones:
- Utilizar un tema de SNS existente: elija esta opción si ya ha creado un tema de Amazon SNS y ha suscrito puntos de conexión a él.
 - Crear un tema nuevo: elija esta opción si aún no ha creado un tema de Amazon SNS o si desea crear uno nuevo.
-  **Note**

Cuando cree un nuevo tema, tendrá que suscribir uno o más puntos de enlace a él. Para obtener más información, consulte el tema [Suscripción a Amazon SNS](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Notification Service.
- f. (Opcional) Puede elegir o crear más de un tema de Amazon SNS. Para añadir un tema, elija Notify an additional SNS topic (Notificar un tema de SNS adicional).
- g. Cuando haya terminado, elija Create (Crear).

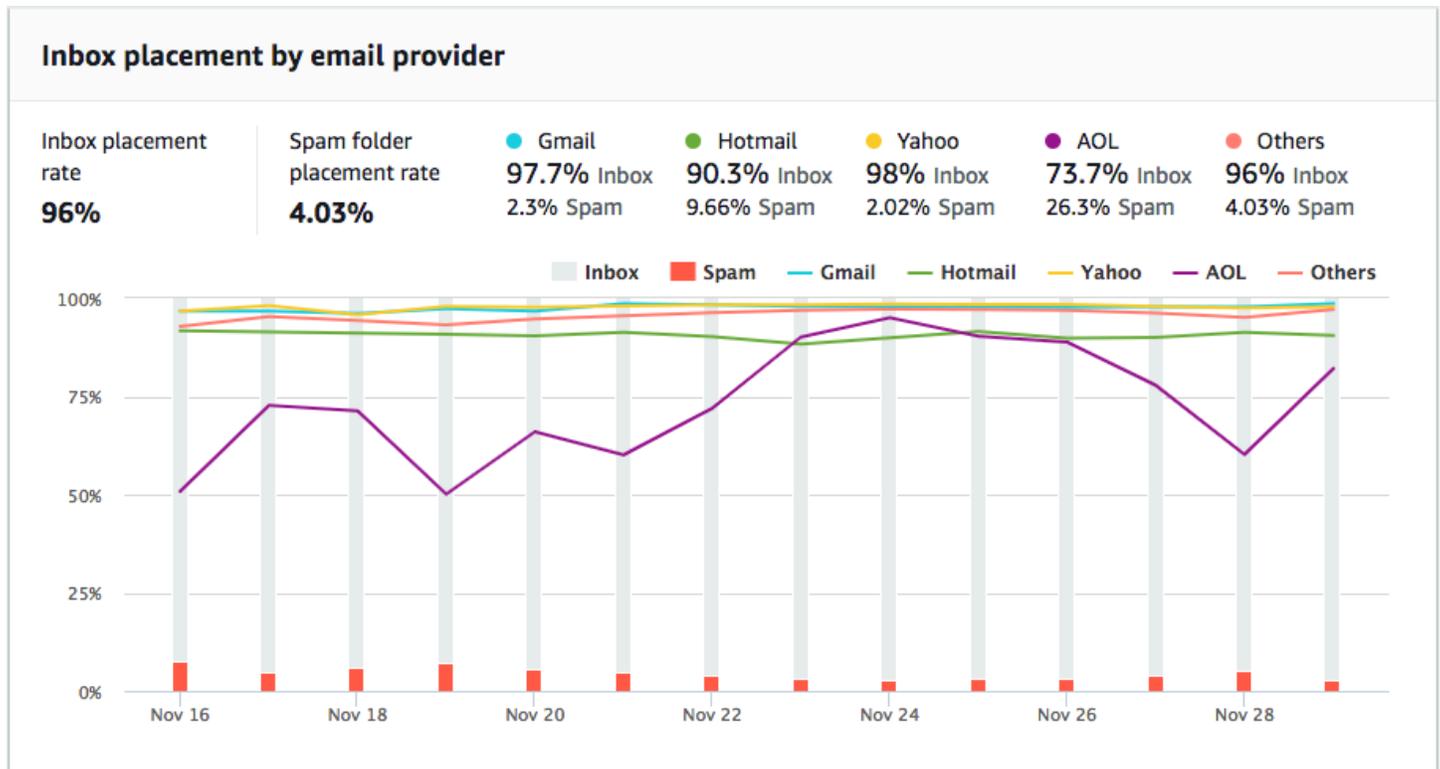
Colocación en la bandeja de entrada por proveedor de correo electrónico

En esta sección se muestra cómo administran los distintos proveedores de correo electrónico gestiona el correo electrónico enviado desde el dominio del remitente durante el periodo seleccionado. Los proveedores de correo electrónico analizados en esta sección son Gmail, Hotmail, Yahoo y AOL. Esta sección también contiene una categoría denominada Others (Otros). Esta categoría incluye los proveedores de Internet y los proveedores regionales. Combinadas, las métricas de entrega calculadas en esta sección representan la amplia mayoría del correo electrónico enviado en todo el mundo a los consumidores.

Esta sección incluye los índices medios de colocación en la bandeja de entrada y en la carpeta de spam de los distintos proveedores de correo electrónico. También incluye un gráfico, que aparece en la siguiente imagen, que muestra el índice de colocación en la bandeja de entrada de cada proveedor correspondiente a cada día del periodo de análisis. La información de este cuadro le puede ayudar a identificar las campañas que generaron índices de entrega insuficientes.

Note

Puede utilizar el filtro de fecha para elegir un intervalo de fechas que contenga hasta 30 días.



Actividades de lista de denegación

Esta sección le ayuda a identificar rápidamente los eventos de lista de denegación que podrían afectar a la entrega de los mensajes de correo electrónico enviados desde el dominio. Una lista de denegación es una lista de direcciones IP que se considera sospechosa de enviar correo no solicitado o malintencionado. Los distintos proveedores de listas de denegación aplican diferentes criterios para agregar direcciones IP a las listas y para eliminarlas (o excluirlas) de ellas. Además, cada proveedor de correo electrónico utiliza una lista de denegación diferente o conjunto de listas de denegación. Asimismo, cada proveedor pondera de manera diferente los eventos de lista de denegación. Si una de sus direcciones IP dedicadas aparece en esta sección, no significa necesariamente que afecte a la entrega de su correo electrónico.

No obstante, si esto sucede, debe ponerse en contacto con la organización que administra la lista de denegación y solicitar que eliminen la dirección IP de ella. En la siguiente tabla se incluye una lista de

los operadores de listas de denegación que se tienen en cuenta en esta sección, así como enlaces a los procedimientos de retirada de direcciones IP de esas listas.

Operador de lista de denegación	Enlace al procedimiento de retirada
Spamhaus	Sitio web de Spamhaus
Barracuda	Sitio web de Barracuda
Cloudmark Sender Intelligence (CSI)	Sitio web de Cloudmark Sender Intelligence
LashBack	LashBack sitio web
Passive Spam Block List (PSBL)	Sitio web de Passive Spam Block List
SORBS	Sitio web de SORBS
SpamCop	SpamCopsitio web

Autenticación de dominio

Esta sección contiene información sobre los distintos métodos que puede utilizar para autenticar sus dominios. Para configurar DKIM o la autenticación SPF de un dominio, debe añadir los registros específicos a la configuración de DNS para el dominio. Para ver estos registros, elija View the DNS record (Ver el registro de DNS).

Los procedimientos para actualizar los registros de DNS de un dominio varían en función del proveedor de DNS o alojamiento web que utilice. Consulte la documentación del proveedor para obtener más información sobre la adición de registros de DNS.

Reputación de IP

La página Reputación de direcciones IP contiene información acerca de las actividades de lista de denegación para las direcciones IP dedicadas que utiliza para enviar correo electrónico mediante Amazon Pinpoint y Amazon Simple Email Service (Amazon SES).

Información general

La pestaña Información general muestra todas las direcciones IP dedicadas asociadas a las cuentas de Amazon Pinpoint y Amazon SES, tal como se muestra en la siguiente imagen.

Dedicated IP addresses (2)

[Request more dedicated IP addresses ↗](#)

The following section contains information about the dedicated IP addresses that are associated with your Amazon Pinpoint account. [Info](#)

< 1 >
⚙️

IP address ▲	Listing date ▼	Reputation ▼	Blacklist name ▼	Blacklist reason
198.51.100.42	-	High	-	-
198.51.100.43	-	High	-	-

Si el valor de la columna Reputación es Alta, significa que no hay actividades de lista de denegación que afecten a la reputación de esa dirección IP. Si la dirección IP aparece en una lista de denegación, se muestra el nombre de esa lista de denegación en la columna Nombre de la lista negra.

No obstante, si esto sucede, debe ponerse en contacto con la organización que administra la lista de denegación y solicitar que eliminen la dirección IP de ella. En la siguiente tabla se incluye una lista de los operadores de listas de denegación que se tienen en cuenta en esta sección, así como enlaces a los procedimientos de retirada de direcciones IP de esas listas.

Operador de lista de denegación	Enlace al procedimiento de retirada
Spamhaus	Sitio web de Spamhaus
Barracuda	Sitio web de Barracuda
Invaluemment	Sitio web de Invaluemment
LashBack	LashBack sitio web
Passive Spam Block List (PSBL)	Sitio web de Passive Spam Block List
SORBS	Sitio web de SORBS

Alarmas

En la pestaña Alarmas, puede crear alarmas que le envíen notificaciones cuando las IP dedicadas se agreguen a listas de denegación principales.

Para crear una alarma

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Deliverability dashboard (Panel de capacidad de entrega).
3. En la pestaña Alarms (Alarmas), elija Create alarm (Crear alarma).
4. En la página Create alarm (Crear alarma), proceda del modo siguiente:
 - a. En Alarm name (Nombre de alarma), especifique un nombre que le permita identificar fácilmente la alarma.
 - b. Configure los valores que provoquen que se active la alarma. Por ejemplo, si desea recibir una notificación cuando la tasa de IP en la lista de denegación para la cuenta sea de un 5 % o más, elija \geq . Después introduzca un valor de 5, tal y como se muestra en la siguiente imagen.

Send a notification when the

Blacklisted IP rate ▼

is \geq ▼ 5 percent

- c. Especifique la cantidad de tiempo que tiene que transcurrir para que se active la alarma. Por ejemplo, puede configurar la alarma de manera que solo se envíe una notificación cuando la tasa de IP en la lista de denegación supere una tasa determinada y continúe en esa tasa durante más de 2 horas. En este ejemplo, junto a for at least (durante al menos), especifique un valor de 2. A continuación, junto a consecutive period(s) of (períodos consecutivos de), elija 1 hour (1 hora), como se muestra en la siguiente imagen.

for at least 2 consecutive period(s) of 1 hour ▼

- d. En Notification method (Método de notificación), elija una de las siguientes opciones:
 - Utilizar un tema de SNS existente: elija esta opción si ya ha creado un tema de Amazon SNS y ha suscrito puntos de conexión a él.
 - Crear un tema nuevo: elija esta opción si aún no ha creado un tema de Amazon SNS o si desea crear uno nuevo.

Note

Cuando cree un nuevo tema, tendrá que suscribir uno o más puntos de enlace a él. Para obtener más información, consulte el tema [Suscripción a Amazon SNS](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Notification Service.

- e. (Opcional) Puede elegir o crear más de un tema de Amazon SNS. Para añadir un tema, elija **Notify an additional SNS topic** (Notificar un tema de SNS adicional).
- f. Cuando haya terminado, elija **Create** (Crear).

Tasas de rebote y reclamaciones

En la página Tasas de devoluciones y reclamaciones, puede encontrar métricas importantes relacionadas con las tasas de devoluciones y reclamaciones de la cuenta combinada de Amazon Pinpoint y Amazon Simple Email Service (Amazon SES).

Un rebote se produce cuando un correo que envía no se puede entregar debido a un problema permanente. Por ejemplo, se puede producir un rebote si la dirección del destinatario no existe, o si el proveedor de correo electrónico del destinatario está bloqueando el correo electrónico desde su dominio o dirección IP. Los proveedores de correo electrónico consideran que una tasa de rebotes alta es un signo negativo. Esto es porque indica que envía un correo electrónico a personas que no han aceptado explícitamente recibir mensajes de usted. Una tasa elevada de rebotes podría tener un impacto negativo en la entrega de sus correos electrónicos.

Se produce una reclamación cuando un cliente recibe un correo electrónico suyo e informa al proveedor de correo electrónico de él como no deseado (por ejemplo, mediante la característica Informar de spam en el cliente de correo electrónico). Los proveedores de correo electrónico consideran que las reclamaciones son un signo grave de que su dominio envía correo electrónico no solicitado. Por ese motivo, una tasa de reclamaciones elevada puede tener un efecto muy negativo en la entrega de su correo electrónico.

Las tasas de rebote y reclamaciones altas suelen indicar que un destinatario está enviando mensajes no solicitados a sus destinatarios. Por ese motivo, los proveedores de correo electrónico examinan con atención sus tasas de rebote y reclamaciones cuando determinan si enviar su correo electrónico a la bandeja de entrada o a la carpeta de correo no deseado.

Puede utilizar la página Tasa de rebotes y reclamaciones para realizar un seguimiento de estas métricas de toda la cuenta. En esta página, también puede crear alarmas que le avisen cuando las tasas de rebote o de reclamación alcancen determinados umbrales.

Información general

La pestaña Overview (Descripción general) contiene información sobre las tasas de rebote y reclamaciones para la cuenta.

Note

En esta página, se muestran las estadísticas de devoluciones y quejas de toda tu AWS cuenta en la AWS región actual. Si utiliza Amazon Pinpoint y Amazon SES para enviar correos electrónicos, esta página muestra las métricas combinadas de devoluciones y reclamaciones de ambos servicios.

Resumen

Esta sección muestra el estado de su cuenta. A continuación se muestra una lista de valores posibles:

- **Healthy:** actualmente no hay ningún problema que afecte a su cuenta.
- **Under review (En proceso de revisión):** su cuenta está en proceso de revisión. Si los problemas que han provocado que pongamos su cuenta en proceso de revisión no se resuelven antes de que finalice el periodo de revisión, podríamos suspender la capacidad de su cuenta para enviar correo electrónico.
- **Pending end of review decision (Pendiente de final de la decisión de revisión):** su cuenta está en proceso de revisión. Debido a la naturaleza de los problemas que hicieron que pusieramos su cuenta en proceso de revisión, tenemos que realizar una revisión manual de su cuenta antes de adoptar cualquier otra medida.
- **Sending paused (Envío suspendido):** hemos suspendido la capacidad de su cuenta para enviar correo electrónico. Mientras la capacidad de la cuenta para enviar correo electrónico esté suspendida, no puede enviar correos electrónicos a través de Amazon Pinpoint o Amazon SES. Puede solicitar que revisemos esta decisión.
- **Pending sending pause (Pendiente de suspensión de envío):** su cuenta está en proceso de revisión. Los problemas que han provocado que pongamos su cuenta en proceso de revisión no se han resuelto. En esta situación, normalmente suspendemos la capacidad de la cuenta para enviar

correo. No obstante, dada la naturaleza de su cuenta, debemos revisarla antes de tomar alguna otra medida.

En número que se muestra en Emails sent (Correos electrónicos enviados) es el número de correos electrónicos que tuvimos en cuenta al tomar esta decisión. El número de Sent over period (Enviado durante el período) es el período durante el que envió esos correos electrónicos.

Para obtener más información sobre cada valor de estado y cómo trabajamos con usted para solucionar los problemas que afectan a la cuenta, consulte las [preguntas frecuentes sobre el proceso de revisión de envío](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service.

Bounce rate (Tasa de rebotes)

En esta sección se muestra la tasa de rebotes actual para su cuenta. La tasa de rebotes de su cuenta debe ser siempre inferior al 5 %. Si la tasa de rebotes de su cuenta supera el 10 %, podríamos suspender temporalmente la capacidad de su cuenta para enviar correo electrónico.

Esta sección contiene la siguiente información:

- Correos electrónicos elegibles enviados: el número de correos electrónicos que se tuvieron en cuenta al calcular la tasa de devolución.
- Periodo de envío: el periodo de tiempo que hemos considerado para calcular la tasa de devoluciones.

No calcular la tasa de rebotes en función de un periodo de tiempo fijo, ya que distintos remitentes envían a ritmos diferentes. En su lugar, nos fijamos en un volumen representativo, es decir, una cantidad de correo electrónico que representa tus prácticas de envío habituales.

- Tasa de devoluciones: el porcentaje de correos electrónicos que envió durante el periodo de análisis que se devolvieron.
- Estado general: indica el estado de la métrica. El estado puede ser uno de los siguientes:
 - Healthy (Buen estado): la tasa de rebotes para la cuenta se encuentra dentro de los niveles normales.
 - Casi recuperada: la cuenta se ha puesto en revisión porque la tasa de devolución era demasiado alta. Desde que comenzó el período de revisión, la tasa de rebotes ha permanecido por debajo de la tasa máxima. Si la tasa de rebotes permanece por debajo de la tasa máxima, el estado de esta métrica cambia a Healthy (En buen estado) antes de que finalice el período de revisión.

- **En revisión:** la cuenta se ha puesto en revisión porque la tasa de devolución era demasiado alta. La tasa de rebotes no ha mejorado porque su cuenta se encuentra en revisión. Si el problema que ha provocado que la tasa de rebotes supere el 5 % no se resuelve antes de que finalice el período de revisión, podríamos suspender la capacidad de su cuenta para enviar correo electrónico.
- **Pausa de envío:** la capacidad de la cuenta para enviar correos electrónicos se detuvo porque la tasa de devolución era demasiado alta. Mientras esté suspendida la capacidad de su cuenta para enviar correos electrónicos, no podrá realizar esa tarea. Puede solicitar que revisemos esta decisión.
- **Pending sending pause (Pendiente de suspensión de envío):** la métrica provocó que colocara su cuenta en proceso de revisión. Los problemas que han dado lugar a este periodo de revisión no se han resuelto. Estos problemas pueden hacer que suspendamos la capacidad de su cuenta para enviar correo electrónico. Un miembro de nuestro equipo tiene que revisar su cuenta antes de que tomemos alguna medida adicional.

Para obtener más información sobre cada valor de estado y cómo trabajamos con usted para solucionar los problemas que afectan a la cuenta, consulte las [preguntas frecuentes sobre el proceso de revisión de envío](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service.

Complaint rate (Tasa de reclamaciones)

En esta sección se muestra la tasa de reclamaciones actual para su cuenta. La tasa de reclamaciones de su cuenta debe ser siempre inferior al 0,1 %. Si el porcentaje de quejas de su cuenta supera el 0,1 %, podríamos suspender temporalmente la capacidad de su cuenta para enviar correo electrónico.

Esta sección contiene la siguiente información:

- **Correos electrónicos elegibles enviados:** el número de correos electrónicos que se tuvieron en cuenta al calcular la tasa de reclamaciones.
- **Periodo de envío:** el periodo de tiempo que hemos considerado para calcular la tasa de reclamaciones.
- **Tasa de reclamaciones:** el porcentaje de correos electrónicos que envió durante el periodo de análisis y que dieron lugar a reclamaciones.
- **Estado general:** indica el estado de la métrica. El estado puede ser uno de los siguientes:

- **Healthy (Buen estado):** la tasa de reclamaciones para la cuenta se encuentra dentro de los niveles normales.
- **Casi recuperada:** la cuenta se ha puesto en revisión porque la tasa de reclamaciones era demasiado alta. Desde que comenzó el período de revisión, la tasa de reclamaciones ha permanecido por debajo de la tasa máxima. Si la tasa de reclamaciones permanece por debajo de la tasa máxima, el estado de esta métrica cambia a Healthy (En buen estado) antes de que finalice el período de revisión.
- **En revisión:** la cuenta se ha puesto en revisión porque la tasa de reclamaciones era demasiado alta. La tasa de reclamaciones no ha mejorado porque su cuenta se encuentra en revisión. Si el problema que ha provocado que la tasa de reclamaciones supere el 0,1 % no se resuelve antes de que finalice el período de revisión, podríamos suspender la capacidad de su cuenta para enviar correo electrónico.
- **Pausa de envío:** la capacidad de la cuenta para enviar correos electrónicos se detuvo porque la tasa de reclamaciones era demasiado alta. Mientras esté suspendida la capacidad de su cuenta para enviar correos electrónicos, no podrá realizar esa tarea. Puede solicitar que revisemos esta decisión.
- **Pausa de envío pendiente:** la cuenta se ha puesto en revisión porque la tasa de reclamaciones era demasiado alta. Los problemas que han dado lugar a este periodo de revisión no se han resuelto. Estos problemas pueden hacer que suspendamos la capacidad de su cuenta para enviar correo electrónico. Un miembro de nuestro equipo tiene que revisar su cuenta antes de que tomemos alguna medida adicional.

Para obtener más información sobre cada valor de estado y cómo trabajamos con usted para solucionar los problemas que afectan a la cuenta, consulte las [preguntas frecuentes sobre el proceso de revisión de envío](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service.

Alarmas

En la pestaña Alarms (Alarmas), puede crear alarmas que le envíen notificaciones cuando las tasas de rebotes o reclamaciones para su cuenta superen determinados niveles.

Para crear una alarma

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Deliverability dashboard (Panel de capacidad de entrega).
3. En la pestaña Alarms (Alarmas), elija Create alarm (Crear alarma).

4. En la página Create alarm (Crear alarma), proceda del modo siguiente:
- En Alarm name (Nombre de alarma), especifique un nombre que le permita identificar fácilmente la alarma.
 - En Send a notification when the (Enviar notificación cuando), elija una de las siguientes opciones:
 - Bounce rate (Tasa de rebotes)
 - Complaint rate (Tasa de reclamaciones)
 - Configure los valores que provoquen que se active la alarma. Por ejemplo, si desea recibir una notificación cuando la tasa de devoluciones para la cuenta sea de un 5 % o más, elija \geq . Después introduzca un valor de 5, tal y como se muestra en la siguiente imagen.

Send a notification when the

Bounce rate ▼

is \geq ▼ 5 percent

- Especifique la cantidad de tiempo que tiene que transcurrir para que se active la alarma. Por ejemplo, puede configurar la alarma de manera que solo se envíe una notificación cuando la tasa de rebotes supere una tasa determinada y continúe en esa tasa durante más de 2 horas. En este ejemplo, junto a for at least (durante al menos), especifique un valor de 2. A continuación, junto a consecutive period(s) of (períodos consecutivos de), elija 1 hour (1 hora), como se muestra en la siguiente imagen.

for at least 2 consecutive period(s) of 1 hour ▼

- En Notification method (Método de notificación), elija una de las siguientes opciones:
 - Utilizar un tema de SNS existente: elija esta opción si ya ha creado un tema de Amazon SNS y ha suscrito puntos de conexión a él.
 - Crear un tema nuevo: elija esta opción si aún no ha creado un tema de Amazon SNS o si desea crear uno nuevo.

Note

Cuando cree un nuevo tema, tendrá que suscribir uno o más puntos de enlace a él. Para obtener más información, consulte [Suscripción de un punto de conexión a un tema](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Simple Notification Service.

- f. (Opcional) Puede elegir o crear más de un tema de Amazon SNS. Para añadir un tema, elija `Notify an additional SNS topic` (Notificar un tema de SNS adicional).
- g. Cuando haya terminado, elija `Create` (Crear).

Métricas de entrega de la campaña

La sección Métricas de entrega de la campaña contiene información sobre las tasas de colocación en la bandeja de entrada para el correo electrónico enviado desde sus dominios. Sin embargo, a diferencia de la página [Domain reputation \(Reputación de dominio\)](#), la página Campaign delivery metrics (Métricas de entrega de la campaña) contiene información sobre las campañas de correo electrónico específicas, en contraposición a la información de todos los dominios.

Las métricas de entrega de la campaña del panel de capacidad de entrega utilizan heurísticas como el dominio de origen y la hora de envío para agrupar mensajes similares en categorías. No podemos garantizar que esto se ajuste a las campañas o tratamientos de Amazon Pinpoint. Al enviar una campaña de Amazon Pinpoint con varios tratamientos, puede revisar la página de análisis de la campaña para informar de la tasa de apertura de todos los tratamientos.

Cuando elija un dominio y un intervalo de fechas, verá que contiene la siguiente información:

- Vista previa: una imagen pequeña que muestra el contenido del correo electrónico. Haga una pausa en la imagen para ver una vista previa de mayor tamaño.
- Fecha del último envío: la fecha y la hora en que se envió el mensaje por última vez.
- Asunto: el asunto del mensaje de correo electrónico.
- Dirección del remitente: la dirección del remitente (“De”) para el mensaje.
- ESP: el proveedor de correo electrónico (como Gmail o Yahoo) al que se aplican las métricas.
- Tasa de bandeja de entrada: el porcentaje de correos electrónicos enviados desde la campaña que llegaron a las bandejas de entrada de los destinatarios (en lugar de a la carpeta de correo basura).

- Tasa de apertura: el porcentaje de correos electrónicos enviados desde la campaña que abrieron los destinatarios.

Cuando elija una campaña de esta tabla, verá una página de detalles de la campaña. Las páginas de detalles de la campaña contienen dos secciones: Details (Detalles) y Sending IP addresses (Direcciones IP de envío).

Detalles

Esta sección contiene la siguiente información sobre la campaña:

- Fecha del último envío: la fecha y la hora en que se envió el mensaje por última vez.
- Fecha del primer envío: la fecha y la hora en que se envió el mensaje por primera vez.
- Asunto: el asunto del mensaje de correo electrónico.
- Dirección del remitente: la dirección del remitente (“De”) para el mensaje.
- Dominio del remitente: el dominio desde el que se envió el mensaje.
- ESP: el proveedor de correo electrónico (como Gmail o Yahoo) al que se aplican las métricas.
- Volumen estimado: el número aproximado de destinatarios a los que se envió esta campaña.
- Colocación en la bandeja de entrada: el porcentaje de correos electrónicos enviados desde la campaña que llegaron a las bandejas de entrada de los destinatarios (en lugar de a la carpetas de correo basura).
- Colocación en spam: el porcentaje de correos electrónicos enviados desde la campaña que llegaron a las carpetas de correo basura de los destinatarios.
- Leídos: el porcentaje de correos electrónicos que abrieron los destinatarios.
- Leídos y eliminados: el porcentaje de correos electrónicos que los destinatarios abrieron y luego eliminaron.
- Eliminados: el porcentaje de correos electrónicos que los destinatarios eliminaron sin leer.

La página de detalles de la campaña también incluye una vista previa más grande del cuerpo del correo electrónico. Amazon Pinpoint elimina automáticamente la información de identificación de esta imagen de vista previa.

Envío de direcciones IP

En esta sección se muestran todas las direcciones IP que utilizan Amazon Pinpoint y Amazon SES al enviar el mensaje seleccionado a los destinatarios.

Pruebas de colocación en la bandeja de entrada

En la página Pruebas de colocación en la bandeja de entrada del panel de capacidad de entrega, puede realizar pruebas que le ayuden a predecir cómo más de 95 proveedores de correo electrónico de distintos lugares del mundo administran mensajes específicos. Cuando realice una prueba de colocación en la bandeja de entrada, proporciona un mensaje de ejemplo que incluye el contenido que ha previsto enviar a los clientes. A continuación, Amazon Pinpoint envía ese mensaje a direcciones de correo electrónico especiales en varios dominios de correo electrónico importantes. Transcurridas unas 24 horas, la prueba finaliza y es posible consultar los resultados.

Important

Al realizar una prueba de colocación en la bandeja de entrada, enviamos su mensaje a un tercero para pruebas de entrega y análisis. Imponemos nuestros requisitos de seguridad estándar en este tercero y el contenido de sus correos electrónicos se cifra durante la transferencia. Sin embargo, dado que no es necesario utilizar datos reales al realizar estas pruebas, le recomendamos que evite el envío de la información confidencial o que permita la identificación personal en los mensajes que se utilizan en estas pruebas.

Una prueba de colocación en la bandeja de entrada permite saber cómo administran un mensaje concreto los diferentes proveedores de correo electrónico. Los resultados de las pruebas indican cuántos de sus mensajes han llegado a las bandejas de entrada de los destinatarios a través de distintos proveedores de correo electrónico. También indican la cantidad de mensajes que se enviaron a las carpetas de correo no deseado de los destinatarios y la cantidad de ellos que no se entregaron siquiera. Las pruebas de colocación en la bandeja de entrada le ayudan a identificar los problemas de capacidad de entrega que podrían surgir a causa del contenido de sus mensajes de correo electrónico.

La suscripción mensual al panel de capacidad de entrega incluye 25 pruebas de colocación en la bandeja de entrada al mes. Puede adquirir más pruebas a un costo adicional. Para obtener más información, consulte [Precios de Amazon Pinpoint](#).

Para crear una prueba de colocación de correo electrónico, realice el siguiente procedimiento:

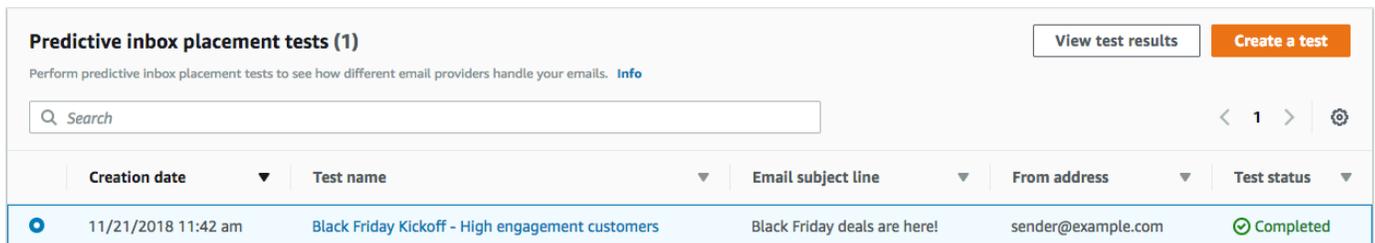
1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación del panel de capacidad de entrega, elija Pruebas de colocación en la bandeja de entrada.

3. Elija **Create a test** (Crear una prueba).
4. En **Name** (Nombre), introduzca un nombre que le permita identificar fácilmente esta prueba concreta.
5. En **From address** (Dirección del remitente), elija **Email address** (Dirección de correo electrónico) o **Domain** (Dominio) y especifique la dirección de correo electrónico desde la que haya previsto enviar el mensaje de correo electrónico.
6. En **Subject** (Asunto), escriba el asunto para el correo electrónico.
7. En **HTML content** (Contenido HTML), escriba el contenido del mensaje en formato HTML.
8. Seleccione **Crear**.

La prueba tarda aproximadamente 24 horas en completarse. Una vez que la prueba haya finalizado, lleve a cabo los siguientes pasos para ver los resultados.

Para ver los resultados de una prueba de ubicación en la bandeja de entrada, realice el siguiente procedimiento:

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación del panel de capacidad de entrega, elija **Pruebas de colocación en la bandeja de entrada**.
3. Confirme que el valor de la columna **Test status** (Estado de la prueba) sea **Complete** (Completo) para la prueba que desea revisar. Si es así, elija la prueba y, a continuación, seleccione **View test results** (Ver resultados de la prueba), tal y como se muestra en la siguiente imagen.



Creation date	Test name	Email subject line	From address	Test status
11/21/2018 11:42 am	Black Friday Kickoff - High engagement customers	Black Friday deals are here!	sender@example.com	Completed

Las pruebas de colocación en la bandeja de entrada presentan dos secciones: **Deliverability overview** (Información general sobre la capacidad de entrega) e **ISP Overview** (Información general sobre los ISP).

La sección **Deliverability overview** (Información general sobre la capacidad de entrega) contiene la siguiente información sobre el mensaje que ha enviado en la prueba de ubicación en la bandeja de entrada:

- Nombre de la prueba: el nombre que proporcionó al crear la prueba.
- ID del informe: un identificador único para la prueba.
- Identidad de origen: la dirección de correo electrónico desde el que se envió el correo electrónico de prueba.
- Asunto: el asunto del mensaje de correo electrónico de prueba.
- Bandeja de entrada: el porcentaje de correos electrónicos que llegaron a las bandejas de entrada de correo electrónico de los destinatarios de la prueba.
- Spam: el porcentaje de correos electrónicos que llegaron a las carpetas de spam de los destinatarios de la prueba.
- Falta: el porcentaje de correos electrónicos que no llegaron al destinatario.
- Tasa de DKIM: el porcentaje de mensajes que se verificaron mediante DKIM.
- Tasa de SPF: el porcentaje de mensajes que se verificaron mediante SPF.

Puede ver el contenido del correo electrónico de prueba si amplía la sección View HTML content (Ver contenido HTML).

La sección ISP overview (Descripción general de ISP) contiene una lista de más de 95 proveedores de correo electrónico principales ubicados en países en todo el mundo. Para cada proveedor, esta tabla incluye las siguientes métricas:

- Bandeja de entrada: el porcentaje de correos electrónicos que llegaron a las bandejas de entrada de los destinatarios de la prueba en el dominio del proveedor.
- Spam: el porcentaje de correos electrónicos que llegaron a las carpetas de spam de los destinatarios de la prueba en el dominio del proveedor.
- Falta: el porcentaje de correos electrónicos que no llegaron al destinatario.
- SPF: el porcentaje de mensajes que verificó el proveedor mediante SPF.
- DKIM: el porcentaje de mensajes que verificó el proveedor mediante DKIM.

Resultados de la prueba

Las pruebas de colocación en la bandeja de entrada presentan dos secciones: Deliverability overview (Información general sobre la capacidad de entrega) e ISP Overview (Información general sobre los ISP).

Deliverability overview (Información general sobre la capacidad de entrega)

Deliverability overview		
Test name	Inbox	DKIM rate
Black Friday Kickoff - High engagement customers	92.6%	42%
Report ID	Spam	SPF rate
1542829183706-fab51678-0471-4de3-a9ce-35a57dexample	5.7%	96.1%
From identity	Missing	
sender@example.com	1.7%	
Subject		
Black Friday deals are here!		
▶ View HTML content		

Esta sección contiene un resumen de la prueba de colocación en la bandeja de entrada. Contiene la información siguiente:

- **Identidad del remitente:** la dirección de correo electrónico del remitente del mensaje de correo electrónico de prueba.
- **Asunto:** el asunto del mensaje de correo electrónico.
- **Bandeja de entrada:** el porcentaje de mensajes de prueba que llegaron a las bandejas de entrada de los destinatarios.
- **Correo no deseado:** el porcentaje de mensajes de prueba que llegaron a las bandejas de correo no deseado de los destinatarios.
- **No entregados:** el porcentaje de mensajes de prueba que no llegaron a entregarse a los destinatarios.
- **Tasa de DKIM:** porcentaje de mensajes de prueba que fueron autenticados por los proveedores de correo del destinatario mediante correo DomainKeys identificado.
- **Índice de SPF:** el porcentaje de mensajes de prueba que los proveedores de correo del destinatario autenticaron mediante el estándar Sender Policy Framework (SPF).

También puede ver el cuerpo del mensaje de correo electrónico si elige [View HTML content](#) (Ver contenido HTML).

ISP Overview (Información general sobre los ISP)

Esta sección contiene una lista de todos los proveedores de correo electrónico a los que enviamos su mensaje durante la prueba. Para cada proveedor de esta lista, facilitamos las mismas cinco métricas que aparecen en la sección Deliverability overview (Información general sobre la capacidad de entrega) (Inbox (Bandeja de entrada), Spam (Correo no deseado), Missing (No entregados), SPF rate (Índice de SPF) y DKIM (Índice de DKIM)).

Configuración del panel

En la página Configuración del panel, puede cambiar diversos ajustes relacionados con el panel de capacidad de entrega. También puede encontrar información sobre el uso del panel de capacidad de entrega durante el mes actual.

Información general de la suscripción

La sección Información general de la suscripción contiene información sobre el estado de la suscripción del panel de capacidad de entrega. También le indica la cantidad de días que quedan en su ciclo de facturación actual.

La suscripción al panel de capacidad de entrega se cobra cada mes. No podemos ofrecer suscripciones durante una parte de un período de facturación. Si cancela su suscripción antes del final de un período de facturación, seguiremos cobrándole los días restantes en el período de facturación. Sin embargo, no le cobraremos durante el siguiente período de facturación. Para cancelar la suscripción, elija Cancel subscription (Cancelar suscripción).

Uso mensual

La sección Uso mensual le proporciona información sobre el uso del panel de capacidad de entrega durante el mes actual.

En la sección Domain reputation tracking (Seguimiento de reputación de dominio), puede elegir qué dominios se supervisan en las páginas Domain reputation (Reputación de dominio) y Deliverability by campaign (Capacidad de entrega por campaña). La suscripción al panel de capacidad de entrega le permite monitorear hasta cinco dominios al mes. Puede supervisar más de cinco dominios en un gasto mensual adicional. Para agregar dominios al panel de capacidad de entrega o eliminarlos, elija Editar en la sección Dominios suscritos.

Note

Solo puede supervisar dominios que haya verificado. Para obtener más información sobre la verificación de dominios, consulte [Verificación de un dominio](#).

La sección Predictive inbox placement tests (Pruebas predictivas de colocación en la bandeja de entrada) muestra cómo se han realizado muchas pruebas de colocación en la bandeja de entrada predictivas en el mes actual. Su suscripción incluye 25 pruebas. Puede adquirir más pruebas a un costo adicional.

Para obtener más información sobre los precios del panel de Capacidad de entrega, consulte los [precios de Amazon Pinpoint](#).

Prácticas recomendadas

Incluso cuando tenga en cuenta el mayor interés para sus clientes, es posible que encuentre situaciones que afecten a la capacidad de entrega de sus mensajes. Las siguientes secciones contienen recomendaciones para ayudarle a garantizar que sus comunicaciones por correo electrónico lleguen a la audiencia deseada.

Temas

- [Recomendaciones generales](#)
- [Consideraciones sobre dominios y direcciones de remitente \("from"\)](#)
- [Creación y mantenimiento de sus listas](#)
- [Conformidad](#)
- [Envío de un volumen alto de correo electrónico](#)
- [Rebotes](#)
- [Reclamos](#)
- [Calidad del mensaje](#)

Recomendaciones generales

- Póngase en el lugar del cliente. Plantéese si el mensaje que va a enviar es algo que desearía recibir en su propia bandeja de entrada. Si la respuesta no es un “¡sí!” entusiasta, probablemente no debería enviarlo.

- Algunos sectores tiene una reputación de mala calidad o incluso de prácticas de correo electrónico malintencionadas. Si participa en los siguientes sectores, debe monitorizar su reputación con atención y resolver los problemas de forma inmediata:
 - Hipotecas domésticas
 - Créditos
 - Productos farmacéuticos y suplementos
 - Alcohol y tabaco
 - Ocio para adultos
 - Casinos y juegos de azar
 - ork-from-home Programas W

Consideraciones sobre dominios y direcciones de remitente ("from")

- Piense detenidamente sobre las direcciones desde las que envía correo electrónico. La dirección de remitente ("From") es uno de los primeros elementos de información que ven sus destinatarios y, por lo tanto, pueden dejar una primera impresión duradera. Además, algunos proveedores de Internet asocian su reputación con su dirección de remitente ("From").
- Considere la posibilidad de utilizar subdominios para los distintos tipos de las comunicaciones. Por ejemplo, suponga que va a enviar correo electrónico desde el dominio example.com y que desea enviar tanto mensajes de marketing como de transacciones. En lugar de enviar todos sus mensajes desde example.com, envíe sus mensajes de marketing desde un subdominio como marketing.example.com y sus mensajes de transacciones desde un subdominio como orders.example.com. Los subdominios únicos desarrollan sus propias reputaciones. El uso de subdominios reduce el riesgo de dañar su reputación si, por ejemplo, las comunicaciones de marketing caen en una trampa de spam o activan un filtro de contenido.
- Si tiene previsto enviar un gran número de mensajes, no envíe los mensajes desde una dirección basada en ISP como, por ejemplo, sender@hotmail.com. Si un ISP observa un gran volumen de mensajes de correo electrónico procedentes de sender@hotmail.com, dicho correo electrónico se trata de manera distinta a un correo electrónico que provenga de un dominio de envío de correo electrónico saliente de su propiedad.
- Trabaje con su registro de dominios para garantizar que la información WHOIS de su dominio sea correcta. Mantener un registro honesto y de up-to-date WHOIS demuestra que valoras la transparencia y permite a los usuarios identificar rápidamente si tu dominio es legítimo o no.

- Evite utilizar dirección no-reply como, por ejemplo, no-reply@example.com, como dirección de remitente (“From”) o de respuesta (“Reply-to”). Utilizando una dirección de correo electrónico no-reply@ envía a sus destinatarios un mensaje claro: que no les está ofreciendo una forma de ponerse en contacto con usted y que no le interesan sus comentarios.

Creación y mantenimiento de sus listas

- Aplicar un doble estrategia de confirmación. Cuando los usuarios se registren para recibir su correo electrónico, envíeles un mensaje con un enlace de confirmación y no comience a enviarles correo electrónico hasta que confirmen su dirección de correo electrónico haciendo clic en el enlace. Una estrategia de confirmación doble ayuda a reducir el número de rebotes permanente derivados de errores tipográficos.
- Al recopilar las direcciones de correo electrónico con un formulario basado en web, lleve a cabo una validación mínima en estas direcciones de envío una vez enviadas. Por ejemplo, asegúrese de que las direcciones que recopila estén bien formadas (es decir, que se encuentran en el formato recipient@example.com) y que hacen referencia a dominios con registros MX válidos.
- Tenga cuidado al permitir que una entrada definida por el usuario se transfiera a Amazon Pinpoint sin comprobar. Los registros en foros y los envíos de formularios presentan riesgos únicos, ya que el contenido está completamente generado por el usuario y los spammers pueden rellenar formularios con su propio contenido. Es responsabilidad suya asegurarse de que solo envía correo electrónico con contenido de alta calidad.
- Es muy improbable que un alias estándar (por ejemplo, postmaster@, abuse@ o noc@) se suscriba a su correo electrónico de forma intencionada. Asegúrese de que solo envía mensajes a personas reales que realmente desean recibirlos. Esta regla se da especialmente en el caso de alias estándar, que se reservan habitualmente para guardianes de correo electrónico.

Conformidad

- Tenga en cuenta de los reglamentos y de la legislación antispam y de marketing de correo electrónico en los países y regiones donde envía correo electrónico. Es usted responsable de garantizar que el correo electrónico que envía cumpla con estas leyes. En esta guía no se explican estas leyes, por lo que es importante que las investigue. Para obtener un listado de leyes, consulte [Legislación de spam por país](#) en Wikipedia.
- Consulte siempre a un abogado para obtener asesoramiento jurídico.

Envío de un volumen alto de correo electrónico

La coherencia es importante a la hora de enviar correos electrónicos. Al aumentar el volumen de correo electrónico, es importante aumentar de manera constante el volumen de envíos cada día, con tipos de mensajes similares que se envían aproximadamente a la misma hora todos los días. Sin embargo, es posible que surjan situaciones en las que deba enviar un volumen de correo electrónico especialmente grande a los clientes. Un ejemplo de ello puede ser una actualización de las condiciones de servicio. Hay varios pasos que puede tomar para proteger su reputación como remitente y lograr altas tasas de entrega al aumentar el volumen. En primer lugar, organice la lista de destinatarios para crear segmentos de los clientes que tienen más probabilidades de abrir el correo electrónico, así como de aquellos que tienen más probabilidades de marcar el mensaje como spam o cancelar la suscripción. Cree una base de confianza con los proveedores de correo electrónico enviando primero los mensajes a la parte del segmento que más interactúa. En segundo lugar, distribuya la campaña en varias horas a lo largo del día, en lugar de enviar todos los mensajes a la vez. Imite la cadencia de envío normal siempre que sea posible. Por ejemplo, si en un día normal envía un correo electrónico a la lista de 1 millón de personas, pero lo divide en 2 distribuciones, una a partir de las 8 de la mañana y otra a media mañana, pero si necesita enviar 5 millones un día, realice los envíos fraccionados como en un día normal. Por último, cuando envíe un volumen de correo electrónico superior al volumen normal, intente enviar múltiplos del volumen habitual. Por ejemplo, si envía 250 000 correos electrónicos en un día normal, intente limitar los eventos de mayor volumen a un múltiplo de esa cantidad, como 500 000 o 750 000. Limitar el volumen de envíos de esta manera demuestra a los proveedores de correo electrónico que, aunque envía más correos electrónicos de lo normal, mantiene el volumen cuidadosamente.

Rebotes

Un rebote se produce cuando un correo electrónico no se puede entregar al destinatario esperado. Existen dos tipos de rebotes: rebotes permanentes y rebotes temporales. Un rebote permanente se produce cuando el correo electrónico no se puede entregar debido a un problema persistente, como, por ejemplo, cuando no existe la dirección de correo electrónico. Un rebote temporal se produce cuando un problema temporal impide la entrega de un mensaje de correo electrónico. Los rebotes temporales pueden producirse cuando la bandeja de entrada de un destinatario está llena o cuando el servidor de recepción no está disponible temporalmente. Amazon Pinpoint gestiona las devoluciones temporales intentando volver a entregar mensajes de correo electrónico de devolución temporal durante un determinado periodo de tiempo.

Es fundamental que monitorice el número de rebotes permanentes en su programa de correo electrónico y que retire las direcciones de correo electrónico con rebotes permanentes de su lista

de destinatarios. Cuando los receptores de correo electrónico detectan una alta tasa de rebotes permanentes, suponemos que no conoce a sus destinatarios bien. En consecuencia, una tasa de rebotes permanentes elevada puede afectar negativamente a la capacidad de entrega de sus mensajes de correo electrónico.

Las siguientes directrices le pueden ayudar a evitar los rebotes y a mejorar su reputación de remitente:

- Intente mantener su tasa de rebotes permanentes por debajo del 5 %. Mientras menor sea el número de rebotes permanentes en su programa de correo electrónico, más probable será que los ISP vean sus mensajes como legítimos y valiosos. Esta tasa debería considerarse un objetivo razonable y alcanzable, pero no es una regla universal en todos los proveedores de Internet.
- No alquile ni compre nunca listas de direcciones de correo electrónico. Estas listas pueden contener un gran número de direcciones no válidas, lo que podría hacer que sus tasas de rebotes permanentes aumenten de manera notable. Además, estas listas podrían contener trampas de spam: direcciones de correo electrónico utilizadas específicamente para capturar remitentes ilegítimos. Si sus mensajes caen en una trampa de spam, sus tasas de envío y su reputación de remitente podría verse perjudicadas de manera irrevocable.
- Mantenga la lista actualizada. Si no ha enviado correo electrónico a sus destinatarios desde hace mucho tiempo, pruebe a validar los estados de sus clientes a través de algún otro medio (por ejemplo, la actividad de inicio de sesión del sitio web o historial de compras).
- Si no dispone de un método de verificación de los estados de sus clientes, considere la posibilidad de enviar un correo electrónico de recuperación. Un correo electrónico de recuperación normal indica que no ha tenido noticias del cliente desde hace tiempo y anima al cliente a confirmar que todavía desea recibir su correo electrónico. Después de enviar correo electrónico de recuperación, elimine a todos los destinatarios que no hayan respondido a partir de sus listas.

Cuando recibe devoluciones, es importante que elimine inmediatamente esas direcciones de las listas. No intente volver a enviar mensajes a direcciones con rebotes permanentes. Las devoluciones permanentes repetidas pueden, en última instancia, dañar la reputación en el ISP del destinatario.

Si recibe una devolución permanente, tenga en cuenta lo siguiente:

- La dirección de correo electrónico del destinatario se agrega a una lista de supresión global durante un periodo de 14 días. Si envía un correo electrónico y la dirección del destinatario está en la lista de supresión global, el mensaje sigue aceptado. Sin embargo, Amazon Pinpoint no intenta entregar el mensaje al destinatario.

- Cuando un correo electrónico se devuelve de forma permanente, es importante eliminar la dirección de correo electrónico del destinatario de las listas de correo. Cuando envía un correo electrónico a una dirección que figura en la lista global de supresión, Amazon Pinpoint genera eventos de devolución, aunque el correo electrónico no se envíe. Estos eventos de devolución se tienen en cuenta en la tasa de devoluciones de la cuenta. Si la tasa de devoluciones es demasiado alta, es posible que la cuenta se someta a un proceso de revisión para proteger la reputación como remitente.

Puede encontrar más información sobre la lista de supresión global en la [lista de supresión global de Amazon SES](#).

Reclamos

Una reclamación se produce cuando un destinatario de correo electrónico hace clic en el botón "Marcar como spam" (o equivalente) en su cliente de correo electrónico basado en web. Si acumula un gran número de estas reclamaciones, el ISP supone que está enviando spam. Esto tiene un impacto negativo en su tasa de capacidad de entrega y en su reputación de remitente. Algunos de los proveedores de servicios de Internet, aunque no todos, le avisarán cuando se notifique un reclamo; esto se conoce como un bucle de retroalimentación. Amazon Pinpoint le reenvía automáticamente los reclamos de los ISP que ofrecen bucles de retroalimentación.

Las siguientes directrices le puede ayudar a evitar las reclamaciones y a mejorar su reputación de remitente:

- Intente mantener su tasa de reclamaciones por debajo del 0,1 %. Mientras menor sea el número de reclamaciones en su programa de correo electrónico, más probable será que los ISP vean sus mensajes como legítimos y valiosos. Esta tasa debería considerarse un objetivo razonable y alcanzable, pero no es una regla universal en todos los proveedores de Internet.
- Si un cliente se queja de un correo electrónico de marketing, debe dejar de enviar inmediatamente correos electrónicos de marketing a dicho cliente. Sin embargo, si su programa de correo electrónico también incluye otros tipos de correos electrónicos (como, por ejemplo, correos electrónicos de notificaciones o transaccionales), puede ser aceptable seguir enviando estos tipos de mensajes al destinatario que realizó la reclamación.
- Al igual que ocurre con los rebotes permanentes, si dispone de una lista a la que no haya enviado correo electrónico desde hace algún tiempo, asegúrese de que sus destinatarios entiendan por qué están recibiendo sus mensajes. Le recomendamos que envíe un mensaje de bienvenida que les recuerde quién es usted y por qué desea ponerse en contacto con ellos.

Cuando reciba las reclamaciones, es fundamental que responda a las mismas de forma adecuada respetando las reglas siguientes:

- Asegúrese de que la dirección que utiliza para recibir las notificaciones de reclamación sea capaz de recibir correo electrónico.
- Asegúrese de que sus notificaciones de reclamación no la marque como spam su ISP o sistema de correo electrónico.
- Las notificaciones de reclamaciones suelen contener el cuerpo del correo electrónico; esto es diferente de las notificaciones de rebote, que solo incluyen los encabezados de correo electrónico. Sin embargo, en las notificaciones de reclamaciones, se quita la dirección de correo electrónico de la persona que formuló la reclamación. Utilice los encabezados X personalizados o identificadores especiales incrustados en el cuerpo de correo electrónico para que pueda identificar la dirección de correo electrónico que presentó la reclamación. Esta técnica facilita identificar las direcciones que reclamaron para que pueda eliminarlas de su lista de destinatarios.

Calidad del mensaje

Los receptores de correo electrónico utilizan filtros de contenido para detectar determinadas características de mensajes y determinar si un mensaje es legítimo. Estos filtros de contenido revisan automáticamente el contenido de los mensajes para identificar características comunes de mensajes no deseados o malintencionados. Amazon Pinpoint utiliza tecnologías de filtrado de contenido que ayudan a detectar y bloquear los mensajes que contienen malware antes de que se envíen.

Si los filtros de contenido de un receptor de correo electrónico determinan que su mensaje tiene las características de spam o correo electrónico malintencionado, su mensaje probablemente marcará y desviará de las bandejas de entrada de los destinatarios.

Recuerde lo siguiente a la hora de diseñar su correo electrónico:

- Los filtros de contenido modernos son inteligentes, se adaptan y cambian de forma continua. No se basan en un conjunto de reglas predefinidas. Los servicios de terceros, como [ReturnPathLitmus](#), pueden ayudarte a identificar el contenido de tu correo electrónico que puede activar filtros de contenido.
- Si el correo electrónico contiene enlaces, compruebe las direcciones URL de dichos enlaces en listas de denegación, como las que se encuentran en [URIBL.com](#) y [SURBL.org](#).
- Evite el uso de acortadores de enlaces. Los remitentes malintencionados podrían utilizar los acortadores de enlaces para ocultar el destino real de un enlace. Cuando los ISP observan que se

utilizan con fines perversos los servicios de acortamiento de enlaces, incluso los más reputados, podrían incluir en la lista de denegación dichos servicios también. Si el correo electrónico contiene un enlace a un servicio acortador de enlace en la lista de denegación, no llegará a las bandejas de entrada de los clientes y el éxito de la campaña de correo electrónico se resiente.

- Pruebe cada enlace de su correo electrónico para asegurarse de que apunte a la página deseada.
- Asegúrese de que su sitio web incluya los documentos de Política de privacidad y Términos de uso y que dichos documentos estén actualizados. Es una buena práctica enlazar a estos documentos de cada mensaje de correo electrónico que envíe. Proporcionar enlaces a estos documentos demuestra que no tiene nada que ocultar a sus clientes, lo que pueden contribuir a forjar una relación de confianza.
- Si tiene previsto enviar contenido con mucha frecuencia (como, por ejemplo, mensajes con "ofertas diarias"), asegúrese de que el contenido de su correo electrónico sea diferente en cada implementación. Al enviar mensajes con mucha frecuencia, debe asegurarse de que los mensajes sean oportunos y relevantes, en lugar de repetitivos y molestos.

Solución de problemas del canal de correo electrónico

Compruebe que el registro esté activado para ayudar a identificar la causa del error. Para obtener más información, consulte [Monitoreo y registro](#).

Los mensajes no se muestran

Problemas y soluciones

- Cuando se utiliza una plantilla de correo electrónico, se produce un error de renderización cuando faltan variables de `tmessage`, si el formato es incorrecto o si hay una discrepancia entre las variables del mensaje y los datos del punto de conexión.
- Revisa la CloudWatch métrica de Amazon SES `RenderingFailure` durante el período en el que se ejecutó la campaña para confirmar si el problema es la renderización. Los errores de renderización aparecen en los registros de eventos de Amazon Pinpoint como [eventos_email.rendering_failure](#).
- Pruebe a ejecutar la campaña sin la plantilla para confirmar si los puntos de conexión pueden recibir los mensajes correctamente. Esta acción puede ayudar a confirmar que el problema está relacionado con las variables de la plantilla.

- Para resolver el problema, compruebe que todas las variables del mensaje tengan el atributo de punto de conexión correspondiente y que estén en el formato correcto. Para obtener más información, consulte [Adición de contenido personalizado a plantillas de mensajes](#).
- Configure los valores predeterminados para todas las variables de mensaje de la plantilla para permitir la entrega a los puntos de conexión si un atributo no está presente en un punto de conexión del segmento.

Estado de rebote

Solución para devolución temporal

- Una devolución temporal se produce debido a un error temporal y aparecerá bajo el tipo de evento `_email.softbounce` en los registros. Amazon Pinpoint gestiona las devoluciones temporales intentando volver a entregar mensajes de correo electrónico de devolución temporal durante un periodo de tiempo específico.
- Una devolución temporal se puede producir en las siguientes situaciones:
 - El buzón del destinatario está lleno.
 - El buzón del destinatario no está disponible temporalmente.
 - Se han superado los límites del servidor.
 - El servidor está sobrecargado.
- Los códigos de error específicos relacionados con las devoluciones temporales son 421, 450, 451 o 452. Para ver las descripciones de estos códigos de error, consulte el [Registro de códigos de estado mejorado del protocolo simple de transferencia de correo \(SMTP\)](#). `smtp_response` de los registros proporciona el código de error del evento de devolución.

Solución para devolución permanente

- Una devolución permanente es un error de entrega persistente que aparece en el tipo de evento `_email.hardbounce` en los registros. Estos errores no se vuelven a intentar.
- Una devolución permanente se puede producir en las siguientes situaciones:
 - La dirección de correo electrónico no existe.
 - El nombre de dominio no existe.
 - El servidor de correo electrónico del destinatario ha bloqueado los correos electrónicos.
 - La dirección de correo electrónico está en la lista de cuentas suprimidas.

- Monitoree el número de devoluciones permanentes en el proyecto y elimine las direcciones de correo electrónico de devolución permanente de la lista de destinatarios. Las devoluciones permanentes pueden afectar negativamente a la reputación de envío y a la capacidad de entrega del mensaje de correo electrónico. Para obtener más información, revise las prácticas recomendadas en [Rebotes](#).

Canal Amazon Pinpoint SMS

Note

Amazon Pinpoint ha actualizado la documentación de su guía del usuario. Para obtener la información más reciente sobre cómo crear, configurar y administrar sus SMS recursos y los de voz, consulte la nueva Guía del [SMSusuario de Amazon Pinpoint](#).

El siguiente tema se ha trasladado a la nueva Guía del [SMSusuario de Amazon Pinpoint](#).

- [Acerca del entorno de pruebas de Amazon Pinpoint SMS](#)
- [Identidades de origen para los mensajes SMS](#)
- [SMSlímites y restricciones en Amazon Pinpoint](#)
- [Solicitud de asistencia para la SMS mensajería con Amazon Pinpoint](#)
- [Supervisión de SMS la actividad con Amazon Pinpoint](#)
- [Pruebe el SMS envío con el simulador Amazon Pinpoint SMS](#)
- [Palabras clave](#)
- [SMSMensajería bidireccional en Amazon Pinpoint](#)
- [Capacidades y limitaciones nacionales para SMS Amazon Pinpoint](#)
- [Administración de grupos en Amazon Pinpoint](#)
- [Prácticas recomendadas](#)
- [Descripción SMS de los informes de facturación y uso de Amazon Pinpoint](#)

Puede usar el SMS canal de Amazon Pinpoint para enviar SMS mensajes (mensajes de texto) a los dispositivos móviles de sus clientes. Amazon Pinpoint puede enviar SMS mensajes a destinatarios de más de 200 países y regiones. En algunos países y regiones, también puede recibir mensajes de sus clientes mediante la función bidireccionalSMS. Al crear una nueva cuenta de Amazon Pinpoint, la cuenta se coloca en un SMS entorno de pruebas. Esto limita inicialmente los gastos mensuales y

a quién puede enviar mensajes. Para obtener más información, consulte [SMSsandbox](#) en la Guía del usuario de Amazon SMS Pinpoint.

Para enviar mensajes de texto con Amazon Pinpoint, debe [habilitar el SMS canal en su proyecto](#). En función de cómo utilice Amazon Pinpoint para enviar SMS mensajes, es posible que también necesite iniciar una solicitud AWS Support para habilitar o modificar determinadas SMS opciones de su cuenta. Por ejemplo, puede solicitar un aumento de su cuota de SMS gasto, pasar del entorno limitado a la producción, o puede solicitar un código abreviado para usarlo al enviar y recibir mensajes.

Para recibir mensajes de texto con Amazon Pinpoint, primero debe obtener un código corto o un código largo dedicado. Si tienes un número exclusivo, puedes activarlo en dos direcciones SMS. Por último, puede especificar los mensajes que Amazon Pinpoint envía a los clientes cuando recibe mensajes entrantes.

En la sección de configuración de voz SMS y configuración de voz de la consola Amazon Pinpoint, puede administrar la configuración SMS del canal según su caso de uso y presupuesto. Por ejemplo, puede establecer su cuota de SMS gasto mensual o cambiar el tipo de mensaje predeterminado.

Note

Al configurar los ajustes del SMS canal en Amazon Pinpoint, los cambios se aplican a otros AWS servicios que envían SMS mensajes, como Amazon. SNS

Temas

- [Configuración de un canal de SMS de Amazon Pinpoint](#)
- [Administración del canal de SMS de Amazon Pinpoint](#)
- [Rutas de mensajes](#)
- [Recurso alternativo de mensajes](#)
- [Solución de problemas del canal SMS](#)

Configuración de un canal de SMS de Amazon Pinpoint

Para enviar mensajes SMS con Amazon Pinpoint, necesita un proyecto de Amazon Pinpoint en el que esté habilitado el canal de SMS.

También puede habilitar el canal de SMS para un proyecto existente a través de la página de configuración de SMS y voz de la consola de Amazon Pinpoint. Para obtener más información, consulte [Administración del canal de SMS de Amazon Pinpoint](#).

Creación de un proyecto nuevo mediante la consola de Amazon Pinpoint

El primer paso para configurar el canal de SMS en Amazon Pinpoint consiste en crear un nuevo proyecto. A continuación, habilite el canal de SMS para ese proyecto.

Creación de un nuevo proyecto de Amazon Pinpoint y habilitación del canal de SMS

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija Create a project (Crear un proyecto).
3. En Project name (Nombre de proyecto), escriba un nombre y, a continuación, seleccione Create (Crear).

Note

El nombre del proyecto puede contener hasta 64 caracteres alfanuméricos. También puede incluir los siguientes caracteres: coma (,), punto (.), arroba (@) guion bajo (_), signo igual (=) y signo más (+).

4. En Project features (Características del proyecto), en la sección SMS and voice (SMS y voz), elija Configure (Configurar).
5. Seleccione Enable the SMS channel for this project (Habilitar el canal SMS para su proyecto)
6. En Account-level settings (Configuración de nivel de cuenta), puede cambiar los siguientes ajustes:
 - Tipo de mensajes predeterminado: la categoría de mensajes que quiere enviar. Seleccione Transactional (Transaccional) para contenido sujeto a limitaciones temporales, como, por ejemplo, alertas y contraseñas de uso único, o elija Promotional (Promocional) para contenido de marketing.
 - Límite de gasto de la cuenta: la cantidad máxima de dinero, en USD, que desea gastar en el envío de mensajes SMS cada mes natural. Si tu gasto mensual supera este valor, Amazon Pinpoint y otros AWS servicios dejarán de enviar mensajes SMS desde tu cuenta.

Note

Si no ha utilizado Amazon Pinpoint o Amazon SNS para enviar mensajes SMS desde la cuenta de AWS, la cuenta tendrá una cuota de gasto predeterminado de 1 USD. Puede solicitar un aumento de esta cuota para toda la cuenta. Para obtener más información, consulte [Solicitar aumentos de su cuota mensual de gastos de SMS o voz](#) en la Guía del usuario de SMS de Amazon Pinpoint.

- ID predeterminado de remitente: la identidad que aparece en los dispositivos de los destinatarios cuando reciben mensajes. La compatibilidad con las capacidades de ID de remitente varían según el país o la región.

Important

Estos ajustes se aplican a toda la AWS cuenta. Cuando cambia esta configuración, se aplica a todos los demás proyectos de Amazon Pinpoint de su cuenta y a otros AWS servicios que utilice para enviar mensajes SMS, como Amazon SNS.

7. Cuando termine de realizar los cambios, seleccione Save changes (Guardar cambios).

Siguientes pasos

Ha creado un proyecto habilitado para mensajería SMS. Ahora puede utilizar Amazon Pinpoint para enviar mensajes SMS.

Algunas opciones de SMS, como los números de origen exclusivos o los identificadores del remitente, no estarán disponibles hasta que se ponga en contacto con usted. AWS Support Para obtener más información, consulte [Solicitud de soporte para SMS y mensajes de voz](#) en la Guía del usuario de Amazon Pinpoint SMS.

Para atraer a un segmento de audiencia con una campaña de SMS, consulte [Campañas de Amazon Pinpoint](#).

Para enviar un mensaje SMS directamente a una audiencia limitada sin crear una campaña, consulte [Envío de mensajes de prueba con Amazon Pinpoint](#).

Administración del canal de SMS de Amazon Pinpoint

Puede administrar la configuración de los SMS, como el tipo de mensaje predeterminado (transaccional o promocional) y la cuota de gasto mensual, directamente en la consola de Amazon Pinpoint.

Actualización de la configuración del canal de SMS

Puede cambiar varios ajustes relacionados con los SMS. La mayoría de estas configuraciones se aplican a toda la AWS cuenta, pero algunas se aplican a proyectos específicos.

Para editar la configuración de SMS de un proyecto

1. [Inicie sesión en la consola de Amazon Pinpoint AWS Management Console y ábrala en https://console.aws.amazon.com/pinpoint/](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/).
2. En la página Todos los proyectos, elija el proyecto para el que desea editar la configuración de SMS.
3. En el panel de navegación, en Settings (Configuración), seleccione SMS and voice (SMS y voz).
4. En la sección Configuración de SMS, elija Editar.
5. Cambie la configuración de SMS del proyecto según sea necesario. Puede cambiar las opciones siguientes:

- Habilitar el canal de SMS para este proyecto

Seleccione esta opción para habilitar o desactivar el canal de SMS para el proyecto. Si esta configuración no está habilitada, no podrá enviar mensajes SMS desde este proyecto. Esta configuración solo se aplica al proyecto actual.

- Configuración a nivel de cuenta: cambie esta configuración para modificar la configuración de SMS de su cuenta. AWS Esta configuración se aplica a toda su cuenta de Amazon Pinpoint y a todos los AWS servicios que puede utilizar para enviar mensajes SMS, como Amazon Simple Notification Service. Puede cambiar las opciones siguientes:
 - Tipo de mensaje predeterminado Elija la categoría de mensajes SMS que planea enviar desde esta cuenta. Si envía mensajes relacionados con la cuenta o mensajes urgentes, como claves de acceso de un solo uso, elija Transaccional. Si tiene pensado enviar mensajes que contengan material de marketing u otro contenido promocional, elija Promocional. Esta configuración se aplica a toda la AWS cuenta.

- **Límite de gasto de la cuenta** La cantidad máxima de dinero (en dólares estadounidenses) que puedes gastar en enviar mensajes cada mes. Puede usar esta configuración para asegurarse de que los envíos de SMS no superen el presupuesto o para evitar aumentos inesperados de gastos. El precio del envío de un mensaje SMS varía en función del país de destino del mensaje. Para conocer los precios actuales, consulte [Precios de Amazon Pinpoint](#). Esta configuración se aplica a toda la cuenta de AWS .
- **ID del remitente de la cuenta** El ID del remitente alfabético que quieres usar al enviar mensajes desde tu cuenta. Esta configuración se aplica a toda la cuenta de AWS .

Note

Los ID de remitente alfabéticos solo son compatibles en determinados países. Si no envía mensajes a países en los que los operadores de telefonía móvil de ese país admitan el ID de remitente, no necesita especificar nada en este campo. Los ID de remitente no se admiten en los destinos de mensajería habituales, como Estados Unidos, Canadá y Brasil.

Además, algunos países requieren que los ID de los remitentes estén registrados previamente en agencias gubernamentales u organizaciones del sector.

Para obtener una lista de países que admiten identificadores de remitentes alfabéticos, consulte [Países y regiones compatibles \(canal SMS\)](#) en la Guía del usuario de SMS de Amazon Pinpoint.

6. Cuando termine de realizar los cambios, seleccione Save changes (Guardar cambios).

Rutas de mensajes

La ruta que utiliza el mensaje depende del tipo establecido para el mensaje, ya sea promocional o transaccional. Al comprar un número nuevo con la consola de Amazon Pinpoint, se le pedirá que elija el tipo de ruta. Una ruta promocional suele consistir en mensajes de marketing o relacionados con las ventas. Algunos países o regiones tienen horarios de silencio en los que no está permitido enviar mensajes promocionales. Las rutas transaccionales son más urgentes, como el restablecimiento de contraseñas o las contraseñas de un solo uso. Esto se puede aplicar al número al comprar un número nuevo o se puede pasar como un parámetro opcional en el SendMessages funcionamiento de la API Amazon Pinpoint. Al enviar un mensaje con ese número como remitente, Amazon Pinpoint elige la ruta promocional o transaccional correspondiente.

El tipo de ruta se transfiere como parámetro opcional mediante el [SendMessage](#) funcionamiento de la API Amazon Pinpoint. Es posible que en algunos casos pueda usar un SenderID como originador o que tenga un conjunto de números compartido. Si tiene números largos transaccionales y promocionales en la cuenta para el país de destino, Amazon Pinpoint elige un número de transacción de forma predeterminada. Los recibos de entrega y el panel de entrega muestran la ruta como promocional o transaccional, en función del número elegido.

Recurso alternativo de mensajes

Al enviar un mensaje mediante la API de Amazon Pinpoint, se pueden pasar tres parámetros opcionales en la solicitud: `originationNumber`, `registeredKeyword` y `senderID`. Si Amazon Pinpoint encuentra un error `originationNumber` (por ejemplo, un carácter no válido) y se puede recuperar el error, Amazon Pinpoint utiliza un proceso alternativo para elegir un número válido para la solicitud. El recurso alternativo comprueba si hay un número válido en el siguiente orden. En cualquier momento de este proceso, Amazon Pinpoint elegirá el primer número válido que encuentre como número de origen.

1. Número de origen. Se comprueba cualquier otro número de origen válido.
2. Palabra clave. Las palabras clave registradas se escanean y se comparan con cualquier número dedicado.
3. ID de remitente. Se comprueba cualquier otro ID de remitente válido.

Note

Si envía un mensaje con un `originationNumber` que no existe en la cuenta, no habrá ningún proceso alternativo y, en su lugar, se devolverá un mensaje de excepción.

Si no se cumple ninguno de los parámetros anteriores en la solicitud, Amazon Pinpoint examina la cuenta y comprueba si hay un número válido en este orden:

1. Números dedicados. Los números dedicados asociados a la cuenta se verifican en este orden: código corto, 10 DLC, código largo/número gratuito. Los números nacionales se comprueban antes que los números internacionales. Si tiene códigos largos transaccionales y promocionales en la cuenta, Amazon Pinpoint elige un número de transacción de forma predeterminada.
2. ID de remitente predeterminado
3. Rutas compartidas.

 Note

Amazon Pinpoint hará todo lo posible por entregar los mensajes en países en los que no se requiera una identidad de origen.

Solución de problemas del canal SMS

Compruebe que el registro esté activado para ayudar a identificar la causa del error. Para obtener más información, consulte [Monitoreo y registro](#).

Errores de entrega de SMS

Problemas y soluciones

- Confirme que el número es válido mediante el [validador de números de Amazon Pinpoint](#). El envío de SMS es compatible con el tipo de teléfono "MÓVIL". Es posible que la entrega de SMS a números "VOIP" no se realice correctamente, pero se intentará hacer todo lo posible.
- Comprueba que tu cuota mensual de gasto en SMS no se ha agotado consultando la TextMessageMonthlySpend métrica en Amazon CloudWatch. Para obtener más información, consulte [Supervisión del gasto en SMS y voz](#) en la Guía del usuario de SMS de Amazon Pinpoint.
- Si el problema de entrega se limita a uno o dos dispositivos, descarte los problemas relacionados con los dispositivos. Compruebe que los números puedan recibir SMS fuera de Amazon Pinpoint en el momento del error.
- Active el registro de eventos de SMS para ayudar a identificar la causa del error.
 - Revise el [estado del mensaje](#).
 - Revise cómo resolver un [error desconocido al intentar contactar con el teléfono](#).
- Tome nota de los requisitos y reglamentos especiales. Consulte [los países y regiones compatibles \(canal SMS\)](#) en la Guía del usuario de SMS de Amazon Pinpoint y confirme que se cumplen estos requisitos.

Retrasos de entrega de SMS

Problema y solución

- Los problemas de entrega de SMS pueden producirse por muchas razones. Esto se debe a la ruta distribuida por la que viaja el mensaje después de salir de la AWS infraestructura. Por ejemplo, los problemas relacionados con los dispositivos pueden ser el resultado de una cobertura de red deficiente.
- Como práctica recomendada, mida los retrasos en la entrega de los SMS comparando la hora de envío del mensaje y la hora de recepción del dispositivo de destino.
- Los [límites de partes por segundo \(MPS\) de los mensajes](#) en la Guía del usuario de Amazon Pinpoint SMS relacionados con la identidad original también pueden provocar retrasos.

SMS bidireccionales

No se reciben respuestas de SMS bidireccionales sobre el tema de SNS, los suscriptores o ambos.

Problemas y soluciones

- Compruebe que tiene un número con los SMS bidireccionales habilitados para un país en el que se admita la característica. Consulte [los países y regiones compatibles \(canal SMS\)](#) y la [mensajería SMS bidireccional](#) en la Guía del usuario de Amazon Pinpoint SMS.
- Compruebe que el número del remitente es del mismo país que el número bidireccional habilitado para SMS en Amazon Pinpoint.
 - Es posible que un SMS entrante que se envíe desde un número fuera del país no se entregue a Amazon Pinpoint. La capacidad de entrega se ve afectada por factores como las normas y reglamentos locales de telecomunicaciones de los distintos países. Las entregas internacionales de SMS se realizan con el máximo esfuerzo.
 - Si el número del remitente no es del mismo país que el número bidireccional activado por SMS en Amazon Pinpoint y el país de origen del número del remitente admite los SMS bidireccionales, los usuarios del país pueden utilizar un código largo o corto. Consulte [Elegir un número de teléfono o un identificador de remitente](#) en la Guía del usuario de Amazon Pinpoint SMS.
- Compruebe que el número del remitente es un número de teléfono móvil válido y no un número virtual mediante la [API de validación de números de teléfono de Amazon Pinpoint](#). La comunicación entre dos números virtuales, como los de Amazon Pinpoint, se intentará con el máximo esfuerzo.

- Revise [CloudWatch las métricas de Amazon SNS](#) NumberOfNotificationsFailed para NumberOfMessagesPublished comprobar si el tema de Amazon SNS puede recibir los SMS entrantes. NumberOfNotificationsDelivered
- Si hay puntos de datos para NumberOfMessagesPublished en el momento de las marcas temporales de los SMS entrantes, la respuesta del destinatario se recibió de forma correcta posteriormente. A continuación, intentaron comunicarse con los suscriptores de Amazon SNS desde Amazon Pinpoint. Sin embargo, hay un problema de configuración o entrega entre Amazon SNS y el punto de conexión de destino. Para solucionar el problema, active el registro en el tema de Amazon SNS para que se utilice el protocolo de entrega. Consulte [Estado de entrega de mensajes de Amazon SNS](#).
- Si hay puntos de datos para la métrica NumberOfMessagesPublished en el momento de las marcas temporales de los SMS entrantes:
 - Revise la política de temas de Amazon SNS para confirmar que permite que el servicio de Amazon Pinpoint publique en el tema de Amazon SNS. Para ver un ejemplo de política, consulte [Mensajería SMS bidireccional](#) en la Guía del usuario de Amazon Pinpoint SMS.
 - Si el tema de Amazon SNS enlazado al número de SMS bidireccional está cifrado:
 - Compruebe que la clave utilizada sea simétrica.
 - Compruebe que la política de claves se ha modificado para permitir que Amazon Pinpoint utilice la clave; consulte las políticas temáticas de Amazon [SNS para los temas de Amazon SNS en la Guía del usuario](#) de Amazon Pinpoint SMS.

Canal de voz de Amazon Pinpoint

Note

Amazon Pinpoint ha actualizado la documentación de su guía del usuario. Para obtener la información más reciente sobre cómo crear, configurar y administrar los recursos de voz y SMS de Amazon Pinpoint, consulte la nueva [Guía del usuario de Amazon Pinpoint SMS](#). El siguiente tema se ha trasladado a la nueva Guía del [usuario de Amazon Pinpoint SMS](#).

- [Caja de pruebas de voz Amazon Pinpoint](#)
- [Países y regiones compatibles \(canal de voz\)](#)
- [Administración de grupos en Amazon Pinpoint](#)
- [Prácticas recomendadas para el canal de voz](#)

Puede utilizar el canal de voz para crear mensajes de voz a partir de un guion de texto y, a continuación, transmitir esos mensajes a sus clientes por teléfono. El canal de voz es una forma fantástica de ponerse en contacto con los clientes cuyos números de teléfono no pueden recibir mensajes SMS, por ejemplo, los usuarios que utilizan servicios de línea fija o VoIP.

Para enviar mensajes de voz con Amazon Pinpoint, primero tiene que habilitar el canal de voz en el proyecto y alquilar un número de teléfono dedicado para enviar los mensajes. En función de cómo se utilice Amazon Pinpoint para enviar mensajes de voz, es posible que también quiera cambiar determinados ajustes de la cuenta. Por ejemplo, es posible que desee solicitar acceso de producción para aumentar el número de mensajes de voz que puede enviar.

Temas

- [Configuración del canal de voz de Amazon Pinpoint](#)
- [Administración del canal de voz de Amazon Pinpoint](#)
- [Solución de problemas del canal de voz](#)

Configuración del canal de voz de Amazon Pinpoint

Para enviar mensajes de voz mediante Amazon Pinpoint, comience por crear un nuevo proyecto de Amazon Pinpoint. A continuación, habilite el canal de voz para el proyecto y solicite un número de teléfono dedicado, denominado código largo, para enviar mensajes de voz. Un código largo es un número de teléfono estándar que contiene hasta 15 dígitos, en función del país o región al que pertenezca. Estos números de teléfono son dedicados, es decir, están reservados para el uso exclusivo de la cuenta de Amazon Pinpoint. Puede alquilar números de teléfono locales de diversos países o regiones.

Tip

También puede habilitar el canal de voz para un proyecto existente. Para ello, use la página de configuración de SMS y voz en la consola de Amazon Pinpoint. Para obtener más información, consulte [Administración del canal de voz de Amazon Pinpoint](#).

Tenga en cuenta que la configuración que elija para el canal de voz también se aplica al canal de SMS para el proyecto. Si desea enviar mensajes de voz y SMS desde el proyecto, elija configuraciones que admitan sus objetivos para ambos canales. Para obtener más información sobre cómo habilitar y usar el canal SMS, consulte [Canal Amazon Pinpoint SMS](#).

Para configurar el canal de voz para un nuevo proyecto

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija Create a project (Crear un proyecto).
3. En Project name (Nombre de proyecto), escriba un nombre y, a continuación, seleccione Create (Crear).

Note

El nombre del proyecto puede contener hasta 64 caracteres alfanuméricos. También puede incluir los siguientes caracteres: coma (,), punto (.), arroba (@) guion bajo (_), signo igual (=) y signo más (+).

4. En Project features (Características del proyecto), en la sección SMS and voice (SMS y voz), elija Configure (Configurar).
5. Seleccione Enable the SMS channel for this project (Habilitar el canal de SMS para este proyecto).
6. Expanda la sección Configuraciones avanzadas y, a continuación, elija Solicitar número de teléfono.
7. En la página Defina los números de teléfono, en País, elija el país en el que se encuentran los destinatarios. Puede elegir solo un país a la vez, pero puede agregar más países más adelante si es necesario.
8. Especifique el caso de uso del número de teléfono. Puede elegir una de las siguientes opciones:
 - Promocional: elija esta opción para enviar mensajes de marketing o mensajes que promocionen la empresa o el servicio.
 - Transaccional: elija esta opción para enviar mensajes urgentes, como el restablecimiento de contraseñas o las alertas de transacciones.

En algunos países y regiones, el valor que elija puede determinar el precio que paga por cada mensaje que envíe. Los mensajes transaccionales están optimizados para ofrecer una alta capacidad de entrega, lo que se traduce en un coste mayor en muchos países. Los mensajes promocionales están optimizados para garantizar una buena rentabilidad. Para obtener más información sobre el precio de SMS, consulte [Precios de Amazon Pinpoint](#).

9. La sección Resumen muestra información sobre el número. El Precio por mes muestra el costo de un solo número.

10. En Cantidad, elija la cantidad de números que desea comprar. Puede comprar hasta 10 números en una sola solicitud. Puede comprar números adicionales más adelante. El Subtotal se actualiza para mostrar el costo mensual total de la cantidad de números de teléfono que vaya a comprar.
11. (Opcional) Si quiere comprar números de teléfono adicionales, elija Agregar un país o región y repita los pasos anteriores hasta que haya definido las solicitudes para todos los países en los que necesita códigos largos.
12. Cuando termine de comprar números de teléfono, elija Siguiente.
13. La página Revisar y solicitar muestra los detalles de la solicitud de números para cada país de destino.
14. El Costo total muestra el costo total de todos los números de todos los países que haya elegido.
15. Elija Solicitar si está listo; de lo contrario, elija Anterior para volver atrás y realizar los cambios que desee. Una vez que elija Solicitar, ya no podrá realizar cambios.

Administración del canal de voz de Amazon Pinpoint

Puede usar la consola de Amazon Pinpoint para habilitar el canal de voz de un proyecto y para administrar la configuración que se aplica al canal de voz de la cuenta de Amazon Pinpoint. Por ejemplo, puede solicitar acceso de producción para su cuenta o asignar números de teléfono dedicados para enviar mensajes de voz.

Temas

- [Habilitación del canal de voz](#)

Habilitación del canal de voz

Antes de poder utilizar Amazon Pinpoint para enviar mensajes de voz, debe habilitar el canal de voz para uno o varios proyectos. Para obtener información sobre cómo crear un nuevo proyecto y habilitar un canal de voz para él, consulte [Configuración del canal de voz de Amazon Pinpoint](#). Para habilitar el canal de voz para un proyecto existente, siga los pasos que se describen a continuación.

Tenga en cuenta que la configuración que elija para el canal de voz también se aplica al canal de SMS para el proyecto. Si desea enviar mensajes de voz y SMS desde el proyecto, elija configuraciones que admitan sus objetivos para ambos canales. Para obtener más información, consulte [Canal Amazon Pinpoint SMS](#).

Para habilitar el canal de voz para un proyecto existente

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto para el que desea habilitar el canal de voz.
3. En el panel de navegación, en Settings (Configuración), seleccione SMS and voice (SMS y voz).
4. En la página SMS and voice (SMS y voz), junto a SMS settings (Configuración de SMS), elija Edit (Editar).
5. Seleccione Habilitar el canal de voz para este proyecto.
6. Elija Guardar cambios.
7. En la página SMS and voice (SMS y voz), en Number settings (Configuración de número), consulte la tabla para determinar si algún número de teléfono que ya esté asociado a su cuenta se pueda utilizar para enviar mensajes de voz. Si los hay, la columna Voice (Voz), muestra Enabled (Habilitado) junto a cada número de teléfono que puede utilizar para enviar mensajes de voz. Si no los hay, [solicite un número de teléfono](#) en la Guía del usuario de Amazon Pinpoint SMS.

Solución de problemas del canal de voz

Para registrar los mensajes de voz de Amazon Pinpoint, consulte [¿Cómo configuro el registro de los mensajes de voz de Amazon Pinpoint para la API de SMS y voz de Amazon Pinpoint v1?](#).

Voz

Problemas y soluciones

- De forma predeterminada, el canal de voz de un proyecto de Amazon Pinpoint está desactivado. Para comprobar si la voz está activada en el proyecto, seleccione la página de configuración en el proyecto. En Características de SMS y voz, verá si ambas están activadas o desactivadas. Aunque puede activar los SMS en la opción Administrar, puede activar el canal de voz ejecutando el siguiente comando:

```
aws pinpoint update-voice-channel --application-id AppId --voice-channel-request Enabled=true
```

- TooManyRequests excepción

- Si la cuenta está en un entorno aislado, hay un límite de 20 mensajes en un periodo de 24 horas. Este límite se puede aumentar mediante [Voice sandbox](#) en la Guía del usuario de Amazon Pinpoint SMS.
- El canal de voz de Amazon Pinpoint tiene un límite estricto de cinco mensajes por destinatario individual durante un periodo de 24 horas. Se trata de un límite invariable que no se puede aumentar.

Canal de mensajería en la aplicación de Amazon Pinpoint

Puede usar los mensajes en la aplicación para enviar mensajes dirigidos a los usuarios de las aplicaciones. Los mensajes en la aplicación son altamente personalizables. Pueden incluir botones que abren sitios web o llevan a los usuarios a partes específicas de la aplicación. Puede configurar los colores de fondo y del texto, colocar el texto y agregar botones e imágenes a la notificación. Puede enviar un solo mensaje o crear un carrusel que contenga hasta cinco mensajes únicos. A diferencia de otros canales, como el correo electrónico o los SMS, los mensajes en la aplicación están habilitados de forma predeterminada en todos los proyectos de Amazon Pinpoint. Además, los mensajes en la aplicación no admiten el uso de variables de sustitución.

Puede utilizarlo AWS Amplify para integrar sin problemas las funciones de mensajería integradas en la aplicación de Amazon Pinpoint en su aplicación. Amplify puede gestionar automáticamente los procesos de obtención de mensajes, procesamiento de mensajes y envío de datos analíticos a Amazon Pinpoint. Actualmente, esta integración es compatible con las aplicaciones de React Native. Para obtener más información, consulte [Mensajería en la aplicación](#) en la documentación de Amplify Framework.

Cómo gestiona Amazon Pinpoint los mensajes en la aplicación

Mostrar los mensajes en la aplicación a los usuarios consta de tres pasos. El primer paso es crear la plantilla del mensaje. La plantilla del mensaje define la apariencia y el contenido del mensaje. Los mensajes en la aplicación pueden ser mensajes individuales que aparecen en la pantalla, mensajes que cubren toda la pantalla o carruseles que constan de hasta cinco mensajes. Para obtener más información acerca de la creación de plantillas de mensajes en la aplicación, consulte [Creación de plantillas integradas en la aplicación](#).

A continuación, puede crear una campaña en la aplicación. Puede configurar la campaña de tal forma que se envíe cuando se produzcan determinados eventos. Por ejemplo, puede desencadenar la campaña para que se envíe cuando un usuario alcance un nivel determinado en un juego o

cuando mire un artículo determinado en el almacenamiento en línea. Para obtener más información acerca de la creación de campañas, consulte [Campañas de Amazon Pinpoint](#).

Note

Para recibir mensajes en la aplicación, los puntos de conexión a los que se dirija la campaña deben tener un tipo de punto de conexión de IN_APP.

Por último, para mostrar los mensajes integrados en la aplicación, esta debe llamar a la [GetInAppMessages](#) API para recuperar los mensajes. La respuesta proporciona una lista con formato JSON de los mensajes a los que tiene derecho cada usuario. Cuando se muestran los mensajes a los usuarios, puede devolver los eventos de análisis a Amazon Pinpoint. De este modo, podrá recopilar métricas para la campaña de mensajes en la aplicación. Para obtener más información sobre el uso de notificaciones integradas en sus aplicaciones, consulte [Trabajar con mensajes integrados en la aplicación](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint o [Personalice dinámicamente su experiencia de usuario integrada en el producto mediante la mensajería integrada en la aplicación de Amazon Pinpoint en el blog de mensajería](#) y segmentación. AWS

Canales personalizados en Amazon Pinpoint

Puede ampliar las capacidades de Amazon Pinpoint mediante la creación de canales personalizados. Puede utilizar canales personalizados para enviar mensajes a los clientes a través de cualquier servicio que tenga una API, incluidos servicios de terceros. Por ejemplo, puede usar canales personalizados para enviar mensajes a través de servicios de terceros como WhatsApp o Facebook Messenger.

Note

Amazon Web Services no es responsable de ningún servicio de terceros que utilice para enviar mensajes con canales personalizados. Los servicios de terceros pueden estar sujetos a condiciones adicionales. Debe revisar estos términos antes de enviar mensajes con canales personalizados.

Puede configurar las campañas para que envíen mensajes a través de canales personalizados mediante la consola de Amazon Pinpoint. Para obtener más información, consulte [Campañas](#).

Configuración y administración de canales personalizados

Puede crear canales personalizados mediante un webhook o llamando a la API de un servicio a través de una función de AWS Lambda. Para obtener más información sobre la creación de funciones de canal personalizadas en Lambda, consulte [Creación de canales personalizados](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

A diferencia de otros canales de Amazon Pinpoint, no es necesario habilitar la característica de canales personalizados. Los canales personalizados están habilitados de forma predeterminada en todos los proyectos de Amazon Pinpoint. No es necesario solicitar acceso de producción para usar canales personalizados.

Segmentos de Amazon Pinpoint

Al crear una campaña, se elige un segmento al que enviar esa campaña. Un segmento es un grupo de clientes que comparte determinados atributos. Por ejemplo, un segmento puede contener todos los clientes que utilizan la versión 2.0 de la aplicación en un dispositivo Android, o todos los clientes que viven en la ciudad de Los Ángeles. Puede enviar varias campañas a un único segmento, así como enviar una sola campaña a varios segmentos.

Hay dos tipos de segmentos que puede crear en Amazon Pinpoint:

- **Segmentos dinámicos:** basados en los atributos que defina. Los segmentos dinámicos pueden cambiar con el tiempo. Por ejemplo, si agrega nuevos puntos de conexión a Amazon Pinpoint o si modifica o elimina los existentes, el número de puntos de conexión de dicho segmento puede aumentar o disminuir. Para obtener más información acerca de los segmentos dinámicos, consulte [the section called “Creación de segmentos”](#).
- **Segmentos importados:** se crean segmentos fuera de Amazon Pinpoint y se guardan en formato JSON o CSV. Cuando se crea un segmento importado, se cargan los archivos en Amazon Simple Storage Service (Amazon S3). Amazon Pinpoint recupera los archivos de Amazon S3 y crea nuevos puntos de conexión en función del contenido de esos archivos. Los segmentos importados son estáticos, nunca cambian. Para realizar cambios, debe volver a importar el segmento con esos cambios. Cuando crea un nuevo segmento, puede utilizar un segmento importado como base y, a continuación, ajustarlo añadiendo filtros. Para obtener más información acerca de la importación de segmentos, consulte [the section called “Importación de segmentos”](#).

Creación de segmentos

Después de integrar las aplicaciones con Amazon Pinpoint, puede crear segmentos dinámicos basados en los datos que proporcionan las aplicaciones a Amazon Pinpoint. Cuando se crea un segmento dinámico, se debe elegir el tipo de segmento que se desea crear, se crea un grupo de segmentos y, a continuación, se refina ese grupo de segmentos eligiendo los segmentos y los criterios que los definen. Por ejemplo, puede crear un grupo de segmentos dinámico y, a continuación, elegir un segmento de público y un criterio para todos los clientes que utilizan la versión 2.0 de la aplicación en un dispositivo Android y que la han utilizado en los últimos 30 días. Amazon Pinpoint vuelve a evaluar continuamente los segmentos a medida que la aplicación registra las nuevas interacciones con los clientes. Como resultado, el tamaño y la pertenencia de cada segmento cambia con el paso del tiempo. Para obtener más información sobre la integración de las

aplicaciones con Amazon Pinpoint, consulte [Integración de Amazon Pinpoint con la aplicación](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Grupos de segmentos

Cuando crea un segmento dinámico, debe crear uno o varios grupos de segmentos. Un grupo de segmentos consta de estos componentes:

- **Segmentos base:** los segmentos que definen el número inicial de usuarios. Puede especificar un único segmento base, varios o todos los segmentos del proyecto de Amazon Pinpoint.
- **Criterios:** categorías de información del público que se aplican además de los segmentos base. Puede agregar varios grupos de criterios y, a continuación, crear relaciones entre esos criterios.
- **Filtros:** reducen el número del público que pertenece al segmento. Puede añadir tantos filtros como desee con el fin de adaptar el segmento a sus necesidades.

Debe crear al menos un grupo de segmentos, pero si lo desea, puede crear un segundo grupo de segmentos y, a continuación, crear una relación entre los dos grupos.

Creación de un segmento dinámico

Los siguientes pasos describen la creación y configuración de un segmento:

- [Paso 1: Crear un segmento nuevo o importar uno existente](#)
- [Paso 2: Configurar grupo de segmentos 1](#)
- [Paso 3: Elegir los segmentos para incluir en el grupo](#)
- [Paso 4: Elegir y configurar los criterios de segmento](#)
- [Paso 5: Agregar un segundo grupo de criterios](#)
- [Paso 6: Agregar el grupo de segmentos 2](#)

Paso 1: Crear un segmento nuevo o importar uno existente

Para crear un segmento

1. [Inicie sesión en la consola de Amazon Pinpoint AWS Management Console y ábrala en https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto al que desee añadir el segmento.

3. En el panel de navegación, seleccione Segments (Segmentos). Se abre la página Segments (Segmentos) y muestra los segmentos que ha definido anteriormente.
4. Seleccione Create a segment (Crear segmento).
5. En Create a segment (Crear un segmento), seleccione Build a segment (Crear segmento).

Create a segment

Build a segment

Create a dynamic segment based on the attributes of your customers.

Import a segment

Import a CSV or JSON file that contains a list of specific recipients.

6. En Nombre del segmento, ingrese un nombre para el segmento que permita reconocerlo fácilmente más adelante.

Paso 2: Configurar grupo de segmentos 1

Primero, elegirá cómo quiere definir los segmentos de público para el grupo de segmentos.

Para configurar el grupo de segmentos 1

- En el grupo de segmentos 1, para los segmentos base, elija una de las siguientes opciones:
 - Incluir cualquier público: si utiliza más de un segmento como segmento base, el nuevo segmento contendrá puntos de conexión que están al menos en uno de los segmentos que elija. Por ejemplo, puede que tenga dos segmentos dinámicos: *ser mayor de 18 años* y *vivir en la ciudad de Nueva York*. Al elegir esta opción, el público objetivo es cualquier público mayor de 18 años o que viva en la ciudad de Nueva York.
 - Incluir todos los públicos: si utiliza más de un segmento como segmento base, el nuevo segmento solo contiene los puntos de conexión comunes a todos los segmentos seleccionados. Por ejemplo, puede que tenga dos segmentos dinámicos: *ser mayor de 18 años* y *vivir en la ciudad de Nueva York*. Al elegir esta opción, el público objetivo es todo público mayor de 18 años y que viva en la ciudad de Nueva York.

The screenshot shows the 'Segment group 1' configuration page. At the top, there is a title 'Segment group 1' with an 'Info' link. Below it is a descriptive paragraph: 'A segment group contains filters that you apply to base segments. If you choose an imported segment as a base segment, you can't use other imported segments as base segments nor add an additional segment group.' The main section is titled 'Base segments' with an 'Info' link. It contains two radio buttons: 'Include any audiences' (which is selected) and 'Include all audiences'. Below these is a label 'Include audiences that are in any of the following:' followed by a dropdown menu currently showing 'All segments'. At the bottom of this section is a 'Criteria - optional' link and an 'Add criteria' button.

Paso 3: Elegir los segmentos para incluir en el grupo

El siguiente paso es elegir qué segmentos incluirá en el grupo. Estos segmentos se componen del público al que quiere dirigirse en el grupo de segmentos.

1. En la lista desplegable, seleccione uno o más segmentos para incluirlos en el grupo de segmentos. Cada segmento que agregue se mostrará en la sección.

Note

La lista desplegable de segmentos no se cierra al elegir un segmento. Permanece abierta, con una marca de verificación junto a cada segmento que incluya en el grupo. Puede eliminar la marca de verificación de cualquier segmento que desee eliminar. Cuando haya terminado la elección de segmentos, elija un área fuera del desplegable para cerrarlo.

Segment details

Search:

Name:
Name must be between 1 and 64 characters.

Segment group 1 Info
A segment group contains filters that you apply to base segments or other imported segments as base segments. You can also add an additional segment group.

Base segments Info

Include any audiences
 Include all audiences

Include audiences that are in **any** of the following:

- Loyalty (Dynamic)
- Price Sensitive Group (Push) (Dynamic)
- Pizza Lovers (Dynamic)
- All Users (Dynamic)
- Whole Food Members (Dynamic)
- Deal of the Day (Dynamic)
- Inactive Users (Dynamic)
- pizza lovers in us (Dynamic)

2. A medida que agrega o elimina segmentos, la sección de estimación de segmentos se actualiza para mostrar los puntos de conexión elegibles y totales configurados para recibir la campaña. Los puntos de conexión elegibles son aquellos determinados por cualquier relación del grupo de segmentos, mientras que el total es la suma de todos los puntos de conexión, independientemente del conector de relaciones.

Segment estimate Info	
Eligible endpoints The number of customers who will receive campaigns that target this segment.	Total endpoints The number of recipients who meet the criteria for this segment.
1,029 endpoints	1,037 endpoints

Paso 4: Elegir y configurar los criterios de segmento

Una vez que haya elegido los segmentos, puede refinar aún más el público objetivo aplicando atributos, operadores y valores a esos segmentos.

Para elegir y configurar los criterios de segmento

1. Para atributo, puede elegir entre los siguientes tipos:
 - Atributos estándar: filtran el público en función de uno de los atributos predeterminados.
 - Tipos de canales: filtran el público en función del tipo de punto de conexión del destinatario: CORREO ELECTRÓNICO, SMS, DE INSERCIÓN o PERSONALIZADO.

- Actividad: filtra el público en función de si ha estado activo o inactivo.
 - Atributos de punto de conexión personalizados: filtran el público en función de un atributo específico del punto de conexión. Por ejemplo, puede ser una lista de los clientes excluidos de una lista de distribución o una lista de clientes que se han registrado en una lista de distribución.
 - Atributos de usuario del cliente: filtran el público en función de los atributos específicos del usuario. Por ejemplo, podría ser *LastName* o *FirstName*.
 - Métricas: filtran el público en función de una evaluación cuantitativa. Por ejemplo, puede que tenga una métrica, *Visitas*, que puede elegir si quiere dirigirse a un público que ha visitado una ubicación específica *x* un número de veces.
2. Elija el operador e ingrese un valor. Los operadores determinan la relación del atributo con el valor que ingrese. Los valores no pueden tener más de 100 caracteres y no puede haber más de 100 valores en total entre todos los grupos, criterios y filtros. A continuación, se describen los operadores disponibles. Cada atributo tiene su propio conjunto de operadores compatibles.

 Note

Los atributos de tipos de canales no utilizan operadores ni valores.

- Después: filtra el público después de una fecha específica.
- Antes: filtra el público antes de una fecha específica.
- Entre: filtra el público en función de un intervalo de fechas.
- Contiene: utilice esta opción para filtrar el público en función de una subcadena dentro de otra cadena. Por ejemplo, si tiene una métrica de ciudad, puede aprobar *ew* para devolver *Nueva York* o Newcastle. El valor pasado distingue entre mayúsculas y minúsculas, por lo que *ew* devuelve resultados diferentes a los de *EW*.
- Durante: solo se usa para el atributo de actividad. Filtra el público según uno de los siguientes periodos de tiempo: el último día, los últimos 7 días, los últimos 14 días o los últimos 30 días.
- Igual: se usa solo para los atributos de métricas, este operador filtra los resultados por un valor numérico. Por ejemplo, es posible que tenga una métrica, *Visitas*, que pueda usar para filtrar los resultados solo por aquellos clientes que hayan visitado una ubicación *3* veces.
- Mayor que: solo se utiliza para los atributos de métricas, este operador filtra los resultados que son superiores al número aprobado. Por ejemplo, es posible que tenga una métrica, *Visitas*,

que puede usar para filtrar los resultados solo por aquellos clientes que hayan visitado una ubicación más de **3** veces.

- Mayor o igual que: solo se utiliza para los atributos de métricas, este operador filtra los resultados que son superiores o iguales al número aprobado. Por ejemplo, si tiene una métrica, *Visitas*, puede usar este operador para filtrar los resultados solo de aquellos clientes que hayan visitado una ubicación **3** o más veces.
- Es: utilice esta opción para filtrar por atributos específicos del punto de conexión. Al seleccionar esta opción, debe especificar la actividad reciente del punto de enlace o cuánto tiempo ha estado inactivo. Después de eso, si lo desea, puede especificar otros atributos asociados con dicho punto de enlace.
- No lo es: utilice esta opción si quiere filtrar los resultados que coincidan con el valor aprobado. Por ejemplo, es posible que tenga un punto de conexión de usuario del cliente *ciudad* que puede utilizar para filtrar los resultados que incluyen una ciudad específica. Utilice este operador y *ciudad de Nueva York* como valor para ignorar los resultados que incluyen esta ciudad.
- Menor que: solo se utiliza para los atributos de métricas, este operador filtra los resultados que son inferiores al número aprobado. Por ejemplo, es posible que tenga una métrica, *Visitas*, que puede usar para filtrar los resultados solo por aquellos clientes que hayan visitado una ubicación menos de **3** veces.
- Menor o igual que: solo se utiliza para los atributos de métricas, este operador filtra los resultados que son superiores o iguales al número aprobado. Por ejemplo, es posible que tenga una métrica, *Visitas*, que puede usar para filtrar los resultados solo por aquellos clientes que hayan visitado una ubicación **3** veces o menos.
- Activado: use esta métrica para filtrar los resultados. Por ejemplo, puede que tengas una métrica, *OptOut*, que puedas usar para filtrar los resultados únicamente por aquellos clientes que se excluyeron de una lista de distribución el 09 de noviembre de **2020**.

Note

La consola Amazon Pinpoint utiliza una hora predeterminada de 00:00:00 UTC para todos los filtros basados en el tiempo. Puede filtrar por fechas, pero las horas se registran con el mismo valor. Si ingresa una fecha de **31/12/2020**, la consola pasa el tiempo como **2020-12-31T12:00:00Z**. Por lo tanto, si tiene varios segmentos que pasan la fecha, 20/12/2020 con diferentes horarios, la consola de

Amazon Pinpoint registra la fecha y la hora de cualquiera de esos segmentos como *2020-12-31T12:00:00Z*.

3. (Opcional) Para aplicar atributos adicionales a este criterio, elija Agregar filtro. Para crear otro grupo de criterios de segmento, elija Agregar criterios. Para crear un segundo grupo de segmentos, elija Agregar otro grupo de segmentos. Para obtener más información sobre cómo agregar un segundo grupo de segmentos, consulte [Paso 6: Agregar el grupo de segmentos 2](#).
4. Si ha terminado de configurar este segmento, elija Crear segmento.

Paso 5: Agregar un segundo grupo de criterios

Si lo desea, agregue grupos de criterios para refinar aún más los resultados. Creará una relación entre este grupo de criterios y el grupo anterior.

Para agregar un segundo grupo de criterios

1. Elija Agregar criterios.
2. Cree la relación entre este grupo y el grupo anterior eligiendo una de las siguientes opciones:
 - Y: el segmento contiene solo el público que cumple los criterios de ambos grupos de criterios.
 - O: el segmento contiene el público que cumple los criterios en uno de los grupos de criterios.
 - NI: el segmento excluye de los resultados al público que cumple los criterios.

Base segments [Info](#)

Include any audiences
 Include all audiences

Include audiences that are in any of the following: All segments

dates Dynamic
channels Dynamic

Criteria - optional [Info](#)

Attribute	Operator	Values	
SMS	Select an operator	Q Enter a value	Remove
Country	Is	Q Enter a value	Remove
		US <input type="checkbox"/>	

Attribute	Operator	Values	
Select an attribute	Select an operator	Q Enter a value	Remove

- (Opcional) Para agregar otro grupo de criterios, elija Agregar criterios o para agregar un segundo grupo de segmentos, elija Agregar otro grupo de segmentos. Para obtener más información, consulte [Paso 6: Agregar el grupo de segmentos 2](#).
- Si ha terminado de configurar el grupo de segmentos, elija Crear segmento.

Paso 6: Agregar el grupo de segmentos 2

Si lo desea, puede crear un segundo grupo de segmentos y crear una relación con el grupo de segmentos 1. Al crear un segmento con la consola de Amazon Pinpoint, puede tener un máximo de dos grupos de segmentos por segmento. Si agrega un segundo grupo de segmentos al segmento, puede elegir una de las dos formas para especificar cómo se conectan los dos segmentos:

- Con la lógica Y: si utiliza lógica Y para conectar dos grupos de segmentos, el segmento contiene todos los puntos de conexión que cumplen todos los criterios de los dos grupos de segmentos.
- Con la lógica O: si utiliza lógica O para conectar dos grupos de segmentos, el segmento contiene todos los puntos de conexión que cumplen todos los criterios de uno de los grupos de segmentos.

Note

Si utiliza un segmento importado como segmento base para el primer grupo de segmentos, no podrá crear un segundo grupo de segmentos.

Para configurar el segundo grupo de segmentos

1. Elija Agregar otro grupo de segmentos.
2. Cree la relación con el primer grupo de segmentos. Si elige Y, el segmento contiene solo los clientes que cumplan los criterios de ambos grupos de segmentos. Si elige O, el segmento contiene solo los clientes que cumplan los criterios de uno de los grupos de segmentos. Dentro del grupo de segmentos 2, tiene una tercera opción para excluir público. Los segmentos que estén excluidos no se incluirán en los resultados. Solo puede excluir público del grupo de segmentos 2.

AND ▲
AND
OR

Segment group 2 Info Delete

A segment group contains filters that you apply to base segments. If you choose an imported segment as a base segment, you can't use other imported segments as base segments nor add an additional segment group.

Base segments Info

Exclude audiences
 Include any audiences
 Include all audiences

Include audiences that are in **none** of the following: All segments ▼

Criteria - optional Info

Add criteria

3. Elija los segmentos que desea incluir en el grupo de segmentos 2. Consulte [Paso 3: Elegir los segmentos para incluir en el grupo](#).
4. (Opcional) Elija los criterios por los que desea filtrar los segmentos. Consulte [Paso 4: Elegir y configurar los criterios de segmento](#).

5. (Opcional) Agregue grupos de criterios adicionales. Consulte [Paso 5: Agregar un segundo grupo de criterios](#).
6. Cuando termine de configurar el segmento, elija Create segment (Crear segmento).

Administración de los segmentos

Puede utilizar la consola de Amazon Pinpoint para crear, ver, copiar y realizar otras tareas de administración para los segmentos de un proyecto. Si abre un segmento para ver su configuración, también puede crear rápidamente una campaña que utilice el segmento. Para obtener más información sobre la administración de segmentos, consulte [Creación de segmentos](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Para administrar un segmento

1. Inicie sesión en AWS Management Console y abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página Todos los proyectos, elija el proyecto que contiene el segmento que desee exportar.
3. En el panel de navegación, seleccione Segments (Segmentos).
4. En la lista de segmentos, seleccione el que desee administrar.
5. En el menú Actions (Acciones), elija una de las opciones siguientes:
 - Ver detalles: elija esta opción para mostrar información sobre el segmento, incluida la fecha y la hora en que se creó y la fecha y la hora en que se actualizó por última vez.

Cuando vea los detalles de un segmento dinámico, también verá el número aproximado de puntos de enlace que cumplen los criterios del segmento y los grupos y filtros del segmento que lo definen. Al ver los detalles de un segmento importado, también verá el número de registros que se importaron para el segmento. Si importó el segmento desde una ubicación de Amazon S3, también verá detalles sobre esa ubicación y el nombre del rol de IAM que se utilizó para importar el segmento desde esa ubicación.

- Editar: elija esta opción para cambiar la configuración de un segmento dinámico.

Note

No puede editar las propiedades de un segmento importado.

- Copiar en uno nuevo: elija esta opción para crear un segmento nuevo a partir de una copia del segmento seleccionado. A continuación, puede modificar cualquier configuración del nuevo segmento, sin cambiar el segmento original.
- Exportar: elija esta opción para exportar el segmento a un archivo del equipo. Para obtener más información, consulte [Exportación de segmentos](#).
- Eliminar: elija esta opción para eliminar el segmento de forma permanente. No puede recuperar un segmento después de que lo elimine.

Important

Si elimina un segmento, las campañas activas que lo utilicen fallarán y dejarán de ejecutarse. Del mismo modo, cualquier recorrido activo que utilice el segmento podría fallar y dejar de ejecutarse. Si un recorrido continúa ejecutándose, podría eliminarse de forma permanente del recorrido cualquier participante que forme parte del segmento. Antes de eliminar un segmento, es recomendable comprobar en primer lugar que ningún segmento esté siendo utilizado por campañas o recorridos activos.

Importación de segmentos

Con Amazon Pinpoint, puede definir un segmento de usuarios mediante la importación de un archivo que contiene información acerca de los usuarios que pertenecen al segmento. La importación de segmentos resulta útil si los segmentos de usuarios se definen fuera de Amazon Pinpoint, pero se desea conectar a los usuarios con campañas de Amazon Pinpoint.

A diferencia de los segmentos dinámicos que se crean con el constructor de segmentos en la consola, un segmento importado es un conjunto fijo de puntos de enlace o ID de usuarios:

Punto de conexión

Un destino al que puede enviar mensajes, por ejemplo, una dirección de correo electrónico, el identificador de un dispositivo móvil o el número de un teléfono móvil. Una definición de punto de enlace puede incluir atributos que describan al usuario o el dispositivo al que se envían los mensajes. También puede incluir un ID de usuario.

Puede definir un segmento importando una lista de definiciones de puntos de conexión. Amazon Pinpoint crea el segmento y actualiza con la nueva información todos los puntos de conexión que haya agregado previamente a Amazon Pinpoint.

ID de usuario

Un ID que representa a un usuario individual de la audiencia. Este ID debe asignarse a uno o varios puntos de enlace. Por ejemplo, si una persona utiliza la aplicación en varios dispositivos, la aplicación puede asignar su ID de usuario al punto de enlace de cada dispositivo.

Puede definir un segmento importando los ID de usuario solo si ha agregado a Amazon Pinpoint los puntos de conexión que están asociados a esos ID de usuario.

Un segmento importado se compone de puntos de enlace, ID de usuario o una combinación de ambos. Cuando se usa Amazon Pinpoint para enviar un mensaje al segmento, los posibles destinos incluyen:

- Cada punto de enlace que figure en el archivo importado.
- Cada punto de enlace que esté asociado con cada ID de usuario que figure en el archivo importado.

Cuando crea un nuevo segmento, puede utilizar uno importado como segmento base. Después puede aplicar filtros al segmento de base, que ajustará según sus necesidades.

Consideraciones sobre segmentos importados

Debe tener en cuenta los factores siguientes al crear segmentos importados:

- Al crear una campaña, es preciso elegir un segmento. Al elegir un segmento dinámico, Amazon Pinpoint proporciona una estimación del tamaño de dicho segmento. Sin embargo, cuando se elige un segmento importado, Amazon Pinpoint no puede proporcionar una estimación.
- Si crea una campaña que envía mensajes cuando se producen determinados eventos, no se pueden utilizar segmentos importados. Las campañas basadas en eventos solo puede utilizar segmentos dinámicos. Para obtener más información acerca de la creación de segmentos dinámicos, consulte [Creación de segmentos](#).

Archivos de segmento

Puede definir los puntos de enlace o ID de usuario que pertenecen al segmento en un archivo de valores separados por comas (CSV) o JSON. A continuación, este archivo se importa a Amazon Pinpoint para crear el segmento.

Al importar un segmento, recuerde lo siguiente:

- Amazon Pinpoint no puede importar archivos comprimidos.
- Los archivos que importe deben utilizar la codificación de caracteres UTF-8.
- Si importa puntos de enlace nuevos, los atributos Address y ChannelType son obligatorios.
- Si está actualizando puntos de enlace existentes, el atributo Id es obligatorio para cada punto de enlace que desee actualizar.
- Las definiciones de puntos de enlace solo pueden incluir determinados atributos. Para ver una lista, consulte [Atributos admitidos](#). Además, un nombre de atributo debe tener 50 caracteres o menos. Un valor de atributo debe tener 100 caracteres o menos.

Ejemplos de archivos de segmento

Los ejemplos de archivos de esta sección se basan en los siguientes datos:

Ejemplo de valores de atributos de puntos de enlace

ChannelType	Dirección	Location. Country	Demograph ic.Platform	Demograph ic.Make	Usuario. UserId
SMS	+16045550 182	CA	Android	LG	example-u ser-id-1
APNS	1a2b3c4d5 e6f7g8h9i 0j1a2b3c4 d5e6f	EE. UU.	iOS	Apple	example-u ser-id-2
CORREO ELECTRÓNICO	john.stil es@exampl e.com	EE. UU.	iOS	Apple	example-u ser-id-2
GCM	4d5e6f1a2 b3c4d5e6f 7g8h9i0j1 a2b3c	CN	Android	Google	example-u ser-id-3

ChannelType	Dirección	Location. Country	Demograph ic.Platform	Demograph ic.Make	Usuario. UserId
CORREO ELECTRÓNICO	wang.xiulan@example.com	CN	Android	OnePlus	example-user-id-3

Cada fila de esta tabla representa un punto de enlace individual. Observe que los ID de usuario `example-user-id-2` y `example-user-id-3` están asignados a dos puntos de enlace cada uno.

Example Archivo con definiciones de puntos de enlace

CSV

Puede importar puntos de enlace definidos en un archivo CSV, como se muestra en el siguiente ejemplo:

```
ChannelType,Address,Location.Country,Demographic.Platform,Demographic.Make,User.UserId
SMS,+16045550182,CA,Android,LG,example-user-id-1
APNS,1a2b3c4d5e6f7g8h9i0j1a2b3c4d5e6f,US,iOS,Apple,example-user-id-2
EMAIL,john.stiles@example.com,US,iOS,Apple,example-user-id-2
GCM,4d5e6f1a2b3c4d5e6f7g8h9i0j1a2b3c,CN,Android,Google,example-user-id-3
EMAIL,wang.xiulan@example.com,CN,Android,OnePlus,example-user-id-3
```

La primera línea es el encabezado, que contiene los atributos del punto de enlace. Para obtener una lista completa de posibles atributos, consulte [Atributos admitidos](#).

En las líneas siguientes se definen los puntos de enlace mediante la inclusión de valores para cada atributo del encabezado.

Para incluir una coma o comillas dobles en un valor, escriba el valor entre comillas dobles, por ejemplo, `"aaa,bbb"`.

El archivo CSV no puede contener saltos de línea ni tabulaciones. Si el archivo contiene datos con saltos de línea o tabulaciones, es posible que los datos del archivo no se importen o que se produzca un error en el proceso de importación.

JSON

Puede importar puntos de enlace definidos en un archivo JSON delimitado por saltos de línea. En este formato, cada línea es un objeto JSON completo que contiene una definición de punto de enlace individual, como en el siguiente ejemplo:

```
{"ChannelType":"SMS","Address":"+16045550182","Location":
{"Country":"CA"},"Demographic":{"Platform":"Android","Make":"LG"},"User":
{"UserId":"example-user-id-1"}}
{"ChannelType":"APNS","Address":"1a2b3c4d5e6f7g8h9i0j1a2b3c4d5e6f","Location":
{"Country":"US"},"Demographic":{"Platform":"iOS","Make":"Apple"},"User":
{"UserId":"example-user-id-2"}}
{"ChannelType":"EMAIL","Address":"john.stiles@example.com","Location":
{"Country":"US"},"Demographic":{"Platform":"iOS","Make":"Apple"},"User":
{"UserId":"example-user-id-2"}}
{"ChannelType":"GCM","Address":"4d5e6f1a2b3c4d5e6f7g8h9i0j1a2b3c","Location":
{"Country":"CN"},"Demographic":{"Platform":"Android","Make":"Google"},"User":
{"UserId":"example-user-id-3"}}
{"ChannelType":"EMAIL","Address":"wang.xiulan@example.com","Location":
{"Country":"CN"},"Demographic":{"Platform":"Android","Make":"OnePlus"},"User":
{"UserId":"example-user-id-3"}}
```

Para obtener una lista completa de posibles atributos, consulte [Atributos admitidos](#).

Importación de un segmento

Hay dos formas de importar segmentos en Amazon Pinpoint: puede cargar archivos directamente desde el equipo o puede importar los archivos que se almacenan en un bucket de Amazon S3.

La carga de archivos desde el equipo es por lo general el método más sencillo de importar segmentos, especialmente si ya dispone de los datos de los clientes en su equipo. Sin embargo, solo se pueden importar 10 archivos a la vez, y solo puede cargar archivos con un tamaño inferior a 1 gigabyte (GB).

Si necesita importar más de 10 archivos a la vez o si necesita cargar archivos con un tamaño superior a 1 GB, deberá importar archivos desde Amazon S3. La opción de importación de Amazon S3 también es útil si ya dispone de procesos que envíen archivos de datos del cliente a Amazon S3 para el almacenamiento.

Esta sección incluye procedimientos para la importación de segmentos mediante estos dos métodos.

Importación de un segmento mediante la carga de un archivo desde el equipo

Puede crear segmentos mediante la carga de hasta 10 archivos directamente desde su equipo. Los archivos que se cargan pueden estar en formato JSON o CSV. Puede cargar archivos de cualquier combinación de formatos. Por ejemplo, puede cargar un archivo JSON y tres archivos CSV.

Para importar un segmento

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto al que desee añadir el segmento.
3. En el panel de navegación, seleccione Segments (Segmentos).
4. Seleccione Create a segment (Crear segmento).
5. En Create a segment (Crear un segmento), seleccione Import a segment (Importar un segmento).
6. En Import method (Importar método), elija Upload files from your computer (Cargar archivos desde el equipo).
7. En Files to import (Archivos que importar), seleccione Choose files (Elegir archivos). Seleccione el archivo o los archivos que desee importar.

Note

También puede arrastrar archivos desde el explorador de archivos del equipo y soltarlos directamente en el área Drop files here (Soltar archivos aquí).

8. Cuando cargue archivos en Amazon Pinpoint, tendrá que proporcionar un nombre de segmento para cada archivo que importe. En Nombres de segmento, introduzca un nombre de segmento para cada archivo que desee importar.

De forma predeterminada, Amazon Pinpoint proporciona un nombre de segmento que es igual al nombre del archivo importado, pero sin la extensión de nombre de archivo. Puede cambiar estos valores predeterminados a cualquier nombre.

Segment names

Amazon Pinpoint creates a new segment for each file that you import. Specify the segment names below.

High Value Customers.csv (614 Bytes)

Name



Top Users by Activity.json (977 Bytes)

Name



Note

Puede utilizar el mismo nombre para varios segmentos. Si lo hace, Amazon Pinpoint crea un segmento distinto para cada archivo, y asigna un ID exclusivo a cada archivo. La fecha de creación es ligeramente diferente para cada archivo que importa. Puede utilizar estos factores para distinguir entre segmentos que tengan el mismo nombre.

9. Cuando haya terminado, elija Create segment (Crear segmento).

Importación de un segmento desde un archivo almacenado en Amazon S3

Antes de usar este procedimiento para importar un segmento, primero debe crear un bucket de Amazon S3 y cargar el archivo en ese bucket. Puede organizar los archivos de segmentos distintos en carpetas diferentes. Cuando Amazon Pinpoint importa los puntos de conexión o ID de usuario de un segmento, incluye los archivos contenidos en todas las carpetas y subcarpetas que pertenecen a la ubicación de Amazon S3 que se especifique.

Para obtener una introducción a la creación de depósitos y la carga de objetos, consulte [¿Qué es Amazon S3?](#) en la Guía del usuario de Amazon Simple Storage Service.

Amazon Pinpoint puede importar solo un formato de archivo (CSV o JSON) por segmento, por lo que la ruta de Amazon S3 que especifique solo debe contener archivos de un único tipo.

Para importar un segmento

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto al que desee añadir el segmento.
3. En el panel de navegación, seleccione Segments (Segmentos).
4. Seleccione Create a segment (Crear segmento).
5. En Create a segment (Crear un segmento), seleccione Import a segment (Importar un segmento).
6. En Segment name (Nombre del segmento), especifique un nombre para el segmento que permita reconocerlo fácilmente más adelante.
7. Para URL de Amazon S3, especifique la ubicación del bucket de Amazon S3 que contiene el archivo para el segmento. La dirección del bucket debe estar en el siguiente formato:

```
s3://bucket-name/folder-name
```

Amazon Pinpoint importa los archivos desde la ruta especificada y desde cualquier subcarpeta de esa ruta.

8. Para Rol de IAM, complete uno de los pasos siguientes:
 - Si quiere que Amazon Pinpoint cree un rol que permita leer desde un bucket de Amazon S3, elija Crear un rol automáticamente. A continuación, en IAM role (Rol de IAM), especifique un nombre para el rol que está creando.
 - Si ya ha creado un rol de IAM que permita a Amazon Pinpoint leer desde un bucket de Amazon S3, elija Elegir un rol existente. A continuación, para IAM role, elija un rol que contenga los permisos adecuados.

Si desea crear usted mismo el rol de IAM, consulte [Rol de IAM para importar puntos de conexión o segmentos](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint. Después de crear el rol, especifíquelo en la consola de Amazon Pinpoint.

9. En Qué tipo de archivo va a importar, elija Notación de JavaScript objetos (JSON) o Valores separados por comas (CSV), según el formato del archivo que cargó en Amazon S3.
10. Seleccione Create segment (Crear segmento).

Atributos admitidos

La tabla de esta sección muestra y describe los atributos que puede especificar en las definiciones de puntos de conexión que se van a importar en Amazon Pinpoint. Si importa segmentos utilizando archivos CSV, los encabezados del archivo deben coincidir con los nombres que se muestran en la columna Attribute (Atributo).

Para los archivos JSON, un punto en el nombre del atributo indica que el nombre que aparece después de ese punto es un objeto anidado en un objeto principal con un nombre que sea igual al valor anterior al punto. Por ejemplo, un archivo JSON que contiene los atributos `Demographic.Make` y `Demographic.Model` presenta la siguiente estructura:

```
{
  ...
  "Demographic": {
    ...
    "Make": "Apple",
    "Model": "iPhone"
    ...
  }
  ...
}
```

La estructura JSON completa se parece bastante a la [solicitud de punto de conexión de ejemplo](#) en la Referencia de la API de Amazon Pinpoint. Sin embargo, no todos los atributos del esquema de la solicitud de punto de enlace se admiten al importar segmentos, como `EndpointStatus` y `EffectiveDate`.

Para que un campo personalizado tenga varios valores en CSV, debe replicar el encabezado y conservar un valor por encabezado. Por ejemplo:

```
...,User.UserId,
  User.UserAttributes.new_multi_field,User.UserAttributes.new_multi_field
...,example-user-id-2,test10,test20
```

Puede reemplazar los nombres de atributo que se muestran como *custom_attribute* por cualquier valor. Por ejemplo, si desea almacenar los nombres y apellidos de los usuarios en los atributos denominados `FirstName` y `LastName` puede crear atributos personalizados denominados `User.UserAttributes.FirstName` y `User.UserAttributes.LastName`, respectivamente. Un

nombre de atributo puede contener hasta 50 caracteres. Un valor de atributo puede contener hasta 100 caracteres. Los nombres de atributo distinguen entre mayúsculas y minúsculas.

En JSON, el atributo personalizado debe tener el formato adecuado en "Attributes":{"Ride":["Bus"]}.

Atributo	Descripción
Address	<p>La dirección de destino única de los mensajes o las notificaciones de inserción que envía al punto de conexión, por ejemplo, una dirección de correo electrónico, un número de teléfono o un token de dispositivo.</p> <div data-bbox="829 779 1507 1142" style="border: 1px solid #add8e6; border-radius: 10px; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p> Note</p> <p>Si la dirección del punto de conexión es un número de teléfono, debe especificarlo en formato E.164. Para obtener más información sobre el formato E.164, consulte E.164 en Wikipedia.</p> </div>
Attributes. <i>custom_attribute</i>	<p>Un atributo personalizado que describe el punto de enlace. Puede utilizar este tipo de atributo como criterios de selección al crear un segmento. Puede sustituir <i>custom_attribute</i> por cualquier valor.</p>
ChannelType	<p>El canal que se va a utilizar al enviar mensajes o notificaciones de inserción al punto de enlace. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • APNS: para un punto de conexión que puede recibir notificaciones de inserción que envíe a través del canal de Apple Push Notification service (APNs) a aplicaciones que se ejecutan en dispositivos iOS.

Atributo	Descripción
	<ul style="list-style-type: none"> EMAIL: para un punto de conexión que puede recibir mensajes de correo electrónico. GCM: para un punto de conexión que puede recibir notificaciones de inserción que envíe a través del canal de Firebase Cloud Messaging (FCM) a aplicaciones que se ejecutan en dispositivos Android. SMS: para un punto de conexión que puede recibir mensajes de texto SMS.
Demographic.AppVersion	El número de versión de la aplicación que está asociada al punto de enlace.
Demographic.Locale	La configuración regional del punto de enlace, en el formato siguiente: el código ISO 639-1 alfa-2 seguido de un guion bajo (_), seguido de un valor ISO 3166-1 alfa-2 . Por ejemplo, en_US es la configuración regional en inglés para los Estados Unidos.
Demographic.Make	El fabricante del dispositivo del punto de enlace, como, por ejemplo, apple o samsung.
Demographic.Model	Nombre o número del modelo del dispositivo del punto de enlace, como iPhone o SM-G900F.
Demographic.ModelVersion	La versión de modelo del dispositivo del punto de enlace.
Demographic.Platform	El sistema operativo del dispositivo del punto de enlace, como, por ejemplo, ios o android.
Demographic.PlatformVersion	La versión del sistema operativo en el dispositivo del punto de enlace.

Atributo	Descripción						
Demographic.Timezone	<p>La zona horaria del punto de enlace, como un valor de base de datos de zona horaria. Por ejemplo, America/Los_Angeles para la hora del Pacífico (América del Norte).</p> <div data-bbox="829 443 1507 1247" style="border: 1px solid #add8e6; border-radius: 10px; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p> Note</p> <p>Las siguientes zonas horarias ya no son compatibles y se reasignan automáticamente a las zonas horarias compatibles.</p> <table border="1" data-bbox="911 779 1474 1213"> <thead> <tr> <th>Zona horaria</th> <th>Zona horaria reasignada</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Canada/East-Saskatchewan</td> <td>America/Mountain</td> </tr> <tr> <td>US/Pacific-New</td> <td>America/Los_Angeles</td> </tr> </tbody> </table> </div>	Zona horaria	Zona horaria reasignada	Canada/East-Saskatchewan	America/Mountain	US/Pacific-New	America/Los_Angeles
Zona horaria	Zona horaria reasignada						
Canada/East-Saskatchewan	America/Mountain						
US/Pacific-New	America/Los_Angeles						
EffectiveDate	La fecha y la hora de la última actualización del punto de enlace, en formato ISO 8601 . Por ejemplo, 2019-08-23T10:54:35.220Z para 10:54 UTC 23 de agosto de 2019.						
Id	El identificador único para el punto de enlace.						
Location.City	La ciudad en la que se encuentra el punto de enlace.						

Atributo	Descripción
Location.Country	El código de dos caracteres, en formato ISO 3166-1 alfa-2 , del país o región en que se encuentra el punto de enlace. Por ejemplo, US para los Estados Unidos.
Location.Latitude	La coordenada de latitud de la ubicación del punto de enlace, redondeada a un decimal.
Location.Longitude	La coordenada de longitud de la ubicación del punto de enlace, redondeada a un decimal.
Location.PostalCode	El código postal del área donde se encuentra el punto de enlace.
Location.Region	El nombre de la región, como un estado o una provincia, en la que se encuentra ubicado el punto de enlace.
Metrics. <i>custom_attribute</i>	<p>Una métrica numérica personalizada de la que la aplicación informa a Amazon Pinpoint para el punto de conexión, por ejemplo, el número de sesiones o el número de artículos que quedan en un carrito, para utilizarla con fines de segmentación. Puede sustituir <i>custom_attribute</i> por cualquier valor.</p> <p>Estos valores personalizados solo pueden ser numéricos. Puesto que se trata de números, Amazon Pinpoint puede realizar operaciones aritméticas, como obtener el valor promedio o la suma, con ellos.</p>

Atributo	Descripción
OptOut	Indica si un usuario ha elegido no recibir mensajes y notificaciones de inserción de usted. Los valores aceptables son: ALL, el usuario ha cancelado la opción de recibir mensajes y no desea recibir ningún mensaje o notificación de inserción; o NONE, el usuario no ha cancelado la opción de recibir mensajes y desea recibir todos los mensajes y notificaciones de inserción.
RequestId	El identificador único de la solicitud más reciente para actualizar el punto de enlace.
User.UserAttributes. <i>custom_attribute</i>	Un atributo personalizado que describe al usuario. Puede sustituir <i>custom_attribute</i> por cualquier valor, como FirstName o Age.
User.UserId	Un identificador único para el usuario.

Puede crear hasta 250 atributos personalizados para los puntos de conexión y usuarios de cada proyecto. Para obtener más información, consulte [Cuotas de Amazon Pinpoint](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

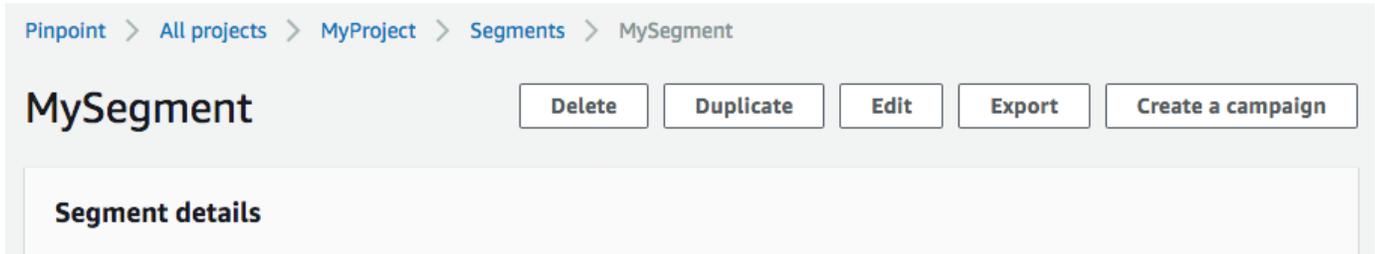
Exportación de segmentos en la consola de Amazon Pinpoint

En la página Segmentos de la consola de Amazon Pinpoint, puede exportar un segmento existente a un archivo del equipo. Cuando lo haga, Amazon Pinpoint exportará toda la información asociada a los puntos de conexión en el segmento de un archivo.

Esta característica resulta útil si desea compartir una lista de miembros de segmento con alguien de la organización que utilice Amazon Pinpoint. También resulta útil en situaciones en las que desee modificar el segmento mediante una aplicación diferente.

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.

2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto que contiene el segmento que desee exportar.
3. En el panel de navegación, seleccione Segments (Segmentos).
4. En la lista de segmentos, elija el que desee exportar.
5. En la parte superior de la página, elija Export (Exportar), como se muestra en la siguiente imagen.



6. Amazon Pinpoint crea un nuevo trabajo de exportación y ve la pestaña Exportaciones recientes en la página Segmentos.

Tenga en cuenta el valor de la columna Export status (Estado de exportación) para el segmento que exportó. Cuando crea por primera vez el trabajo de exportación, el estado es In progress (En curso).

Espere unos minutos y, a continuación, elija el botón refresh (actualizar)



Si el estado sigue siendo In progress (En curso), espere otro minuto y, a continuación, repita este paso. De lo contrario, si el estado es Complete (Completo), pase al siguiente paso.

Note

Si un segmento requiere más de 10 minutos en completarse, se agotará el tiempo de espera del proceso de exportación. Si necesita exportar segmentos muy grandes, debe utilizar la [CreateExportJob](#) operación en la API Amazon Pinpoint.

7. Elija Download (Descargar) para guardar el segmento en su equipo, como se muestra en la siguiente imagen.

Recent exports (1) Info			
Search			
Segment name	Request date	Export status	
MySegment	August 5th 2019, 21:19, UTC	Completed	Download

segmentos de solución de problemas

Compruebe que el registro esté activado para ayudar a identificar la causa del error. Para obtener más información, consulte [Monitoreo y registro](#).

Se ha producido un error en la importación de segmentos

Si la importación de un segmento produce un error, puede ver el siguiente mensaje de error o similar:

Trabajo de importación: no se pudo importar el SampleTemplate archivo.csv con el nombre del segmento. SampleTemplate Solicitud errónea: los datos que recibimos no coincidían con el formato que esperábamos para la createImportJob operación. Confirme que la información de la solicitud tiene el formato correcto y después envíe la solicitud de nuevo.

Problema y solución

- Este error se produce cuando la plantilla importada no está formateada correctamente.
- Compruebe que la plantilla tenga un formato JSON o CSV válido. Consulte [Archivos de segmento](#) para ver un ejemplo de formato correcto. También se puede descargar una plantilla de ejemplo desde la consola. En el proyecto, seleccione Segmentos, Crear un segmento, Importar un segmento y seleccione Descargar CSV de ejemplo.
- Compruebe que todos los atributos especificados son válidos. ChannelType y la dirección son campos obligatorios al importar segmentos. Los nombres de atributo distinguen entre mayúsculas y minúsculas. Para obtener una lista completa de los posibles atributos que se pueden agregar a una plantilla, consulte [Atributos admitidos](#).

Fusión de varios segmentos de importación

Amazon Pinpoint no admite la fusión de varios segmentos de importación. Puede combinar manualmente las dos importaciones en una sola y crear un segmento dinámico a partir de los segmentos fusionados.

Se ha producido un error en la exportación de segmentos

No se puede exportar el segmento. El trabajo de exportación produce un error de forma continua desde la consola.

Problema y solución

- Los trabajos de exportación pueden producir un error si se trata de exportaciones grandes cuando la exportación se realiza desde la consola.
- Como solución alternativa a esta limitación, el segmento se puede exportar a un bucket de Amazon S3 mediante la [CreateExportJob](#) API mediante la referencia de línea de comandos (CLI) o el SDK.

Recuento de puntos finales para un segmento dinámico

Problemas y soluciones

- Cuando se utiliza un segmento dinámico al crear una campaña, el número de puntos de conexión es una aproximación y puede que no sea exacto. El segmento se puede exportar para confirmar la cantidad exacta de puntos de conexión en un momento determinado. Esto se debe a que los datos de punto de conexión en segmentos dinámicos están sujetos a cambios a lo largo del tiempo en función de los criterios definidos en el segmento dinámico

BadRequestException: Se ha superado el número máximo de puntos finales por usuario: 15

Este error se produce al intentar agregar más de 15 puntos de conexión asociados al mismo `UserId`.

Note

Si el nuevo punto de conexión tiene un tipo de canal de ADM, GCM, APNS, APNS_VOICE, APNS_VOIP_SANDBOX o BAIDU, la solicitud se realizará correctamente si ya existe un punto de conexión con uno de esos tipos de canales. Para obtener más información, consulte [Administrar un número máximo de puntos de conexión de miembros del público](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Problema y solución

- Es posible que aparezca este error al crear nuevos puntos de conexión o al editar los existentes mediante la API [update-endpoint](#) y el punto de conexión específico supere el número máximo de 15 direcciones de punto de conexión.
- Este límite es actualmente un límite estricto con el servicio. No se puede aumentar. Para obtener más información, consulte [Cuotas de punto de conexión](#).

BadRequestException al llamar a la UpdateEndpoints operación UpdateEndpointsBatch o: demasiados atributos personalizados

Este error se produce al intentar agregar más de 250 atributos. Los atributos personalizados pueden ser un máximo de 15 KB por punto de conexión.

Problema y solución

- Exporte el segmento e inspecciónelo para confirmar el número de atributos personalizados.
- El número predeterminado de atributos es 250, incluidos los atributos asignados a `Attributes`, `Metrics` y `UserAttributes`.
- Para resolverlo, es posible que desee aumentar el límite. Para obtener más información, consulte [Cuotas de punto de conexión](#).

Campañas de Amazon Pinpoint

Una campaña es una iniciativa de mensajería que crea una conexión con un [segmento](#) de público específico. Una campaña envía mensajes personalizados según la programación que defina. Puede usar la consola para crear una campaña que envíe mensajes a través de cualquier canal que sea compatible con Amazon Pinpoint: envío push móvil, integrado en la aplicación, correo electrónico SMS o canales personalizados.

Por ejemplo, para ayudar a aumentar la conexión entre la aplicación móvil y los usuarios, podría utilizar Amazon Pinpoint para crear y administrar campañas de notificaciones de inserción que se dirijan a usuarios de la aplicación. La campaña podría invitar a los usuarios que no han ejecutado la aplicación recientemente a que regresen a ella u ofrecer promociones especiales a los usuarios que no han comprado últimamente.

La campaña puede enviar un mensaje a todos los usuarios de un segmento, o bien puede asignar exclusiones, que es un porcentaje de los usuarios que no recibirán ningún mensaje. El segmento puede ser uno que haya creado en la página Segments (Segmentos) o uno que defina al crear la campaña.

Puede establecer la programación de la campaña de tal forma que el mensaje se envíe una sola vez o con una frecuencia periódica; por ejemplo, una vez a la semana. También puede configurar la campaña de modo que los mensajes se envíen cuando se produzcan eventos específicos. Por ejemplo, puede enviar una campaña cuando un usuario cree una cuenta nueva o cuando un cliente agregue un artículo a la cesta de la compra pero no finalice la compra. Para evitar que los usuarios reciban sus mensajes en momentos inoportunos, también puede configurar las campañas de modo que no envíen mensajes en determinados horarios de descanso.

Para experimentar con estrategias de campaña alternativas, configure su campaña como una prueba A/B. Una prueba A/B incluye dos o más tratamientos del mensaje o la programación. Los tratamientos son variaciones del mensaje o la programación. A medida que los usuarios respondan a la campaña, podrá ver análisis de dicha campaña para comparar la eficacia de cada tratamiento.

Si desea enviar un único mensaje sin realizar una conexión con un segmento de usuarios o definir una programación, puede simplemente [enviar un mensaje directo](#) en lugar de crear una campaña.

Temas

- [Paso 1: Crear una campaña](#)

- [Paso 2: Especificar el público para la campaña](#)
- [Paso 3: Configurar el mensaje](#)
- [Paso 4: Elegir cuándo enviar la campaña](#)
- [Paso 5: Revisar y lanzar la campaña](#)
- [Administración de campañas](#)
- [Resolución de problemas de campañas](#)

Paso 1: Crear una campaña

El primer paso en la configuración de una campaña es crear una nueva campaña. Al crear una campaña nueva, debe asignarle un nombre, especificar si la campaña debe ser una campaña estándar o una campaña de prueba A/B y elegir el canal que desea utilizar para enviar la campaña.

Para empezar a crear una campaña

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto en el que desee crear la campaña.
3. En el panel de navegación, seleccione Campañas.
4. Seleccione Create a campaign (Crear una campaña).
5. En Campaign name (Nombre de la campaña), escriba un nombre descriptivo para la campaña. Al usar un nombre descriptivo, le resultará más fácil buscar y encontrar la campaña posteriormente.
6. En Campaign type (Tipo de campaña), elija una de las siguientes opciones:
 - Campaña estándar: envía un mensaje a un segmento especificado de acuerdo con una programación que defina.
 - Campaña de prueba A/B: se comporta como una campaña estándar, pero permite definir diferentes tratamientos para el mensaje o la programación de la campaña. En una campaña de prueba A/B, debe crear varias versiones de un mensaje o programación para comparar su rendimiento.
7. En Choose a channel for this campaign (Elegir un canal para esta campaña), elija el canal que desea utilizar para enviar la campaña.

Note

Solo puede elegir un único canal. Solo puede elegir los canales habilitados para el proyecto actual. El canal Custom (Personalizado) está habilitado para todos los proyectos de forma predeterminada.

8. Si eligió la mensajería integrada en la aplicación en el paso anterior, elija una priorización para el mensaje integrado en la aplicación. El valor que elija determina qué mensaje se mostrará en respuesta a un evento desencadenador.

Si eligió un tipo de mensaje diferente, continúe con el siguiente paso.

9. Elija Siguiente.

Next

[Paso 2: Especificar el público para la campaña](#)

Paso 2: Especificar el público para la campaña

Al crear una campaña, se elige un segmento al que enviar esa campaña. Un segmento es un grupo de clientes que comparte determinados atributos. Por ejemplo, un segmento puede contener todos los clientes que utilizan la versión 2.0 de la aplicación en un dispositivo Android, o todos los clientes que viven en la ciudad de Los Ángeles.

Requisito previo

Antes de empezar, complete [Paso 1: Crear una campaña](#).

Para especificar un segmento

1. En la página Choose a segment (Elegir un segmento), elija una de las siguientes opciones:
 - Utilizar un segmento existente: elija esta opción si ya ha creado un segmento y está listo para enviar la campaña.
 - Crear un segmento: elija esta opción si no ha creado aún los segmentos o si desea crear un nuevo segmento para esta campaña. Si elige esta opción, creará un segmento según los procedimientos que se describen en [Creación de segmentos](#).

Note

Si desea enviar su campaña al producirse determinados eventos (en lugar de enviarla en un momento concreto), debe usar un segmento dinámico (en lugar de un segmento importado). Para obtener más información, consulte [Creación de segmentos](#).

2. (Opcional) En Segmentos retenidos, especifique el porcentaje de miembros del segmento que no deberían recibir esta campaña. Amazon Pinpoint elige el número adecuado de miembros del segmento de forma aleatoria y los omite de la campaña.

Puede utilizar esta característica para realizar pruebas de retención. En una prueba de retención, omite un grupo de muestra de destinatarios aleatorios y compara sus comportamientos (por ejemplo, el número de compras que realicen) con el comportamiento de los consumidores que sí recibieron la campaña. Así podrá determinar la efectividad de las campañas.

Next

[Paso 3: Configurar el mensaje](#)

Paso 3: Configurar el mensaje

Después de especificar el segmento de destino de la campaña, puede configurar el mensaje de la campaña.

Si creó la campaña como una campaña estándar, escribirá un único mensaje. Si configura la campaña como una campaña de prueba A/B, definirá dos o más tratamientos. Un tratamiento es una variación del mensaje que la campaña envía a diferentes partes del segmento.

Requisito previo

Antes de empezar, complete [Paso 2: Especificar el público para la campaña](#).

Configurar la campaña

1. Si ha creado esta campaña como una campaña de prueba A/B (en lugar de una campaña estándar), especifique el porcentaje de miembros del segmento que deberían recibir cada

tratamiento. Una campaña de prueba A/B puede incluir hasta cinco tratamientos. Seleccione **Add another treatment** (Añadir otro tratamiento) para añadir tratamientos adicionales.

2. En la página **Create your message** (Crear mensaje), configure el mensaje de la campaña. Las opciones de mensaje varían en función del canal que elija para la campaña.

Si está creando una campaña de correo electrónico, consulte [Configuración de un mensaje de correo electrónico](#).

Si va a crear una campaña integrada en la aplicación, consulte [Configuración de un mensaje integrado en la aplicación](#).

Si está creando una SMS campaña, consulte [Configurar un mensaje SMS](#).

Si va a crear una campaña de notificación push, consulte [Configuración de una notificación de inserción](#).

Si está creando una campaña que envía mensajes a través de un canal personalizado, consulte [Configuración de un mensaje de canal personalizado](#).

Configuración de un mensaje de correo electrónico

Para configurar un mensaje de correo electrónico

1. Elija el nivel de prioridad para la página **Crear el mensaje** y realice alguna de las siguientes acciones:
 - Para diseñar y escribir un nuevo mensaje para la campaña, seleccione **Create a new email message** (Crear un nuevo mensaje de correo electrónico).

Note

El tamaño máximo de un mensaje de correo electrónico para **Crear un mensaje nuevo** es de 200 KB. Puede usar plantillas de correo electrónico para enviar mensajes de correo más grandes.

- Para crear un mensaje basado en una plantilla de correo electrónico:
 1. Seleccione **Choose an existing email template** (Elegir una plantilla de correo electrónico existente) y, a continuación, seleccione **Choose a template** (Elegir una plantilla).

2. Busque la plantilla que desea utilizar. Después de seleccionar una plantilla de la lista, Amazon Pinpoint muestra una vista previa de la versión activa de la plantilla. (La versión activa suele ser la versión de una plantilla que se ha revisado y aprobado para su uso, según el flujo de trabajo).
 3. Cuando encuentre la plantilla que desee, selecciónela y, a continuación, seleccione Choose template (Elegir plantilla).
 4. En Versión de plantilla, especifique si desea que Amazon Pinpoint actualice automáticamente el mensaje para incluir los cambios que pueda realizar en la plantilla antes de enviar el mensaje. Para más información sobre estas opciones, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).
 5. Cuando termine de elegir las opciones de plantilla para el mensaje, vaya al paso 5.
2. En Subject (Asunto), escriba el asunto de su mensaje de correo electrónico.
 3. En Message (Mensaje), escriba el cuerpo del correo electrónico.

 Tip

Puede introducir el cuerpo del correo electrónico mediante la vista de diseño HTML o la vista de diseño. A la HTML vista, puede introducir manualmente el HTML contenido del cuerpo del correo electrónico, incluidas funciones como el formato y los enlaces. En la vista Diseño, puede utilizar un editor de texto enriquecido con una barra de herramientas de formato para aplicar características de formato, como los enlaces. Para cambiar de vista, selecciona HTML o Diseña en el selector de vistas situado encima del editor de mensajes.

4.

 Note

Debe configurar una función de envío de orquestación de correo electrónico antes de poder utilizar los encabezados de los correos electrónicos. Para obtener más información, consulte [Creación de una función de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#).

En Encabezados, selecciona Añadir nuevos encabezados para añadir hasta 15 encabezados al mensaje de correo electrónico. Para obtener una lista de los encabezados compatibles, consulte los [campos de SES encabezado de Amazon](#) en la [Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service](#).

- En Nombre, ingrese el nombre del encabezado.
- En Valor, introduzca el valor del encabezado.

(Opcional) Para añadir un enlace para cancelar la suscripción con un clic a un correo electrónico promocional, añada los dos encabezados siguientes:

1. Crea un encabezado con List-Unsubscribe el nombre y establece el valor en el enlace para cancelar la suscripción. El enlace debe admitir HTTP POST las solicitudes para procesar la solicitud de cancelación de suscripción del destinatario.
2. Cree un encabezado con List-Unsubscribe-Post el nombre y defina el valor en List-Unsubscribe=One-Click.
5. (Opcional) En el campo situado debajo del editor de mensajes, introduce el contenido que deseas que aparezca en el cuerpo de los mensajes que se envíen a destinatarios cuyas aplicaciones de correo electrónico no se muestren HTML.
6. Si ha creado esta campaña como una campaña de prueba A/B (en lugar de una campaña estándar), repita los pasos de esta sección para cada tratamiento. Puede cambiar entre tratamientos mediante las pestañas de la parte superior de la sección Email details (Detalles de correo electrónico).
7. Para Dirección de correo electrónico del remitente, elija la dirección de correo electrónico verificada utilizada para configurar el canal de correo electrónico.
8. Elija a dónde desea enviar el mensaje de prueba. Puede ser un segmento existente de hasta diez direcciones de correo electrónico o un punto final IDs.
9. Elija Siguiente.

Configuración de un mensaje integrado en la aplicación

Use mensajes integrados en la aplicación para enviar mensajes dirigidos a los usuarios de las aplicaciones. Los mensajes en la aplicación son altamente personalizables. Pueden incluir botones que abren sitios web o llevan a los usuarios a partes específicas de la aplicación. Puede configurar los colores de fondo y del texto, colocar el texto y agregar imágenes a la notificación. Puede enviar un solo mensaje o crear un carrusel que contenga hasta cinco mensajes únicos por los que se pueden desplazar los usuarios.

Cuando crea un mensaje integrado en la aplicación, tiene la opción de elegir crear una campaña a partir de una plantilla existente o crear un mensaje nuevo.

Si elige crear una campaña de prueba A/B, puede aplicar una plantilla diferente a cada tratamiento. Una campaña de prueba A/B puede contener hasta cinco tratamientos diferentes.

1. En la página Create your message (Crear mensaje), haga una de estas cosas:
 - Para crear un mensaje nuevo para la campaña, seleccione Crear un nuevo mensaje integrado en la aplicación y, a continuación, continúe con el paso 2.
 - Para crear un mensaje basado en una plantilla integrada en la aplicación existente, haga lo siguiente:
 1. Seleccione Elegir una plantilla de mensajería integrada en la aplicación existente y, a continuación, seleccione Elegir una plantilla.
 2. Seleccione la plantilla que desea usar. Después de seleccionar una plantilla de la lista, Amazon Pinpoint muestra una vista previa de la versión activa de la plantilla. La versión activa suele ser la versión de una plantilla que se ha revisado y aprobado para usar.
 3. Cuando encuentre la plantilla que desee, selecciónela y, a continuación, seleccione Elegir plantilla.
 4. En Versión de plantilla, especifique si desea que Amazon Pinpoint actualice automáticamente el mensaje para incluir los cambios que pueda realizar en la plantilla antes de enviar el mensaje. Para más información sobre estas opciones, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).
 5. Cuando termine de elegir las opciones de plantilla para el mensaje, vaya al paso 11.
2. En la sección de detalles de los mensajes integrados en la aplicación, en Diseño, elija el tipo de diseño del mensaje. Puede elegir entre las siguientes opciones:
 - Banner superior: un mensaje que aparece como un banner en la parte superior de la página.
 - Banner en la parte inferior: un mensaje que aparece como un banner en la parte inferior de la página.
 - Banner central: un mensaje que aparece como un banner en el centro de la página.
 - Pantalla completa: un mensaje que cubre toda la pantalla.
 - Modal: un mensaje que aparece en una ventana delante de la página.
 - Carrusel: un formato desplazable de hasta cinco mensajes únicos.
3. En Encabezado, configure el título que aparece al principio del mensaje. Si ha creado un mensaje de carrusel, debe crear el primer mensaje del carrusel, que incluye el encabezado.

- a. Para que el texto del encabezado se muestre en el banner. Puede ingresar hasta 64 caracteres.
 - b. Para color del texto del encabezado, elija el color del texto del encabezado. Si lo desea, puede introducir RGB valores o un código de color hexadecimal.
 - c. Para la alineación del encabezado, elija si desea que el texto esté justificado a la izquierda, en el centro o a la derecha.
4. En Mensaje, configure el cuerpo del mensaje.
- a. Para Mensaje, ingrese el texto del cuerpo del mensaje. El mensaje puede contener hasta 150 caracteres.
 - b. Para color del texto, elija el color del texto del cuerpo del mensaje. Si lo desea, puede introducir RGB valores o un código de color hexadecimal.
 - c. Para la alineación del texto, elija si desea que el texto esté justificado a la izquierda, en el centro o a la derecha.
5. (Opcional) Cambie el color de fondo del mensaje. En Fondo, elija un color de fondo para el mensaje. Si lo desea, puede introducir RGB valores o un código de color hexadecimal.
6. (Opcional) Agregue una imagen al mensaje. En Imagen URL, introduzca URL la imagen que desee que aparezca en el mensaje. Solo se aceptan archivos .jpg y .png. Las dimensiones de la imagen dependen del tipo de mensaje:
- Para un banner, la imagen debe ser de 100 píxeles por 100 píxeles o una relación de aspecto de 1:1.
 - Para un carrusel, la imagen debe ser de 300 píxeles por 200 píxeles o una relación de aspecto de 3:2.
 - Para un mensaje de pantalla completa, la imagen debe ser de 300 píxeles por 200 píxeles o una relación de aspecto de 3:2.
7. (Opcional) Agregue un botón al mensaje. En el botón principal, haga lo siguiente:
- a. Elija Agregar botón principal.
 - b. En Texto del botón, ingrese el texto que se mostrará en el botón. Puede ingresar hasta 64 caracteres.
 - c. (Opcional) En el color del texto del botón, elija un color para el texto del botón. Si lo desea, puede introducir RGB valores o un código de color hexadecimal.

- d. (Opcional) Para Color de fondo, elija un color de fondo para el botón. Si lo desea, puede introducir RGB valores o un código de color hexadecimal.
- e. (Opcional) Para el radio del borde, ingrese un valor de radio. Los valores más bajos dan como resultado esquinas más afiladas, mientras que los números más altos dan como resultado esquinas más redondeadas.
- f. En Acciones, elija el evento que se produce cuando el usuario pulsa el botón:
 - Cerrar: omite el mensaje.
 - Ir a URL: abre un sitio web.
 - Ir al enlace profundo: abre una aplicación o abre un lugar concreto de una aplicación.

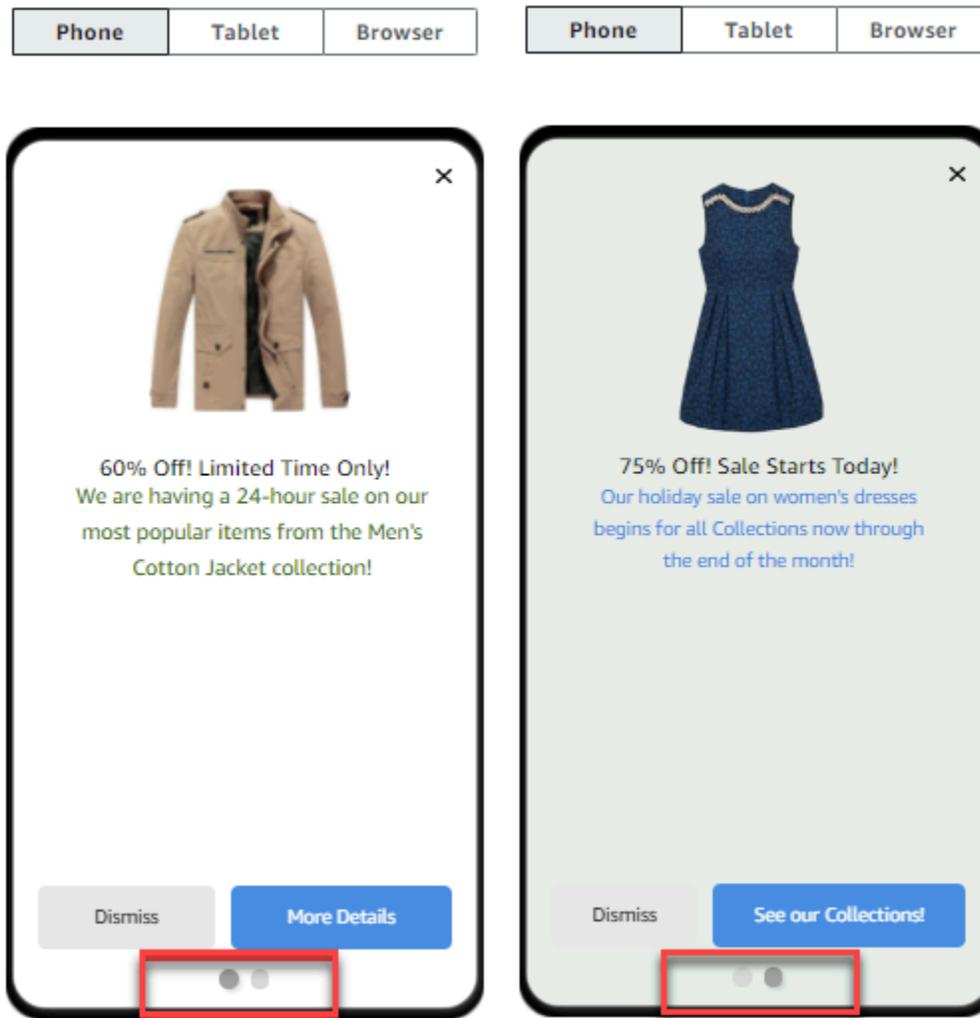
Si desea que el comportamiento de los botones sea diferente para los distintos tipos de dispositivos, puede invalidar la acción predeterminada. En Acción, utilice las pestañas para elegir el tipo de dispositivo para el que desee modificar el comportamiento de los botones. Por ejemplo, elija iOS para modificar el comportamiento de los botones de los dispositivos iOS. A continuación, elija Invalidar las acciones predeterminadas. Por último, especifique una acción.

8. (Opcional) Agregue un botón secundario al mensaje. En el botón secundario, elija Agregar botón secundario. Siga los procedimientos del paso anterior para configurar el botón secundario.
9. (Opcional) Agregue datos personalizados al mensaje. Los datos personalizados son pares clave-valor que se entregan con el mensaje. Por ejemplo, es posible que desee pasar un código promocional junto con el mensaje. Si va a enviar un mensaje de carrusel, puede agregar datos personalizados a cada uno de los mensajes de carrusel. Para agregar datos personalizados, haga lo siguiente:
 - a. En Datos personalizados, elija Agregar nuevo elemento.
 - b. Ingrese una Clave. Por ejemplo, esto podría ser *PromoCode*.
 - c. Ingrese un Valor para la clave. Sus *PromoCode* podría ser *12345*.
 - d. Cuando se envía el mensaje, el código *12345* está incluido en el mensaje.
 - e. Para agregar más pares clave-valor, elija Agregar nuevo elemento. Puede agregar hasta 10 pares clave-valor al mensaje. Cuando termine de agregar datos personalizados, continúe con el siguiente paso.

10. Si el mensaje es un carrusel, puede agregar hasta cuatro mensajes únicos más. Para agregar mensajes a un carrusel, expanda la sección de información general del carrusel. A continuación, elija Agregar mensaje nuevo. Repita los pasos anteriores para configurar el mensaje.

A medida que agrega mensajes al carrusel, la página de vista previa se actualiza mostrando iconos en la parte inferior de la página que muestran el número de mensajes incluidos en el carrusel.

La siguiente imagen muestra un carrusel con dos mensajes:



11. (Opcional) Si ha creado esta campaña como una campaña de prueba A/B (en lugar de una campaña estándar), repita los pasos de esta sección para cada tratamiento. Puede cambiar entre tratamientos mediante las pestañas de la parte superior de la sección Plantilla de mensajería en la aplicación.
12. Elija Siguiente.

Configurar un mensaje SMS

Important

Si envías SMS mensajes a destinatarios de la India con un identificador de remitente, debes completar pasos adicionales. Para obtener más información, consulte el [proceso de registro del identificador de remitente de India](#) en la Guía del SMSusuario de Amazon Pinpoint.

Para configurar un mensaje SMS

1. En la página Create your message (Crear mensaje), haga una de estas cosas:
 - Para diseñar y escribir un mensaje nuevo para la campaña, selecciona Crear un SMS mensaje nuevo y, a continuación, continúa con el paso 2.
 - Para crear un mensaje basado en una SMS plantilla, haz lo siguiente:
 1. Selecciona Elegir una SMS plantilla existente y, a continuación, selecciona Elegir una plantilla.
 2. Seleccione la plantilla que desea usar. Después de seleccionar una plantilla de la lista, Amazon Pinpoint muestra una vista previa de la versión activa de la plantilla. La versión activa suele ser la versión de una plantilla que se ha revisado y aprobado para usar.
 3. Cuando encuentre la plantilla que desee, selecciónela y, a continuación, seleccione Choose template (Elegir plantilla).
 4. En Versión de plantilla, especifique si desea que Amazon Pinpoint actualice automáticamente el mensaje para incluir los cambios que pueda realizar en la plantilla antes de enviar el mensaje. Para más información sobre estas opciones, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).
 5. Cuando termine de elegir las opciones de plantilla para el mensaje, vaya al paso 6.
2. En la sección de SMSconfiguración, en Tipo de mensaje, elige una de las siguientes opciones:
 - Promotional: mensajes que no son de importancia, como mensajes de marketing.
 - Transaccional: mensajes de importancia que admiten transacciones del cliente, como contraseñas de un solo uso para la autenticación multifactor.

 Note

Esta configuración a nivel de campaña anula el tipo de mensaje predeterminado, que configuraste en la SMS página de configuración.

3. (Opcional) Para el número de teléfono de origen, seleccione un número de teléfono desde el que enviar el mensaje. Esta lista contiene todos los números de teléfono dedicados que están asociados la cuenta. Si la cuenta contiene varios números de teléfono dedicados y no elige un número de origen, Amazon Pinpoint busca un código corto en la cuenta; si encuentra uno, lo utiliza para enviar el mensaje. Si no encuentra un código corto en tu cuenta, busca un DLC número 10 (solo para destinatarios de EE. UU.), luego un número gratuito (solo para destinatarios de EE. UU.) y, por último, un código largo.
4. (Opcional) Para ID del remitente, ingrese el ID alfanumérico del remitente que quiere usar para enviar este mensaje.

 Important

IDs Los remitentes solo están disponibles en determinados países regiones. En algunos países, debe registrar el ID de remitente en las entidades gubernamentales o reguladoras antes de poder utilizarlo. Solo debe especificar un identificador de remitente si sabe que los remitentes IDs son admitidos en los países de sus destinatarios. Para obtener más información sobre la disponibilidad y los requisitos del identificador de remitente, consulte los [países y regiones admitidos \(SMS canal\)](#) en la Guía del usuario de Amazon Pinpoint. SMS

5. Para Mensaje, ingrese el cuerpo del mensaje.

 Tip

SMS Los mensajes pueden contener un número limitado de caracteres. Los mensajes largos se dividen en varias partes y se cobra por separado cada una de esas partes. El número máximo de caracteres que puede incluir depende de los caracteres que utilice en los mensajes. Para obtener más información, consulte [los límites de SMS caracteres](#) en la Guía del SMS usuario de Amazon Pinpoint.

6. (Opcional) Si ha creado esta campaña como una campaña de prueba A/B (en lugar de una campaña estándar), repita los pasos de esta sección para cada tratamiento. Puede cambiar de un tratamiento a otro utilizando las pestañas de la parte superior de la sección de SMSdetalles.
7. Elija Siguiente.

Configuración de una notificación de inserción

Para configurar una notificación de inserción

1. En la página Create your message (Crear mensaje), haga una de estas cosas:
 - Para diseñar y escribir un nuevo mensaje para la campaña, seleccione Create a new push notification (Crear una nueva notificación push).
 - Para crear un mensaje basado en una plantilla de notificación push:
 1. Seleccione Choose an existing push notification template (Elegir una plantilla de notificación push existente) y, a continuación, seleccione Choose a template (Elegir una plantilla).
 2. Busque la plantilla que desea utilizar. Después de seleccionar una plantilla de la lista, Amazon Pinpoint muestra una vista previa de la versión activa de la plantilla. (La versión activa suele ser la versión de una plantilla que se ha revisado y aprobado para su uso, según el flujo de trabajo).
 3. Cuando encuentre la plantilla que desee, selecciónela y, a continuación, seleccione Choose template (Elegir plantilla).
 4. En Versión de plantilla, especifique si desea que Amazon Pinpoint actualice automáticamente el mensaje para incluir los cambios que pueda realizar en la plantilla antes de enviar el mensaje. Para más información sobre estas opciones, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).
 5. Si ha creado esta campaña como una campaña de prueba A/B (en lugar de una campaña estándar), repita los pasos de esta sección para cada tratamiento. Puede cambiar entre tratamientos mediante las pestañas de la parte superior de la sección Push notification details (Detalles de notificación push).
 6. Cuando haya terminado, elija Siguiente.
2. En Notification type (Tipo de notificación), especifique el tipo de mensaje que desea enviar:
 - Notificación estándar: una notificación de inserción que tiene un título, un cuerpo del mensaje y otros contenidos y configuraciones. Los dispositivos móviles avisan a los destinatarios cuando reciben el mensaje.

- **Notificación silenciosa:** un par de JSON atributo-valor personalizado que Amazon Pinpoint envía a su aplicación sin generar notificaciones en los dispositivos de los destinatarios. Puede utilizar notificaciones silenciosas para enviar datos diseñados para que la aplicación los reciba y gestione. Por ejemplo, puede utilizar las notificaciones silenciosas para actualizar la configuración de la aplicación o para mostrar mensajes en un centro de mensajes dentro de la aplicación.
- **Mensaje sin procesar:** notificación automática que especifica todo el contenido y la configuración de una notificación como un objeto. JSON Utilice mensajes sin procesar para casos como el envío de datos personalizados a una aplicación para que los procese dicha aplicación, en lugar del servicio de notificaciones push.

Si elige la opción Raw message (Mensaje sin procesar), el editor de mensajes muestra un esquema del código que se va a utilizar para el mensaje. En el editor de mensajes, escriba la configuración y el contenido que desee utilizar para cada servicio de notificaciones de inserción, incluida la configuración opcional, como imágenes, sonidos y acciones, que desee especificar. Para obtener más información, consulte la documentación de los servicios de notificación de inserción que utiliza. Después de introducir todo el contenido del mensaje sin procesar, repita este paso para cada tratamiento, si ha creado esta campaña como una campaña de prueba A/B. Cuando haya terminado, elija Siguiente.

Para crear una notificación estándar

Para crear una notificación estándar

1. En Title (Título), escriba el título que desea mostrar en la parte superior del mensaje.
2. En Body (Cuerpo), escriba el cuerpo del mensaje. La notificación push puede tener hasta 200 caracteres. Un recuento de caracteres bajo el campo cuenta hacia abajo a partir de 200 a medida que se agregan caracteres al mensaje.
3. En Action (Acción), seleccione la acción que desea que se produzca cuando un destinatario toque la notificación:
 - **Abrir la aplicación:** la aplicación se lanza o convierte en la aplicación en primer plano si se envió al fondo.
 - **Ir a URL:** el navegador móvil predeterminado del dispositivo del destinatario abre y abre una página web en el navegador URL que especifique. Por ejemplo, esta acción puede resultar útil para enviar a los usuarios a una entrada de un blog.

- Abrir un enlace profundo: la aplicación abre una página o componente específicos en la aplicación. Por ejemplo, esta acción puede resultar útil para dirigir a los usuarios a promociones especiales para compras desde la aplicación.
4. (Opcional) En Multimedia URLs, introduzca URLs los archivos multimedia que desee mostrar en la notificación push. URLs deben ser de acceso público para que los servicios de notificaciones push para Android o iOS puedan recuperar las imágenes.
 5. Si ha creado esta campaña como una campaña de prueba A/B (en lugar de una campaña estándar), repita los pasos de esta sección para cada tratamiento. Puede cambiar entre tratamientos mediante las pestañas de la parte superior de la sección Push notification details (Detalles de notificación push).
 6. Elija Siguiente.

Para crear una notificación silenciosa

Para crear una notificación silenciosa

1. En Mensaje, introduce el contenido del mensaje en JSON formato. El contenido exacto del mensaje varía en función del servicio de notificaciones que utilice y los valores que su aplicación espere recibir.
2. Si ha creado esta campaña como una campaña de prueba A/B (en lugar de una campaña estándar), repita los pasos de esta sección para cada tratamiento. Puede cambiar entre tratamientos mediante las pestañas de la parte superior de la sección Push notification details (Detalles de notificación push).
3. Elija Siguiente.

Configuración de un mensaje de canal personalizado

Esta sección contiene información sobre cómo configurar una campaña para enviar mensajes mediante un canal personalizado. Puedes usar canales personalizados para enviar mensajes a tus clientes a través de cualquier servicio que tenga una función de enlace web API o web, incluidos los servicios de terceros.

Envío de un mensaje personalizado mediante una función de Lambda

Para enviar mensajes a través de un servicio que tiene un API, debe crear una AWS Lambda función que llame al API. Para obtener más información sobre la creación de estas funciones, consulte [Creación de canales personalizados](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Para configurar un canal personalizado que utilice una función Lambda para llamar a un API

1. En la página Crear mensaje, para Elegir su tipo de canal de mensaje personalizado, elija Función de Lambda.
2. Para la función de Lambda, elija el nombre de la función de Lambda que desea ejecutar cuando se ejecuta la campaña.
3. Para Opciones de punto de conexión, elija los tipos de punto de conexión que desea que Amazon Pinpoint envíe a la función de Lambda o webhook que está asociado al canal personalizado.

Por ejemplo, si el segmento elegido para esta campaña contiene varios tipos de punto de enlace, pero sólo desea enviar la campaña a los puntos de enlace que tengan el atributo Tipo de punto de enlace personalizado, elija Custom (Personalizado). No es necesario que elija el Tipo de punto de enlace personalizado. Por ejemplo, puede elegir enviar sólo la campaña de canal personalizado a los puntos de enlace con el atributo Tipo de punto de enlace de correo electrónico.

4. Elija Siguiente.

Envío de un mensaje personalizado mediante un webhook

También puede crear canales personalizados que envíen información sobre los miembros del segmento a los servicios que utilizan webhooks.

Para configurar un canal personalizado que utiliza webhooks

1. En la página Cree su mensaje, en Elija el tipo de canal de mensajes personalizado, elija URL.
2. En Introduce tu canal de mensajes personalizado URL, introduce el URL del webhook.

El URL que especifique debe empezar por «https://». Solo puede contener caracteres alfanuméricos, más los siguientes símbolos: guion (-), punto (.), guion bajo (_), virgulilla (~), signo de interrogación (?), barra inclinada (/), signo de almohadilla (#) y punto y coma (:).

URL Tiene que cumplir con [RFC3986](#).

3. Para Opciones de punto de conexión, elija los tipos de punto de conexión que desea que Amazon Pinpoint envíe a la función de Lambda. Por ejemplo, si el segmento elegido para esta campaña contiene varios tipos de punto de enlace, pero sólo desea enviar la campaña a los puntos de enlace que tengan el atributo Tipo de punto de enlace personalizado, elija Custom (Personalizado).
4. Elija Siguiente.

Usar variables de mensaje

Para crear un mensaje personalizado para cada destinatario, use variables de mensaje. Las variables del mensaje hacen referencia a atributos de usuario específicos. En estos atributos se pueden incluir características que crea y almacena para los usuarios, como el nombre del usuario, la ciudad, el dispositivo o el sistema operativo. Cuando Amazon Pinpoint envía el mensaje, sustituye las variables por los valores de los atributos correspondientes al destinatario. Para obtener información sobre los atributos que puede usar, consulte [Propiedades de punto final en Amazon Pinpoint API Reference](#).

Para incluir una variable en el mensaje, agregue el nombre de un atributo existente al mensaje. Encierre el nombre entre dos conjuntos de llaves y utilice el uso de mayúsculas exacto del nombre, por ejemplo, `{{Demographic.AppVersion}}`.

A menudo, los atributos más útiles para las variables de mensaje son atributos personalizados que crea y almacena para los usuarios. Mediante el uso de atributos personalizados y variables, puede enviar mensajes personalizados que sean exclusivos para cada destinatario.

Por ejemplo, si la aplicación es una aplicación de fitness para corredores e incluye atributos personalizados para el nombre, la actividad preferida y el registro personal de cada usuario, puede usar variables en el siguiente mensaje:

```
Hey {{User.UserAttributes.FirstName}}, congratulations  
on your new {{User.UserAttributes.Activity}} record of  
{{User.UserAttributes.PersonalRecord}}!
```

Cuando Amazon Pinpoint envía este mensaje, el contenido varía para cada destinatario después de sustituir las variables. Los posibles mensajes finales son:

Hi Jane Doe, congratulations on your new half marathon record of 1:42:17!

O bien:

Hi John Doe, congratulations on your new 5K record of 20:52!

Probar el mensaje

Amazon Pinpoint puede mostrar una vista previa de un mensaje de correo electrónico para que lo vea antes de programar el envío. Para el correo electrónico y otros tipos de mensajes, también puede enviar un mensaje a un grupo pequeño de destinatarios para realizar una prueba. Puede enviar mensajes de prueba en los siguientes canales: correo electrónico, notificación automática, notificación integrada en la aplicación o. SMS

Vista previa de un mensaje de correo electrónico sin enviarlo

La vista de diseño del editor de mensajes de Amazon Pinpoint muestra una vista previa de un mensaje de correo electrónico tal y como aparecería si lo mostrara el navegador web.

Si trabajas en la HTML vista, en lugar de en la vista Diseño, puedes mostrar una vista previa de un mensaje de correo electrónico junto al HTML contenido del mensaje. Esta característica es útil para verificar si un mensaje aparece según lo previsto antes de enviar la prueba.

Tenga en cuenta que esta vista previa únicamente muestra cómo aparecería el mensaje si lo representase su propio navegador web. La práctica recomendada consiste en enviar correos electrónicos de prueba a varios destinatarios y comprobar cómo aparecen en diversos dispositivos y clientes de correo electrónico.

Para obtener una vista previa de un correo electrónico

1. En el área situada sobre la HTML vista del editor de mensajes, selecciona Sin vista previa y, a continuación, selecciona Vista previa. Amazon Pinpoint muestra un panel de vista previa junto al HTML editor.
2. (Opcional) Para mostrar el HTML contenido y la vista previa en una ventana más grande, seleccione Pantalla completa en el área situada sobre el editor de mensajes.

Envío de un mensaje de prueba

Suele ser conveniente enviar un mensaje de prueba a destinatarios reales para asegurarse de que este aparece correctamente cuando los clientes lo reciben. Enviar una versión de prueba de un mensaje permite comprobar las mejoras incrementales del contenido y el aspecto del mensaje sin que afecte al estado de la campaña.

Cuando envíe mensajes de prueba, tenga en cuenta los factores siguientes:

- Se le cobrarán los mensajes de prueba que envíe igual que si fuesen mensajes normales de una campaña. Por ejemplo, si envía 10 000 correos electrónicos de prueba en un mes, se le cobrará 1 dólar (USD) por enviar los correos electrónicos de prueba. Para obtener más información sobre el precio, consulte [Precios de Amazon Pinpoint](#).
- Los mensajes de prueba se contabilizan al calcular las cuotas de envío de su cuenta. Por ejemplo, si su cuenta está autorizada a enviar 10 000 correos electrónicos en un periodo de 24 horas y envía 100 correos electrónicos de prueba, podrá enviar hasta 9 900 correos electrónicos más en ese mismo periodo de 24 horas.
- Al enviar un mensaje de prueba a usuarios específicos, puede especificar hasta 10 direcciones. Utilice comas para separar las direcciones entre sí.

Note

El término "dirección" (tal como se utiliza en esta sección) puede referirse a cualquiera de los siguientes elementos: una dirección de correo electrónico, un número de teléfono móvil, el ID de un punto de enlace o un token de dispositivo.

- Al enviar un SMS mensaje de prueba a números de teléfono específicos, los números deben aparecer en formato E.164. Es decir, deben incluir un signo más (+), el código de país sin ceros a la izquierda y el número de suscriptor completo, incluido el código de área, por ejemplo, +12065550142. Los números con formato E.164 no deben contener paréntesis, puntos, guiones ni ningún otro signo o símbolo excepto el signo más. Los números de teléfono en formato E.164 pueden tener 15 dígitos como máximo.
- Al enviar una notificación push de prueba, las direcciones deben ser de punto final IDs o de dispositivo.
- Cuando envía una notificación de prueba integrada en la aplicación, el mensaje de prueba solo estará activo durante 30 minutos después de enviarlo. Además, si envía varios mensajes de prueba al mismo punto de conexión, el nuevo mensaje invalida todos los mensajes anteriores. Por último, al eliminar un punto de conexión de un mensaje de prueba, el mensaje deja de estar disponible para ese punto de conexión.
- Cuando se envíe un mensaje de prueba a un segmento, solo puede elegir un segmento. Además, solo puede elegir segmentos que contengan 100 puntos de enlace o menos.
- Cuando se envía un mensaje de prueba a un segmento, Amazon Pinpoint crea una campaña para esa prueba. El nombre de la campaña contiene la palabra "test", seguida de cuatro caracteres alfanuméricos aleatorios y, a continuación, por el nombre de la campaña. Estas campañas no se contabilizan al calcular el número máximo de campañas activas que la cuenta puede

contener. Amazon Pinpoint no crea una nueva campaña cuando se envía un mensaje de prueba a destinatarios específicos.

- Los eventos asociados a mensajes de prueba se contabilizan en las métricas de la campaña principal. Por ejemplo, el gráfico Endpoint deliveries (Entregas de punto de enlace) de la página de análisis de Campaigns (Campañas) incluye el número de mensajes de prueba que se entregaron correctamente.

Hay dos maneras de enviar un mensaje de prueba. Puede enviarlo a un segmento existente o enviarlo a la lista de direcciones que especifique. El método más adecuado dependerá del caso de uso. Por ejemplo, si tiene un grupo de personas que habitualmente realizan las pruebas de los mensajes, puede ser conveniente crear un segmento que contenga todos sus puntos de enlace. Si tiene que enviar mensajes de prueba a un grupo de evaluadores que cambia con frecuencia o a una dirección generada dinámicamente, puede resultar más sencillo especificar la lista de destinatarios de forma manual.

Para enviar un mensaje de prueba a un segmento

1. En el editor de mensajes, elija Send a test message (Enviar mensaje de prueba).
2. En el cuadro de diálogo Send a test message (Enviar un mensaje de prueba), en Send a test message to (Enviar un mensaje de prueba a), elija A segment (Un segmento).
3. Utilice la lista desplegable para elegir el segmento al que desea enviar el mensaje de prueba.

 Note

Amazon Pinpoint excluye automáticamente todos los segmentos de esta lista que tienen 100 puntos de conexión o más.

4. Elija Enviar mensaje.

Para enviar un mensaje de prueba a destinatarios específicos

1. En el editor de mensajes, elija Send a test message (Enviar mensaje de prueba).
2. En el cuadro de diálogo Send a test message (Enviar mensaje de prueba), en Send a test message to (Enviar mensaje de prueba a), elija una de las opciones de la tabla siguiente.

Si va a enviar...	Elija...	Y a continuación, introduzca...
Un correo electrónico	Direcciones de correo electrónico	Una lista de direcciones de correo electrónico válidas separadas por comas.
Un mensaje integrado en la aplicación	Punto final IDs o segmento A.	Una lista de puntos IDs finales separados por comas o un solo segmento. También puede crear un segmento nuevo para la prueba.
¿Un mensaje SMS	Números de teléfono	Una lista de números de teléfono en formato E.164 separados por comas.
Una notificación push en móviles	Tokens de punto final IDs o de dispositivo	Una lista de identificadores de dispositivo IDs o punto final separados por comas, en función del tipo de dirección que haya elegido.

3. Elija Enviar mensaje.

Next

[Paso 4: Elegir cuándo enviar la campaña](#)

Paso 4: Elegir cuándo enviar la campaña

Después de escribir el mensaje, puede especificar cuándo se debe enviar la campaña. Puede optar por enviar la campaña inmediatamente, en la fecha y hora programadas, de forma periódica o cuando se produzcan determinados eventos.

Tip

Si una campaña se está ejecutando, se completará y, a continuación, se detendrá. La pausa solo detiene u omite la siguiente ejecución de una campaña programada futura recurrente. No se puede pausar una campaña programada para ser inmediata.

Al crear una campaña, se elige un segmento al que enviar esa campaña. Un segmento es un grupo de clientes que comparte determinados atributos. Por ejemplo, un segmento puede contener todos los clientes que utilizan la versión 2.0 de la aplicación en un dispositivo Android, o todos los clientes que viven en la ciudad de Los Ángeles.

Temas

- [Programar una campaña de correo electrónicoSMS, mensaje de voz, push o personalizada](#)
- [Programación de una campaña integrada en la aplicación](#)

Requisito previo

Antes de empezar, complete [Paso 3: Configurar el mensaje](#).

Programar una campaña de correo electrónicoSMS, mensaje de voz, push o personalizada

Temas de esta sección:

- [Envío inmediato de la campaña](#)
- [Envío de la campaña en una fecha y hora determinadas](#)
- [Envío de la campaña con periodicidad](#)
- [Envío de la campaña cuando se producen eventos](#)
- [Prácticas recomendadas para utilizar campañas basada en eventos](#)

Si desea enviar la campaña tan pronto como haya finalizado su creación, puede optar por enviarla de inmediato.

Envío inmediato de la campaña

Si desea enviar la campaña tan pronto como haya finalizado su creación, puede optar por enviarla de inmediato. No puede pausar una campaña que está configurada para ejecutarse de forma inmediata.

Para enviar la campaña de inmediato

1. En *When should the campaign be sent* (Cuándo debe enviarse la campaña), elija *At a specific time* (En un momento concreto).
2. En *How often should the campaign be sent* (Con qué frecuencia se debe enviar la campaña), elija *Immediately* (Inmediatamente).
3. Elija *Next* (Siguiendo) para continuar con el paso final.

Envío de la campaña en una fecha y hora determinadas

Si desea enviar una campaña una sola vez, puede programarla para que se envíe en una fecha y hora determinadas.

Para enviar una campaña en una fecha y hora determinadas

1. En *When should the campaign be sent* (Cuándo debe enviarse la campaña), elija *At a specific time* (En un momento concreto).
2. En *How often should the campaign be sent* (Con qué frecuencia se debe enviar la campaña), elija *Once* (Una vez).
3. Para *Fecha y hora de inicio*, elija la fecha y hora en las que Amazon Pinpoint debe enviar el mensaje.
4. En *Time zone* (Zona horaria), elija la zona horaria que desee utilizar para programar la campaña. Si lo desea, seleccione *Use recipient's local time* (Usar hora local del destinatario) para que el momento de entrega se base en la zona horaria local de cada destinatario.
5. Elija *Next* (Siguiendo) para continuar con el paso final.

Envío de la campaña con periodicidad

También puede programar la campaña para que se envíe de forma periódica. Puede especificar la frecuencia y las fechas de inicio y finalización de la campaña.

Para enviar la campaña con periodicidad

1. En *When should the campaign be sent* (Cuándo debe enviarse la campaña), elija *At a specific time* (En un momento concreto).
2. En *Con qué frecuencia se debe enviar la campaña*, elija la frecuencia con la que Amazon Pinpoint debe enviar la campaña periódica. Por ejemplo, para enviar la campaña una vez por semana, seleccione *Weekly* (Semanal).
3. Para *Fecha y hora de inicio*, elija la fecha y hora en las que Amazon Pinpoint debe enviar el primer mensaje de la serie periódica.
4. Para *Fecha y hora de finalización*, elija la fecha y hora en las que Amazon Pinpoint debe dejar de enviar mensajes periódicos.
5. En *Time zone* (Zona horaria), seleccione la zona horaria en la que se deberán basar las horas de inicio y finalización. Si lo desea, seleccione *Use recipient's local time* (Usar hora local del destinatario) para que el momento de entrega se base en la zona horaria local de cada destinatario.
6. Elija *Next* (Siguiendo) para continuar con el paso final.

Envío de la campaña cuando se producen eventos

Si desea enviar la campaña cuando los clientes realizan determinadas acciones, puede configurar la campaña de tal forma que se envíe cuando se produzca un evento concreto. Por ejemplo, las campañas se pueden enviar cuando un cliente registre una cuenta nueva o cuando agregue un artículo al carro de la compra pero no lo compre. Para obtener más información acerca de cómo enviar eventos desde las aplicaciones a Amazon Pinpoint, consulte [Informar de eventos en la aplicación](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Note

Solo puede enviar mensajes basados en eventos si su campaña utiliza segmentos dinámicos (en lugar de segmentos importados). Además, si integra su aplicación con Amazon Pinpoint mediante un AWS dispositivo móvil SDK, los mensajes de las campañas basadas en eventos se envían únicamente a los clientes cuyas aplicaciones ejecuten la AWS Mobile SDK for Android versión 2.7.2 o posterior, o la versión 2.6.30 o AWS Mobile SDK for iOS posterior.

Para configurar una campaña de tal forma que se envíe cuando se produzca un evento

1. En *When should the campaign be sent* (Cuándo debe enviarse la campaña), elija *When an event occurs* (Cuando se produzca un evento).
2. Para Eventos, elija el nombre del evento que inicia la campaña.
3. (Opcional) Para Atributos y Métricas, elija las características específicas que inician la campaña.

 Tip

Cuantos más datos de eventos capture de los usuarios, de más opciones dispondrá al configurar los desencadenadores de eventos. Los atributos y métricas de los eventos solo están disponibles si ha proporcionado dichos valores a Amazon Pinpoint. Para obtener más información sobre cómo capturar datos de eventos, consulte [Notificación de eventos en la aplicación](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

4. En *Fechas de la campaña*, para *Fecha y hora de inicio*, elija una fecha de inicio. Amazon Pinpoint envía la campaña solo si el evento que especificó anteriormente se produce después de la fecha de inicio.

 Note

El valor que elija en *Fecha y hora de inicio* debe ser al menos 15 minutos más tarde del momento actual.

5. Para *Fecha y hora de finalización*, elija una fecha de finalización. Amazon Pinpoint envía la campaña solo si el evento que especificó anteriormente se produce antes de la fecha de finalización.
6. En *Time zone* (Zona horaria), seleccione la zona horaria en la que se deberán basar las fechas de inicio y finalización.
7. Elija *Next* (Siguiendo) para continuar con el paso final.

Prácticas recomendadas para utilizar campañas basada en eventos

Hay algunas restricciones y prácticas recomendadas que debe tener en cuenta al crear campañas basadas en eventos:

- Solo puede crear una campaña basada en eventos si ha seleccionado un segmento dinámico (en lugar de un segmento importado) en el [paso 2](#).
- Si integra su aplicación con Amazon Pinpoint mediante un AWS dispositivo móvil SDK, la aplicación debe utilizar las siguientes versiones para que funcione correctamente con las campañas basadas SDK en eventos:
 - AWS Mobile SDK for Android versión 2.7.2 o posterior
 - AWS Mobile SDK for iOS versión 2.6.30 o posterior

Debido a esta restricción, te recomendamos que configures tus segmentos para incluir solo a los clientes que usen una versión de tu aplicación que ejecute una versión compatible de SDK

- Elija los eventos atentamente. Por ejemplo, si envía una campaña basada en eventos cada vez que se produce un evento `session.start`, puede abrumar rápidamente a sus usuarios con demasiados mensajes. Puede limitar el número de mensajes que Amazon Pinpoint envía a un único punto de conexión en un periodo de 24 horas. Para obtener más información, consulte [Edición de la configuración predeterminada de un proyecto](#).

Programación de una campaña integrada en la aplicación

Esta sección contiene información sobre cómo configurar los parámetros del mensaje integrado en la aplicación mediante la consola de Amazon Pinpoint. Estos parámetros incluyen configurar lo siguiente:

- Evento desencadenador: un evento desencadenador es una acción que realiza un cliente para que aparezca el mensaje integrado en la aplicación. Los eventos desencadenadores pueden incluir abrir una aplicación, realizar una compra o abrir un menú. Con los eventos desencadenadores, puede ver lo que hacen los usuarios en las aplicaciones y usar esa información para mejorarlas.
- Evento de conversión: los eventos de conversión le ayudan a conseguir que los visitantes del sitio web se conviertan en clientes y a conservar los clientes actuales. Utilice solo los eventos de conversión o úselos junto con los eventos desencadenadores. Después de agregar los eventos de conversión, puede consultar el rendimiento en la página de [análisis de campañas](#) de la consola de Amazon Pinpoint. Se registra una conversión para fines de análisis cuando un usuario ve el mensaje integrado en la aplicación y realiza la acción establecida por el evento de conversión.

Temas de esta sección:

- [Defina los desencadenadores y establezca las fechas de inicio y finalización de la campaña](#)

- [\(Opcional\) Cambiar la configuración global de la campaña](#)

Defina los desencadenadores y establezca las fechas de inicio y finalización de la campaña

Para configurar un evento desencadenador

1. Agregue el evento desencadenador que inicia la campaña. Puede ingresar manualmente el nombre de un evento desencadenador o elegir un desencadenador existente de la lista desplegable. Por ejemplo, para mostrar un mensaje a un usuario que compra algo en tu tienda online, introduce *Purchase*.

En este momento, no es necesario que ingrese ninguna información adicional, como atributos o conversiones. La *Purchase* trigger event muestra el mensaje de tu campaña integrada en la aplicación a cualquier persona que realice una compra en línea.

2. (Opcional) Agregue los atributos del evento. Se utiliza un atributo de evento para ajustar un desencadenador. Consta de un nombre y un valor de atributo. Por ejemplo, para reducir la *Purchase* si lo desencadena, puedes añadir un atributo que muestre el mensaje integrado en la aplicación a los clientes que compren un artículo específico. Imagina que el artículo es un par de guantes de jardinería que cuestan 10 dólares USD o más. En Atributo, elige *item*, a continuación, en Valor, elija *gardening gloves*. (En el paso 3, estableces la métrica del evento para el coste).

Para restringir aún más quién recibe el mensaje integrado en la aplicación, elija Agregar nuevo atributo y agregue atributos y valores adicionales. Si un atributo tiene varios valores posibles, debe agregar cada par de atributos y valores de forma independiente.

Cuando utiliza el mismo atributo varias veces con valores diferentes, Amazon Pinpoint procesa los atributos de la campaña con “o” entre los valores.

3. (Opcional) Elija una métrica de evento. Este evento normalmente utiliza un rango de números, como la duración o el costo. Después de ingresar el evento, elija una de las siguientes opciones de Operador:
 - es igual a
 - es mayor que
 - es menor que
 - es mayor o igual que

- es menor o igual que

Ingrese el valor del operador. Solo se admiten valores numéricos. Por ejemplo, introduzca los siguientes valores para *Purchase* disparador. Para Metric, elija *Price*, y para el operador, elija si es mayor o igual a. Para el valor, elija *10*. El mensaje integrado en la aplicación ahora se muestra a todos los usuarios que compren guantes de jardinería a 10 dólares USD o más.

 Note

Puede usar solo una métrica en un mensaje integrado en la aplicación.

4. En Fechas de la campaña, para Fecha y hora de inicio, elija una fecha de inicio. Amazon Pinpoint envía la campaña solo si el evento que especificó anteriormente se produce después de la fecha de inicio.

 Note

El valor que elija en Fecha y hora de inicio se debe establecer 15 minutos o más en el futuro.

5. Para Fecha y hora de finalización, elija una fecha de finalización. Amazon Pinpoint envía la campaña solo si el evento que especificó anteriormente se produce antes de la fecha de finalización.
6. En Time zone (Zona horaria), seleccione la zona horaria en la que se deberán basar las fechas de inicio y finalización.

(Opcional) Cambiar la configuración global de la campaña

La configuración global de la campaña determina la frecuencia con la que se muestra un mensaje a un usuario. Es posible que los clientes no quieran ver el mismo mensaje integrado en la aplicación cada vez que inicien un evento desencadenador. Otra opción, puede configurar el número de veces que un cliente verá el mensaje integrado en la aplicación.

Para cambiar la configuración global de la campaña

1. Para Número máximo de mensajes de sesión vistos por punto de conexión, especifique el número de veces que un cliente debe ver el mensaje en la aplicación durante una sesión. Una

- sesión se define como el periodo de tiempo en el que un cliente interactúa con la aplicación. Establece un nivel entre **0** a **10**, con **0** mostrar el mensaje durante un número ilimitado de sesiones. Por ejemplo, si introduce un valor de **2**, entonces tu cliente verá tu mensaje integrado en la aplicación únicamente durante dos sesiones distintas. Si el cliente interactúa con la aplicación durante una tercera sesión, el mensaje integrado en la aplicación no se muestra.
2. En Número máximo de mensajes diarios vistos por punto de conexión, elija Invalidar la configuración predeterminada. A continuación, establezca el número de veces que un cliente ve el mensaje durante un día. Establece un nivel desde **0** a **10**, con **0** mostrar el mensaje un número ilimitado de veces durante el día. Por ejemplo, si introduce un valor de **2**, entonces tu cliente verá tu mensaje integrado en la aplicación solo dos veces durante un período de 24 horas.
 3. Para Número máximo de mensajes de sesión vistos por punto de conexión, elija Invalidar la configuración predeterminada. A continuación, establezca la cantidad de mensajes integrados en la aplicación que puede ver un cliente. Si envía varios mensajes integrados en la aplicación, es posible que desee restringir la cantidad de mensajes que muestra un punto de conexión. Establece un nivel desde **0** a **10**, con **0** mostrando un número ilimitado de mensajes. Por ejemplo, si introduce un valor de **2**, tus clientes solo verán dos mensajes en la aplicación, independientemente del número que envíes.

Next

[Paso 5: Revisar y lanzar la campaña](#)

Paso 5: Revisar y lanzar la campaña

En este punto, ya está casi listo para enviar la campaña a su segmento del público. Antes de lanzar la campaña, debería revisar la configuración y realizar cambios si es necesario.

Requisito previo

Antes de empezar, complete [Paso 4: Elegir cuándo enviar la campaña](#).

Para revisar y lanzar una campaña

1. En la página Review and launch (Revisar y lanzar), revise la configuración de la campaña. Si necesita realizar cambios, utilice la sección de navegación del lado izquierdo de la ventana para ir directamente a la página con el contenido que desee editar.

- Si todos los ajustes son correctos, elija Launch campaign (Lanzar campaña).

Administración de campañas

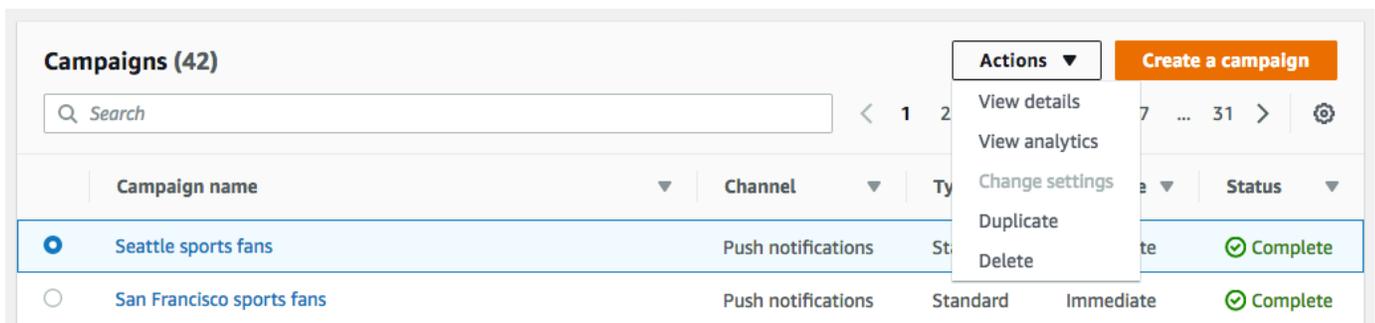
En la consola de Amazon Pinpoint, puede actualizar la configuración de una campaña, eliminar una campaña o copiar una campaña existente a una nueva campaña.

Note

Como existen 10 DLC campañas fuera de un proyecto específico, puede encontrar información sobre estas campañas en la pestaña 10 DLC campañas de la página de voz SMS y de voz de la consola Amazon Pinpoint.

Para administrar una campaña

- Inicie sesión en la consola de Amazon Pinpoint AWS Management Console y ábrala en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
- En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto cuyas campañas desea.
- En el panel de navegación, seleccione Campañas.
- En la página Campaigns (Campañas), elija la campaña que desee administrar. A continuación, en el menú Actions (Acciones), seleccione la acción que quiera realizar, como se muestra en la siguiente imagen.



En el menú Actions (Acciones), puede realizar lo siguiente:

- Consultar detalles: muestra la página de detalles de la campaña seleccionada. En esta página, puede ver información acerca de la campaña, como el tipo de campaña, el estado de la campaña, y el número de puntos de enlaces de destino de la campaña.

- **Ver análisis:** muestra la página de análisis para la campaña seleccionada. Para obtener más información acerca del análisis de campaña, consulte [Gráficos de las campañas](#).
- **Cambiar configuración:** cambia la configuración de la campaña, incluidos el segmento de destino, el contenido del mensaje y el tiempo de entrega. Solo se puede elegir esta opción para las campañas que aún no se han enviado.
- **Duplicar:** copie la campaña para utilizar su configuración como plantilla para una nueva campaña, en la que se puede cambiar o mantener cualquiera de los ajustes originales.
- **Eliminar:** elimine la campaña de Amazon Pinpoint y deje de enviar mensajes a través de la campaña.

Resolución de problemas de campañas

Compruebe que el registro esté activado para ayudar a identificar la causa del error. Para obtener más información, consulte [Monitoreo y registro](#).

La campaña no procesó ni segmentó correctamente algunos puntos de destino

Puntos de conexión seleccionados: el número total de puntos de conexión del canal elegido a los que se enviará un mensaje cuando se ejecute la campaña. Este total excluye los puntos de conexión duplicados o inactivos del segmento.

Puntos de conexión procesados: el número total de puntos de conexión seleccionados correctamente a los que se envió un mensaje durante la campaña.

Problemas y soluciones

- Es posible que el número de puntos de conexión que se procesaron correctamente sea inferior al número total de puntos de conexión del segmento. Esta diferencia puede producirse cuando el segmento contiene puntos de conexión inactivos o puntos de conexión que pertenecen a tipos de canales que la campaña no utiliza. Puede consultar [Métricas para campañas individuales](#) en un canal específico asociado a la campaña.
- Si utiliza un segmento dinámico, es posible que no obtenga un recuento preciso del número de puntos de conexión por canal incluidos en el segmento de destino al exportarlo. Los datos de punto de conexión de dichos segmentos están sujetos a cambios a lo largo del tiempo en función de los criterios definidos en el segmento dinámico.

Limitación de mensajes

Problemas y soluciones

- Limitación debida a la entrega de mensajes y a los servicios de transporte posteriores.
- Revisa la Amazon CloudWatch métrica `CampaignSendMessageThrottled` durante el período en el que se publicó la campaña para confirmar si este es el problema. Para obtener más información, consulte [Consultar métricas de Amazon Pinpoint en CloudWatch](#).
- La limitación se produce cuando se supera la capacidad de velocidad de entrega de los puntos de conexión. Para obtener más información, consulte [cuotas](#) de Amazon Pinpoint.

Zona horaria del destinatario

Problemas y soluciones

- Programa la campaña para que utilice la hora local del destinatario configurándola en [isLocalTime](#) true.
- Cuando una campaña está programada para usar la hora local del destinatario para la campaña, todos los puntos de conexión deben tener un valor de atributo de `Demographic.Timezone` que esté formateado correctamente en la definición del punto de conexión. De lo contrario, el punto de conexión no se seleccionará correctamente. La [isLocalTime](#) opción basa la hora de entrega en la zona horaria local de cada destinatario.

Tiempo de procesamiento

Problemas y soluciones

- La campaña no tiene tiempo suficiente para procesar todos los puntos de conexión.
- Cuando una campaña no tiene tiempo suficiente para procesar todos los puntos de conexión seleccionados, estos no se procesan y los registros muestran un `campaign_send_status` de EXPIRED.
- En función del número de puntos de conexión a los que se dirija la campaña, compruebe que el tiempo máximo de ejecución de una campaña y el número máximo de mensajes por segundo estén configurados en función del caso de uso y el canal de entrega. Para obtener más información, consulte [Edición de la configuración predeterminada de un proyecto](#).

Entrega, renderizado o fallo permanente

- Problemas de entrega posteriores, incluidos problemas de renderización.
 - Se pueden producir problemas de entrega al llegar a los distintos tipos de puntos de conexión. Compruebe que el registro esté habilitado para ayudar a identificar la causa del error. Para seguir solucionando los problemas de entrega posteriores, consulte los problemas de entrega asociados al tipo de punto de conexión correspondiente.
 - Los problemas de renderización se producen por los siguientes motivos: cuando se utiliza una plantilla de mensaje y faltan datos de la plantilla, los datos de la plantilla tienen un formato incorrecto o hay una discrepancia entre los parámetros de la plantilla y los datos del punto de conexión. Para obtener más información, consulte la sección de correo electrónico en los problemas de entrega.
- Error permanente.
 - Los errores permanentes se producen cuando Amazon Pinpoint no puede acceder a la dirección del punto de conexión. El motivo del error permanente se muestra en los registros. Los errores permanentes no se vuelven a intentar. Los ejemplos de errores permanentes pueden incluir una dirección no válida, como una dirección de correo electrónico o un número de teléfono, así como problemas con los permisos, una cuenta en un entorno aislado o una cuota insuficiente.

Recorridos de Amazon Pinpoint

En Amazon Pinpoint, un recorrido es una experiencia personalizada de interacción de varios pasos. Para crear un recorrido, se comienza por elegir un segmento que defina qué clientes participarán en el recorrido. Después, se agregan las actividades por las que pasan los clientes en sus recorridos. Las actividades pueden incluir el envío de mensajes o la división de clientes en grupos en función de sus atributos o comportamientos.

Hay varios tipos diferentes de actividades de recorrido, cada una con su propio propósito concreto. Por ejemplo, puede agregar una actividad Send email (Enviar correo electrónico) a su recorrido. Cuando un cliente llega en este tipo de actividad, recibe un mensaje de correo electrónico. Otro tipo de actividad de recorrido es la actividad de Multivariate split (División multivariante) . Cuando los clientes llegan a este tipo de actividad, se bifurcan en diversas rutas según el segmento al que pertenezca o sus interacciones con actividades de recorrido anteriores. Encontrará más información sobre las actividades de recorrido en [Introducción a los recorridos](#).

Este capítulo contiene información conceptual sobre recorridos en Amazon Pinpoint. También contiene información sobre cómo crear, administrar, probar y publicar sus recorridos.

Temas de esta sección:

- [Introducción a los recorridos](#)
- [Crear un recorrido](#)
- [Configurar la actividad de ingreso en el recorrido](#)
- [Agregar actividades al recorrido](#)
- [Revisar y probar un recorrido](#)
- [Publicar un recorrido](#)
- [Pausar, reanudar o detener un recorrido](#)
- [Ver métricas de recorrido](#)
- [Consejos y prácticas recomendadas para los recorridos](#)
- [Solución de problemas de viajes](#)

Introducción a los recorridos

Se incluyen algunos conceptos y terminología nuevos con los que quizás no esté familiarizado. Este tema explora estos conceptos en detalle.

Terminología de los recorridos

Área de trabajo del recorrido

El área de la página de recorrido en la que se crea el recorrido añadiendo actividades.

Actividad

Un paso en un recorrido. Pueden ocurrir cosas diferentes cuando los participantes llegan a diferentes tipos de actividades. En Amazon Pinpoint, puede crear los siguientes tipos de actividades:

Enviar un correo electrónico

Cuando un participante llega a una actividad Enviar correo electrónico, Amazon Pinpoint le envía un correo electrónico. Al crear una actividad Enviar un correo electrónico, debe especificar una [plantilla de correo electrónico](#) que utilizar para el correo electrónico. Las plantillas de correo electrónico pueden incluir variables de mensaje, lo que le ayuda a crear una experiencia más personalizada.

Envío de una notificación de inserción

Cuando un participante llega a una actividad Enviar una notificación de inserción, Amazon Pinpoint envía inmediatamente una notificación de inserción al dispositivo del usuario. Al crear una actividad Enviar una notificación de inserción, elegirá la [plantilla de notificación de inserción](#) para usar. Las plantillas de notificación de inserción pueden incluir variables de mensajes, lo que le ayuda a crear una experiencia más personalizada.

Envío de un mensaje SMS

Cuando un participante llega a una actividad de Enviar un mensaje SMS, Amazon Pinpoint envía inmediatamente una notificación por SMS al dispositivo del usuario. Al crear una actividad de Enviar una notificación por SMS, elegirá la [plantilla de SMS](#) que desee utilizar. Las plantillas de SMS pueden incluir variables de mensajes, lo que le ayuda a crear una experiencia más personalizada.

Envío a través de un canal personalizado

Envíe el mensaje a través de uno de los canales personalizados. Por ejemplo, puedes usar canales personalizados para enviar mensajes a través de servicios de terceros, como WhatsApp Facebook Messenger. Amazon Pinpoint envía inmediatamente una notificación mediante ese servicio al dispositivo del usuario mediante una AWS Lambda función o un

webhook. Para obtener más información sobre la creación de canales personalizados, consulte [Canales personalizados en Amazon Pinpoint](#).

Wait

Cuando un participante llega a una actividad Wait (Esperar) permanece en esa actividad hasta una fecha determinada o durante un plazo de tiempo específico.

Yes/No split (División sí/no)

Envía a los participantes por una de las dos rutas según los criterios que defina. Por ejemplo, puede enviar a todos los participantes que lean un correo electrónico por una ruta y enviar a todos los demás por la otra ruta.

División multivariante

Envía a los participantes por una de hasta cuatro rutas, según los criterios que defina. Los participantes que no cumplen ninguno de los criterios siguen la ruta "Otra".

Retención

Pone fin al recorrido de un porcentaje especificado de participantes.

División aleatoria

Envía a los participantes al azar por una de hasta cinco rutas.

Ruta

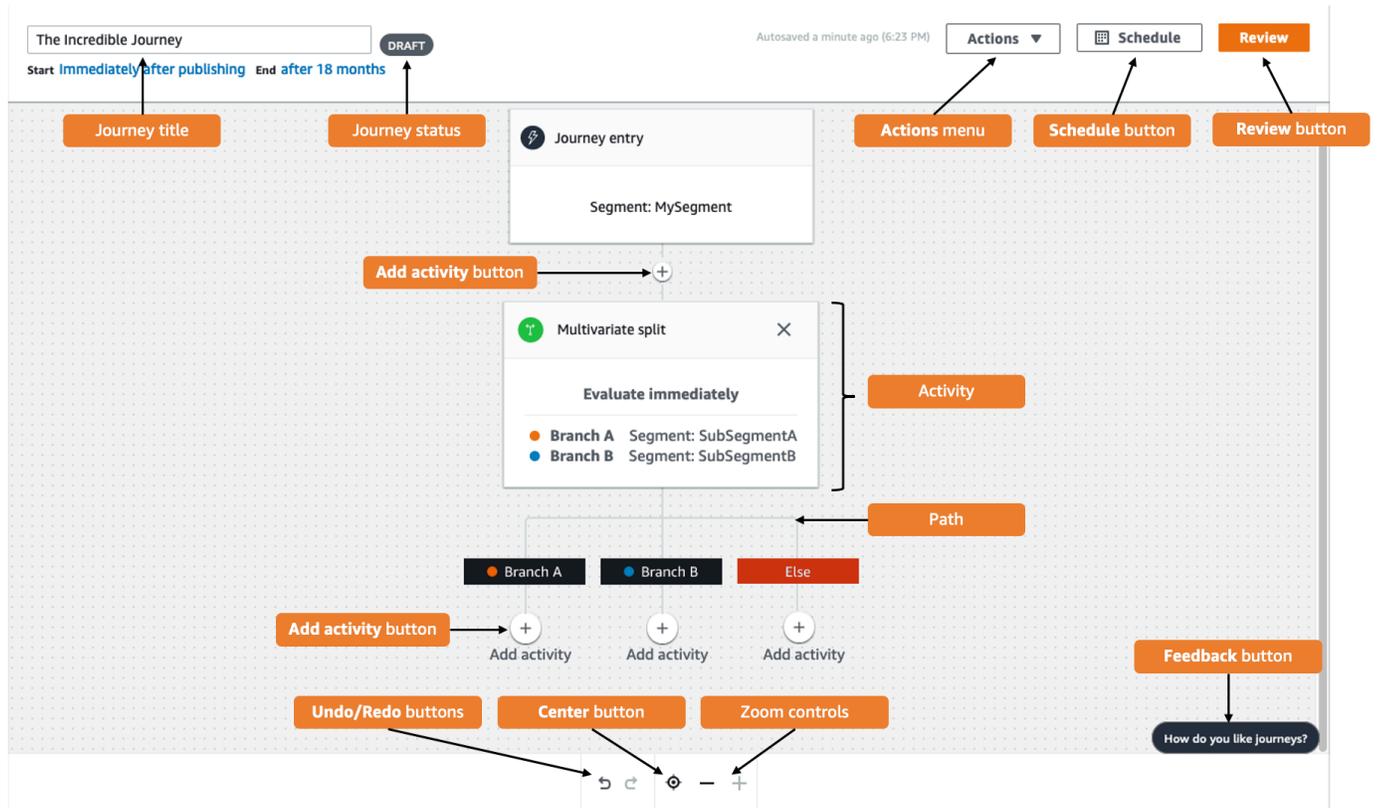
Un conector que une una actividad con otra. Una actividad de división puede tener varias rutas.

Participante

Una persona que está realizando las actividades de un recorrido.

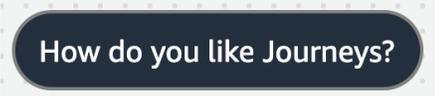
Partes de la interfaz del recorrido

Esta sección contiene información sobre los componentes de la interfaz del recorrido. Al crear o editar un recorrido, verá el área de trabajo del recorrido. La siguiente imagen muestra un ejemplo del área de trabajo del recorrido.



La tabla siguiente incluye descripciones de varios de los botones que aparecen en el área de trabajo del recorrido.

Apariencia	Nombre del botón	Descripción
	Información	Abre el panel de ayuda, que muestra información adicional sobre las actividades de recorrido individuales.
	Delete activity (Eliminar actividad)	Elimina la actividad resaltada.
	Undo (Deshacer)	Revierte la acción más reciente.
	Redo (Rehacer)	Restaura una acción que se deshizo anteriormente mediante el botón Deshacer.

Apariencia	Nombre del botón	Descripción
	Center	Se desplaza a la parte superior del recorrido y centra la actividad Journey entry (Entrada de recorrido) en el espacio de trabajo del recorrido.
	Alejar	Reduce el tamaño de los objetos en el área de trabajo del recorrido.
	Ampliar	Aumenta el tamaño de los objetos en el área de trabajo del recorrido.
	Add activity (Agregar actividad)	Este botón aparece en cada punto en el que puede insertar otro paso en el recorrido. Al elegir este botón, verá un menú que le permite elegir un tipo de actividad.
	Comentarios	Una forma rápida y sencilla de proporcionar comentarios sobre su experiencia con los recorridos. Revisamos todos los comentarios que recibimos a través de este botón. Es posible que nos pongamos en contacto con usted para obtener información adicional si tenemos alguna pregunta.

Crear un recorrido

La consola Amazon Pinpoint le permite crear viajes potentes a través de un editor easy-to-use gráfico. El primer paso para construir un recorrido consiste en crearlo y configurarlo. Puede configurar el recorrido para que comience inmediatamente o en una fecha y hora determinadas. También puede configurarlo para que finalice en una fecha y hora específicas.

Para configurar un recorrido

1. En la página Todos los proyectos, elija el proyecto de Amazon Pinpoint para el que desee crear un recorrido.

Note

En Amazon Pinpoint, los segmentos y los puntos de conexión son exclusivos de cada proyecto. El proyecto que elija debe contener los segmentos y puntos de enlace con los que desea interactuar en este recorrido.

2. En el panel de navegación, seleccione Journeys (Recorridos).
3. Elija Create journey (Crear recorrido). Aparecerá el área de trabajo del recorrido.
4. En el menú Actions (Acciones), elija Settings (Configuración). Aparece el cuadro de diálogo Configuración del recorrido. En la siguiente imagen se muestra un ejemplo de este cuadro de diálogo.

Journey Settings ✕

Journey title

Enter a name to help identify your journey

The journey name can contain up to 150 characters.

Journey schedule

Start date and time - *optional* End date and time - *optional*

Time zone

When to send

What time zone should the journey contact endpoints

Same time zone as journey start and end

Recipient's local time zone

Only endpoints with a time zone value will be included in the journey. Turn on time zone estimation to use a time zone based on endpoint attributes.

5. En el cuadro de diálogo Configuración del recorrido, haga lo siguiente:
 - a. En Journey title (Título del recorrido), introduzca un nombre que describa el recorrido.
 - b. (Opcional) Para Programar recorrido ingrese una Fecha y hora de inicio y Fecha y hora de finalización, ingrese la fecha y las horas en las que debe comenzar y finalizar el recorrido. Si no introduce una fecha de inicio, los clientes ingresan en el recorrido 5 minutos después de que lo lance. Si no ingresa una fecha de finalización, el recorrido dura de forma continua hasta 3600 días (aproximadamente 120 meses).
 - c. (Opcional) Para Zona horaria, elija la zona horaria en la que deben basarse la fecha y hora de inicio y la fecha y hora de finalización. De forma predeterminada, Amazon Pinpoint elige automáticamente una zona horaria de esta lista en función de la ubicación. Solo necesita completar este paso si establece una fecha de inicio o una fecha de finalización.
 - d. Para Cuándo enviar, elija una de las siguientes opciones:

- Usar la misma zona horaria que el inicio y el final del recorrido: para usar la zona horaria, la fecha y hora de inicio y la fecha y hora de finalización del recorrido al enviar mensajes.

 Tip

Solo debe enviar mensajes a los destinatarios durante el horario laboral; consulte [Enviar en el momento adecuado](#) en la Guía del usuario de SMS de Amazon Pinpoint. Si los destinatarios se encuentran a varias zonas horarias de distancia de la zona horaria del recorrido, podrían recibir mensajes fuera del horario laboral.

- Zona horaria local del destinatario: para ajustar automáticamente la hora de envío al valor de zona horaria del atributo `Demographic.Timezone` del punto de conexión.

 Important

- Un punto de conexión sin un atributo `Demographic.Timezone` no se incluye en el recorrido. Utilice la estimación de zona horaria para los puntos de conexión sin un atributo `Demographic.Timezone` para estimar la zona horaria de los puntos de conexión e incluirla en el recorrido.
- La zona horaria local del destinatario no se admite para los recorridos desencadenados por eventos. Para los recorridos desencadenados por eventos, la estimación de la zona horaria sigue siendo compatible con características relacionadas con la zona horaria, como el tiempo de inactividad.

- e. En Estimación de zona horaria, elija:

 Note

La estimación de la zona horaria se utiliza para estimar la zona horaria local del destinatario y para programar el recorrido y el tiempo de inactividad.

- i. Sin estimación de zona horaria (opción predeterminada): la estimación de zona horaria no se realiza y Amazon Pinpoint utiliza el valor del atributo `Demographic.Timezone`.
- ii. Estimar mediante el número de teléfono (por ejemplo, el código de área): la información geográfica del número de teléfono y el país de los puntos de conexión se utiliza para estimar la zona horaria. El atributo `Endpoint.Address` debe

ser un número de teléfono y `Endpoint.Location.Country` debe tener un valor. Para obtener más información sobre los atributos `Endpoint.Address` y `Endpoint.Location.Country`, consulte [Punto de conexión](#) en la referencia de la API de Amazon Pinpoint.

- iii. Estimar por región (por ejemplo, código postal): el país y el código postal del punto de conexión se utilizan para estimar la zona horaria. Los atributos `Endpoint.Location.PostalCode` y `Endpoint.Location.Country` deben tener un valor. Para obtener más información sobre el atributo `Endpoint.Location.PostalCode`, consulte [Punto de conexión](#) en la referencia de la API de Amazon Pinpoint.

 Note

La estimación de códigos postales solo se admite en los Estados Unidos, el Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda, Canadá, Francia, Italia, España y Alemania y en los países en las Regiones de AWS que Amazon Pinpoint esté disponible. La estimación de la zona horaria no se admite en AWS GovCloud (EE. UU.-Oeste).

- iv. Estimar con el número de teléfono y la región: utilice la estimación con el número de teléfono (por ejemplo, el código de área) y la estimación con la región (por ejemplo, el código postal) para estimar la zona horaria de los destinatarios.

Para obtener más información sobre las reglas de procesamiento de zonas horarias, consulte [Estimación de zona horaria](#).

 Important

La estimación de la zona horaria solo se realiza en los puntos de conexión que no tienen un valor para el atributo `Demographic.Timezone`. Si la estimación de la zona horaria no puede estimar una zona horaria o la zona horaria estimada no forma parte de `Endpoint.Location.Country`, el punto de conexión no se agregará al recorrido. Para obtener más información, consulte [Configuración de zona horaria](#).

6. En Límites de recorrido (avanzado), establezca las opciones para el procesamiento de los mensajes. Por ejemplo, es posible que esto cambie el número de mensajes de recorrido por

segundo o cambie el número de entradas por punto de conexión. Los puntos de conexión solo volverán a ingresar en un recorrido si los límites lo permiten.

- Número máximo de mensajes diarios por punto de conexión: elija Invalidar la configuración predeterminada para invalidar la configuración máxima de mensajes diarios para el proyecto que contiene este recorrido. Si especifica un valor en esta sección, Amazon Pinpoint limitará el número de mensajes que se envían a cada punto de conexión individual.

Maximum daily messages per endpoint
The maximum number of messages that can be sent to an endpoint across all journeys in a 24-hour period. If you specify a maximum of 0, endpoints can receive an unlimited number of journey messages per day.

Specify a value of 0 or greater.

Override default setting
Enable this option to specify a maximum number of messages that a single endpoint can receive in a 24-hour period. The default value for this setting is 0 (no limit).

- Número máximo de mensajes que un punto de conexión puede recibir de este recorrido: elija Invalidar configuración predeterminada para invalidar el número máximo de mensajes que un punto de conexión puede recibir de este recorrido. La configuración predeterminada es 0, lo que significa que no hay límite en la cantidad de mensajes que pueden recibir los puntos de conexión del recorrido. Al habilitar esta característica, se seguirán aplicando otros límites (como el número máximo de mensajes diarios por punto de conexión).

Maximum number of messages an endpoint can receive from this journey
Maximum number of messages that can be sent to an endpoint by each journey. If you specify a maximum of 0, endpoints can receive an unlimited number of messages from each journey.

Specify a value between 0 and 100.

Override default setting
Enable this option to specify a maximum number of messages that a single endpoint can receive from this journey. The default value for this setting is 0 (no limit).

- Número máximo de mensajes de recorrido por segundo: elija Invalidar la configuración predeterminada para invalidar la configuración máxima de mensajes por segundo para el proyecto que contiene este recorrido. Si especifica un valor en esta sección, Amazon Pinpoint limitará el número de mensajes que el recorrido puede enviar cada segundo. El valor que especifique debe ser inferior o igual a la velocidad de envío máxima de su cuenta. Puede encontrar la velocidad de envío máxima de la cuenta en la página Configuración de correo electrónico de la consola de Amazon Pinpoint.

Maximum number of journey messages per second
The maximum number of messages that the journey can send each second. The number that you specify has to be less than or equal to the maximum sending rate for your account.

Specify a value between 50 and 20,000.

Override default setting
Enable this option to specify a maximum number of messages per second for this journey. By default, the maximum number of messages per second is 50.

- **Máximo de entradas por punto de conexión:** elija esta configuración para invalidar la configuración del número máximo de entradas para el proyecto que contiene este recorrido. Si especifica un valor en esta sección, Amazon Pinpoint limitará el número de veces que un participante puede ingresar en el recorrido. Por ejemplo, si especifica un valor mayor que 1, el participante podría entrar en un recorrido, completar varias actividades en el recorrido, llegar a una actividad End (Fin) y volver a empezar el recorrido. Si un participante es apto para un recorrido, pero ya ha entrado en el recorrido el número máximo de veces, no podrá volver a entrar en el recorrido. Por ejemplo, si tiene un límite máximo de punto de conexión de entrada de **2** y un participante ya ha ingresado y salido del recorrido dos veces, no volverá a ingresar en ese recorrido.

Si elige un valor superior a **1** para el valor predeterminado, puede elegir el intervalo de reingreso de punto de conexión, que establece cuánto tiempo debe esperar antes de que un punto de conexión reingrese en un recorrido. Por ejemplo, es posible que establezca un intervalo de reingreso si quiere espaciar los mensajes enviados a los usuarios y evitar así que estos reciban correo no deseado.

The screenshot shows a configuration panel with the following elements:

- Maximum entries per endpoint:** A text input field containing the number '1'. Below it, a note says 'Specify a value greater than or equal to 0.'
- Endpoint re-entry interval:** A text input field containing '1' and a dropdown menu set to 'days'. A note below states: 'The time to wait before re-entering an endpoint into a journey. The setting only applies if endpoint re-entry cap is not set to 1.'
- Override default setting:** A toggle switch that is currently turned on (blue). Below it, text reads: 'Enable this option to specify a maximum number of re-entries for this journey. By default, the maximum number of re-entries is 1.'

- **Número máximo de mensajes en todos los recorridos dentro de un periodo de tiempo**

Use esta configuración para especificar el número máximo de veces que se puede enviar un mensaje a un único punto de conexión dentro del periodo de tiempo especificado. Por ejemplo, si desea enviar un máximo de 3 mensajes en un periodo de tiempo de 7 días a cada punto de conexión. La configuración predeterminada es 0, lo que significa que no hay límite en la cantidad de mensajes que pueden recibir los puntos de conexión del recorrido.

- **Periodo de tiempo**

El número de días aplicado al número máximo de mensajes en todos los recorridos dentro de un periodo de tiempo si no se establece en 0. La configuración predeterminada es 0, lo que

significa que no hay límite en la cantidad de días que pueden recibir los puntos de conexión del recorrido.

Maximum number of messages across all journeys within a time frame.

Maximum number of messages an endpoint can receive across all journeys within a set period of days. If you specify a maximum of 0, endpoints can receive an unlimited number of messages. This setting is configured at the project level here.

0

This value can be a number from 0 to 100.

Time frame

The time in Maximum number of messages across all journeys within a time frame applies.

1

This value can be a number from 1 to 30.



Override project setting

Enable this option to specify a maximum number of messages across all journeys within a time frame from this journey.

7. Elegir Confirmar

(Opcional) Configuración de los ajustes del horario de recorrido

Al crear una ruta, puede especificar una programación de envío para ese recorrido. Hay dos ajustes de programación que puede configurar. La primera configuración es hora de no envío, que se refiere a un intervalo de horas durante el cual Amazon Pinpoint no entregará mensajes a los participantes del recorrido. La segunda configuración es hora de envío, que se refiere a intervalos de horas durante los cuales Amazon Pinpoint entregará mensajes a los participantes del recorrido. La configuración de hora de envío permite una personalización más detallada de la hora y los canales que hora de no envío. Estos ajustes utilizan los ajustes de zona horaria de cada punto de conexión. Para poder utilizar la configuración de programación del recorrido, cada uno de los puntos de conexión del recorrido debe incluir el atributo `Demographic.Timezone`.

Important

Para utilizar la configuración de Usar zona horaria local del destinatario, cada uno de los puntos de conexión del recorrido debe incluir el atributo `Demographic.Timezone`. No se incluirá a un participante en el recorrido si elige esta opción y el registro de punto de conexión del participante no especifica una zona horaria.

Puede configurar los ajustes de programación de un recorrido eligiendo el botón Programar en la parte superior del espacio de trabajo del recorrido. A continuación, en la ventana de configuración

de la programación, especifique la hora de inicio y la hora de finalización de la hora de no envío. También tiene la opción de habilitar las siguientes opciones de configuración:

- **Reanudar el envío después de tiempos de inactividad:** cuando habilita esta característica, Amazon Pinpoint retiene los mensajes que se hubieran enviado durante la hora de no envío y, a continuación, los entrega cuando finaliza la hora de no envío. Si no habilita esta opción, los mensajes que se hubieran enviado se eliminan y no se envían.
- **Configurar la hora de envío para definir cada día de la semana:** habilite esta opción para configurar diferentes horas de envío para distintos días de la semana. Por ejemplo, si la hora de no envío está programada entre las 8:00 y las 20:00, puede configurar la hora de envío para el domingo entre las 8:00 y terminar a las 18:00, y configurar la hora de envío para todos los demás días para que comience a las 8:00 y termine a las 20:00. Puede agregar hasta cuatro intervalos de tiempo por día.

También puede especificar excepciones para días específicos del año. Por ejemplo, para asegurarse de no enviar ningún mensaje el día de Año Nuevo, puede crear una excepción que comience el 31 de diciembre a las 20:00 y finalice el 2 de enero a las 8:00. Puede agregar hasta 20 excepciones.

Note

Las horas que especifique para los días de la semana o para las excepciones deben respetar las horas de inactividad que especifique para el recorrido. En otras palabras, si establece las horas de inactividad del recorrido entre las 20:00 y las 8:00, no podrá establecer las horas de inactividad del lunes entre las 20:30 y las 7:30.

- **Aplicar este horario a todos los canales:** habilite esta característica para establecer automáticamente la configuración de hora de envío de cada canal de forma que sea igual la hora de inicio y la hora de finalización que especificó para la configuración de hora de no envío. Si no habilita esta característica, puede definir diferentes horas de envío para distintos canales. Por ejemplo, puede configurar el canal de correo electrónico para que los mensajes se envíen entre las 6:00 y las 22:00 y configurar el canal SMS para que los mensajes se envíen entre las 8:00 y las 20:00.

Siguiente: [Configurar la actividad de ingreso en el recorrido](#)

Configurar la actividad de ingreso en el recorrido

Después de crear y configurar el recorrido, debe configurar la actividad de entrada en el recorrido. Esta actividad determina cómo se agregan los participantes al recorrido. Hay dos formas de agregar participantes a un recorrido:

- Cuando se produce un evento: puede configurar el recorrido para que los participantes estén insertados en el recorrido de forma dinámica, cuando se produzcan eventos específicos. Por ejemplo, puede usar esta opción para agregar participantes a un recorrido cuando completen un flujo de trabajo de registro. Para obtener más información, consulte [Agregar participantes cuando realicen una actividad](#).

Important

Las actividades del centro de contacto no se admiten en los recorridos desencadenados por eventos.

- En función de la pertenencia a un segmento: puede insertar los miembros de un segmento existente directamente en el recorrido. El recorrido se puede configurar para volver a evaluar periódicamente el segmento a fin de determinar si hay nuevos miembros del segmento que agregar. Para obtener más información, consulte [Agregar participantes de un segmento](#).

Note

El término participante hace referencia a un usuario y a sus puntos de conexión o a puntos de conexión individuales, según los datos. Si el segmento de entrada en el recorrido consta de datos en el nivel de usuario (`user_id`), el participante es el usuario y todos los puntos de conexión asociados al usuario avanzan juntos a través del recorrido. Si el segmento de entrada en el recorrido consta de datos en el nivel de punto de conexión (sin `user_id`), el participante son los puntos de conexión individuales.

Agregar participantes cuando realicen una actividad

Este tipo de recorrido desencadenado por un evento agrega participantes en función del evento elegido. Se elige un evento, por ejemplo, descargas de música, y luego elige los atributos del evento para definir mejor el evento del recorrido. Esto podría estar descargando música de un artista

específico. Cuando un usuario realiza alguna de las actividades descritas en el evento, se convierte en participante del recorrido.

Para agregar participantes cuando realicen una actividad

1. Elija Agregar participantes cuando realicen una actividad si aún no lo ha elegido.

 Journey entry [Info](#)

Choose how to start the journey:

Add participants when they perform an activity

Add participants from a segment

Events

Event attributes - *optional*

Attribute	Value	
<input type="text" value="Attribute"/>	<input type="text" value="Value"/>	<input type="button" value="Remove"/>

Event metrics - *optional*

Metric	Operator	Value	
<input type="text"/>	<input type="text" value="▼"/>	<input type="text"/>	<input type="button" value="Remove"/>

Segment - *optional*

Reset

This list only includes the most recently modified segments for the current project.

[Build a segment](#)

Description - *optional*

Total endpoints in segment

-

2. Para Eventos, elija un evento de una lista de eventos o escriba un evento nuevo para agregarlo. Por ejemplo, es posible que desee iniciar un recorrido cuando un usuario descargue un artista concreto del servicio de música. Vamos a llamar a este evento *artist.download*. Un recorrido solo puede incluir un evento.

Los eventos se pueden enviar mediante alguna de las siguientes opciones:

- La PutEvents API. Consultar [Eventos](#) en la referencia de la API de Amazon Pinpoint
- AWS SDK móvil para Android: versión 2.7.2 o posterior
- AWS SDK móvil para iOS: versión 2.6.30 o posterior

 Note

Si utilizas alguno de los SDK AWS para dispositivos móviles, estarás limitado a un conjunto de eventos. Para ver la lista de eventos compatibles, consulte [Eventos de aplicaciones](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

3. (Opcional) Un atributo de evento es un dato específico que se utiliza para refinar un evento. Se compone de un nombre de atributo y un valor. Reduciremos *artist.download* al agregar un atributo *artistName*. Para Atributo, elija el atributo de la lista. Ya que desea agregar participantes en función de un artista específico, debe elegir *artistName* como atributo y, a continuación, elegir un artista específico para el valor, por ejemplo, *Bruce Springsteen*. El evento de recorrido ahora agrega los participantes del evento *artist.download* y el *artistName* es *Bruce Springsteen*.

Si quiere afinar aún más el recorrido, agregue atributos y valores adicionales eligiendo Agregar atributo nuevo para cada atributo que desee agregar. Si un atributo tiene varios valores posibles, debe agregar cada par de atributos y valores de forma independiente. Para el evento *artist.download* ahora agrega un atributo *artistName* adicional, *Alicia Keys*. Elija Agregar atributo nuevo, de nuevo elija *artistName* como atributo y, a continuación, elija *Alicia Keys* para el Valor. Cuando utiliza el mismo atributo varias veces con valores diferentes, Amazon Pinpoint procesa los atributos del recorrido con “o” entre los valores. El evento de recorrido ahora agrega los participantes del evento *artist.download* y *artistName* es *Bruce Springsteen* o *Alicia Keys*.

Puede agregar una combinación de atributos con varios valores además de los atributos con un solo valor.

4. (Opcional) Elija una métrica de evento. Se trata de un evento que normalmente utiliza un rango de números, como la duración o el costo. Después de ingresar al evento, elija un operador:
 - es igual a
 - es mayor que
 - es menor que
 - es mayor o igual que
 - es menor o igual que

Ingrese el valor del operador. Solo se admiten valores numéricos. Los participantes se agregan en función de la métrica, el operador y el valor. Para el evento *artist.download*, puede agregar una métrica *songLength* en la que se agregan los participantes cuando descargan cualquier canción de *Bruce Springsteen* o *Alicia Keys* y en la que *songLength* es superior o igual a *500 segundos*.

 Note

No se puede usar la misma métrica con varios valores.

5. (Opcional) Seleccione el segmento dinámico que se utilizará para el recorrido. Solo puede tener un segmento previamente definido por entrada en el recorrido. Además, para que cualquier punto de conexión ingrese en el recorrido, dicho punto de conexión debe formar parte del segmento elegido. Si desea crear un nuevo segmento para este recorrido, puede crearlo a través de la consola de Amazon Pinpoint. Para obtener más información sobre segmentos, consulte [Creación de segmentos](#).

 Note

No se admiten los segmentos importados ni los segmentos dinámicos en función de un segmento importado. La lista desplegable indica el tipo de segmento. Si bien un segmento que se muestra en la lista desplegable puede indicar que es dinámico, si se basa en un segmento importado, aparecerá un error

6. De forma opcional, en Description (Descripción), puede especificar texto que describa la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
7. Seleccione Guardar.

Agregar participantes de un segmento

Para este tipo de recorrido, se elige un segmento para participar en el recorrido. Opcionalmente, puede configurar la actividad Journey entry (Entrada en el recorrido) para agregar nuevos participantes al recorrido mediante la búsqueda periódica de nuevos miembros del segmento.

Para agregar participantes de un segmento

1. Elija Agregar participantes de un segmento.

Journey entry Info

Choose how to start the journey:

Add participants when they perform an activity

Add participants from a segment

Segments

Choose a segment ▼ 

This list only includes the most recently modified segments for the current project.

[Build a segment](#)

Specify how often to add new segment members.

Never ▼

Refresh on segment update [Info](#)

Description - optional

Enter a description for this step.

Total endpoints in segment

-

Save

2. En Segmentos, elija el segmento que desea agregar al recorrido.

Tip

Solo se puede incluir un segmento en la actividad Journey entry (Entrada en el recorrido). Si necesita agregar más segmentos, puede crear un nuevo segmento que incluya todos los segmentos que desee agregar al recorrido. A continuación, más adelante en el recorrido, puede utilizar una acción de división multivariante para dividir a los participantes del recorrido en grupos separados en función de su pertenencia al segmento.

- (Opcional) Para Especificar con qué frecuencia agregar nuevos miembros del segmento, elija la frecuencia con la que se debe evaluar y actualizar la pertenencia al segmento. Puede elegir Nunca o puede elegir comprobar un horario. Por ejemplo, si elige Una vez cada 12 horas, Amazon Pinpoint comprueba si hay nuevos miembros del segmento cada 12 horas. Si se encuentran nuevos miembros del segmento durante una de estas comprobaciones, se agregarán al recorrido. Los puntos de conexión existentes también se vuelven a evaluar. Si el número máximo de entradas por intervalo es superior a 1, los puntos de conexión existentes también volverán a ingresar en el recorrido.

Specify how often to add new segment members.

Once every hours

Refresh on segment update [Info](#)

Si lo desea, también tiene la opción de elegir Actualizar el segmento. Si habilita esta característica, se agregarán nuevos puntos de conexión al recorrido cuando se actualice el segmento. Para que esta característica funcione según lo previsto, también debe elegir un intervalo de actualización.

En la siguiente tabla se describe cómo se gestionan los cambios en la pertenencia a los segmentos en distintas situaciones.

Intervalo de actualización	Estado de la opción Actualizar segmento	Comportamiento
Establecer en Nunca	No habilitado	Solo se procesan los puntos de conexión que eran miembros del segmento

Intervalo de actualización	Estado de la opción Actualizar segmento	Comportamiento
		original. Se incluyen los puntos de conexión que se hayan agregado antes de que comience el recorrido . Los puntos de conexión que se agregan o eliminan del segmento una vez que comienza el recorrido no se procesan.
Establecer en Nunca	Habilitado	Si el recorrido está procesando puntos de conexión actualmente, se evaluará cualquier cambio en el segmento. Sin embargo, si el recorrido ha terminado de procesar los puntos de conexión, no se incluyen los puntos de conexión que se agregaron o eliminaron tras el inicio del recorrido.

Intervalo de actualización	Estado de la opción Actualizar segmento	Comportamiento
Establecer en un periodo de tiempo	No habilitado	<p>Todos los puntos de conexión que se agreguen a un segmento dinámico o que sean comunes en todas las actualizaciones de segmentos se procesan; otros límites de recorrido lo permiten. El recorrido no procesa los puntos de conexión eliminados.</p> <div data-bbox="1089 779 1507 1810"><p> Note</p><p>El recorrido vuelve a evaluar la pertenencia del segmento en función de los criterios del segmento que estaban presentes cuando se lanzó el recorrido por primera vez. Si modifica los criterios del segmento después de lanzar un recorrido que utilice esta opción, el recorrido no tendrá en cuenta los nuevos criterios al volver a evaluar el segmento.</p></div>

Intervalo de actualización	Estado de la opción Actualizar segmento	Comportamiento
Establecer en un periodo de tiempo	Habilitado	Los cambios en los segmentos dinámicos e importados se evalúan y actualizan en función del intervalo de actualización. Los cambios también se evalúan cuando se cambian los segmentos . Los puntos de conexión que se agreguen o que sean comunes en todas las actualizaciones de segmentos se procesan si otros límites de recorrido lo permiten. El recorrido no procesa los puntos de conexión eliminados.

4. De forma opcional, en Description (Descripción), puede especificar texto que describa la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
5. Seleccione Guardar. Cuando termine de configurar la actividad de entrada en el recorrido, puede empezar a [agregar otras actividades al recorrido](#).

Siguiente: [Agregar actividades al recorrido](#)

Agregar actividades al recorrido

Las actividades son las partes más importantes de cualquier recorrido. Las actividades representan los pasos que se aplican a los participantes del recorrido. Puede utilizar las actividades para enviar mensajes a los participantes del recorrido en diversos canales, o dividirlos en grupos más pequeños o para esperar un período de tiempo. Hay distintos tipos de actividades que puede añadir a un recorrido. Esta sección proporciona información básica sobre cómo agregar actividades a un recorrido. Para obtener información detallada sobre la configuración de cada tipo de actividad, consulte [Configuración de actividades de recorrido](#).

Note

Tras revisar y publicar el recorrido, se agrega un elemento de recorrido de salida al flujo de recorrido.

Configuración de actividades de recorrido

Cada tipo de actividad de recorrido tiene componentes separados que debe configurar. En las siguientes secciones se proporciona información adicional sobre la configuración de cada tipo de actividad.

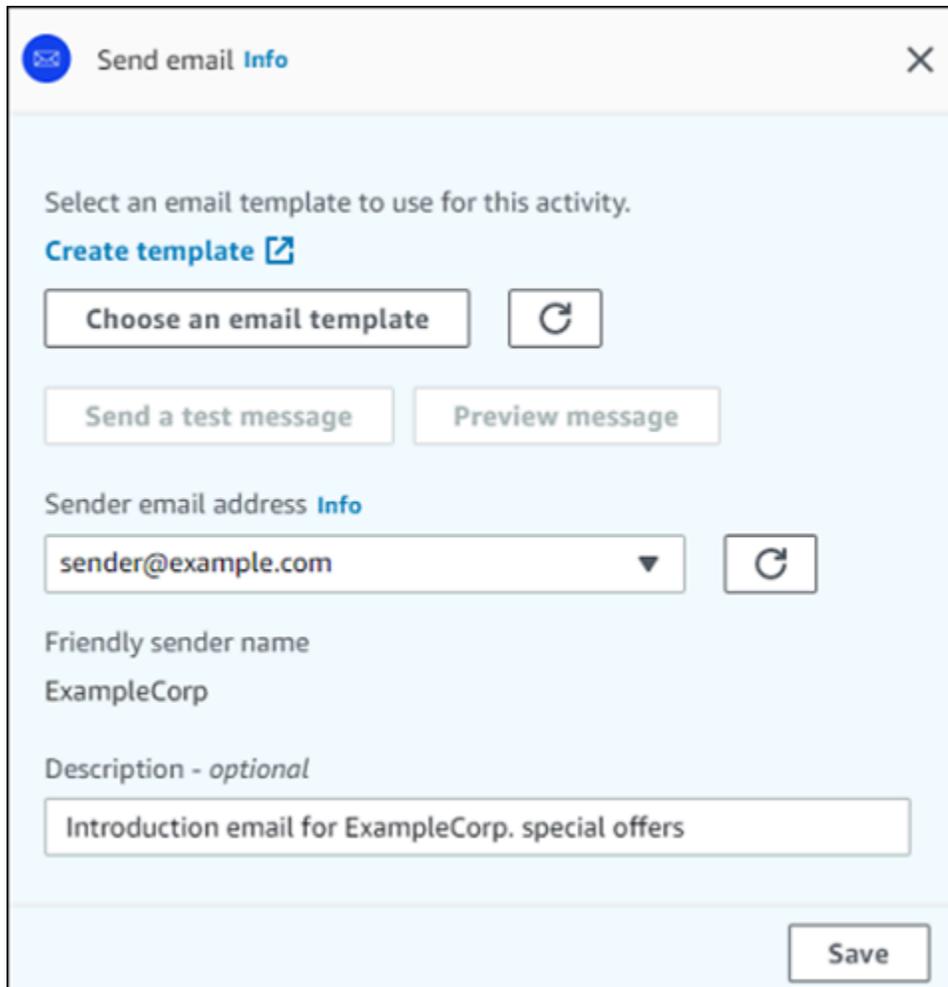
Temas de esta sección:

- [Configurar una actividad de correo electrónico](#)
- [Configurar una actividad de notificación push](#)
- [Configurar una actividad de mensajes SMS](#)
- [Configurar una actividad del centro de contacto](#)
- [Configurar una actividad de canal de mensajes personalizada](#)
- [Configurar una actividad de espera](#)
- [Configurar una actividad de división sí/no](#)
- [Configurar una actividad de división multivariante](#)
- [Configurar una actividad de retención](#)
- [Configurar una actividad de división aleatoria](#)

Configurar una actividad de correo electrónico

Cuando un participante del recorrido llega en una actividad de Enviar correo electrónico, Amazon Pinpoint le envía un correo electrónico inmediatamente. Antes de poder configurar la actividad de correo electrónico, debe crear una plantilla de correo electrónico. Para obtener más información acerca de la creación de plantillas de correo electrónico, consulte [Creación de plantillas de correo electrónico](#).

Para configurar una actividad de correo electrónico



The screenshot shows a configuration window titled "Send email" with an "Info" icon and a close button. The window contains the following elements:

- Instruction: "Select an email template to use for this activity."
- Link: "Create template" with an external link icon.
- Buttons: "Choose an email template" and a refresh button.
- Buttons: "Send a test message" and "Preview message".
- Section: "Sender email address" with an "Info" icon.
- Text input: "sender@example.com" with a dropdown arrow and a refresh button.
- Section: "Friendly sender name" with the value "ExampleCorp".
- Section: "Description - optional" with the value "Introduction email for ExampleCorp. special offers".
- Button: "Save" at the bottom right.

1. Elija Add activity (Añadir actividad).
2. Para Agregar una actividad, elija Enviar un correo electrónico.
3. En Seleccionar una plantilla de correo electrónico para usar en esta actividad, seleccione Elegir una plantilla de correo electrónico y, a continuación, elija la plantilla de correo electrónico para el mensaje que desea que reciban los participantes. A continuación, en Comportamiento de versión de plantilla, especifique si desea que Amazon Pinpoint actualice automáticamente el mensaje para incluir los cambios que pueda realizar en la plantilla antes de enviar el mensaje. Para más información sobre estas opciones, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).

 Tip

Puede enviarse a sí mismo una vista previa del mensaje, incluso si la cuenta de Amazon Pinpoint no contiene un registro de punto de conexión para la dirección de correo electrónico. Para enviar una vista previa, elija Send a test message (Enviar un mensaje de prueba).

4. En Sender email address (Dirección de correo electrónico del remitente), elija la dirección de correo electrónico desde la que desea enviar el mensaje. Esta lista contiene todas las direcciones de correo electrónico verificadas de su cuenta de Amazon Pinpoint en la región actual AWS . Para obtener información sobre cómo verificar dominios o direcciones de correo electrónico adicionales, consulte [Verificación de identidades de correo electrónico](#).

 Tip

Para mostrar un nombre de descriptivo del remitente para el mensaje, elija la dirección de correo electrónico predeterminada para el proyecto. Un nombre descriptivo del remitente es el nombre que aparece en los clientes de correo electrónico de los participantes cuando reciben el mensaje. Para cambiar la dirección de correo electrónico predeterminada del proyecto o el nombre descriptivo del remitente de esa dirección, actualice la configuración del proyecto para el canal de correo electrónico. Para ello, elija Settings (Configuración) en el panel de navegación izquierdo y, a continuación, elija Email (Correo electrónico). A continuación, introduzca la configuración que desee.

5. De forma opcional, en Description (Descripción), introduzca texto que describa el objetivo de la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
6. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Configurar una actividad de notificación push

Cuando un participante del recorrido llega a una actividad Enviar una notificación de inserción, Amazon Pinpoint le envía una notificación de inserción inmediatamente. Antes de poder configurar una actividad de notificación push, debe crear una plantilla de notificación push. Para obtener más información sobre la creación de plantillas de notificación push, consulte [Creación de plantillas de notificaciones push](#).

Note

Para enviar notificaciones automáticas a los participantes del viaje, su aplicación debe estar integrada con un AWS SDK. Para obtener más información, consulte [Gestión de notificaciones de inserción](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Para configurar una actividad de notificación push

The screenshot shows a configuration window titled "Send a push notification" with an "Info" icon and a close button. The main instruction is "Choose a push notification template to use for this activity." Below this is a link to "Edit template". A dropdown menu shows "PushNotificationTest" with a close button and a refresh button. Under "Template version behavior", there are two radio buttons: "Use the version that's currently active" (selected) and "Use the version that was active when the journey was created". There are two buttons: "Send a test message" and "Preview message". The "Time to live - optional" section has a dropdown menu set to "Default for service". The "Description - optional" section has a text input field containing "Initial message to new users". A "Save" button is at the bottom right.

1. Elija Add activity (Añadir actividad).
2. Para Agregar una actividad, elija Enviar una notificación de inserción.
3. En Elegir una plantilla de notificaciones de inserción para esta actividad, seleccione Elegir una plantilla de notificaciones de inserción y a continuación, elija la plantilla de notificaciones de inserción para el mensaje que desea que reciban los participantes. A continuación, en

Comportamiento de versión de plantilla, especifique si desea que Amazon Pinpoint utilice la versión de plantilla que está designada actualmente como activa o la versión de plantilla que estaba activa cuando se creó el recorrido. Para más información sobre estas opciones, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).

 Tip

Puede enviarse una vista previa del mensaje, incluso si la cuenta de Amazon Pinpoint no contiene un ID de punto de conexión o un token de dispositivo que haya especificado. Para enviar una vista previa, elija Send a test message (Enviar un mensaje de prueba).

4. (Opcional) En Período de vida, especifique si desea que Amazon Pinpoint use el valor predeterminado de tiempo de vida (TTL) o un valor personalizado para cada servicio de notificación push. De forma predeterminada, Amazon Pinpoint utiliza el valor TTL máximo de cada servicio de notificación push respectivo. También puede especificar un valor TTL personalizado para todos los servicios de notificación push. Si se produce un error en la entrega de mensajes, el servicio de notificación push intenta entregar el mensaje durante el tiempo especificado en esta configuración. Para obtener información sobre el tiempo de vida específico, consulte [Mensajes](#) en la Referencia de la API de Amazon Pinpoint.
5. De forma opcional, en Description (Descripción), introduzca texto que describa el objetivo de la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
6. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Configurar una actividad de mensajes SMS

Cuando un participante del recorrido llega a una actividad Enviar un mensaje SMS, Amazon Pinpoint le envía un mensaje SMS inmediatamente. Antes de configurar una actividad SMS, debe crear una plantilla SMS. Para obtener más información acerca de la creación de plantillas, consulte [Creación de plantillas de SMS](#).

Para configurar una actividad de mensajes SMS

 Send an SMS message [Info](#) ✕

Choose an SMS template to use for this activity.

[Edit template](#) 

MyTemplate ✕ 

Template version behavior [Info](#)

Use the version that's currently active
Active Version: 1

Use the version that was active when the journey was created

Send a test message Preview message

Message type

Choose the type of message that you want to send. [Info](#)

Transactional
Critical or time-sensitive messages

Promotional
Non-critical messages, including marketing messages

▶ **Additional settings – optional**

Description - *optional*

Save

1. Elija Add activity (Añadir actividad).
2. Para Agregar una actividad, elija Enviar un mensaje SMS.

3. En Elegir una plantilla de mensaje SMS para esta actividad, seleccione Elegir una plantilla de mensaje SMS y, a continuación, elija la plantilla de mensaje SMS para el mensaje que desea que reciban los participantes. A continuación, en Comportamiento de versión de plantilla, especifique si desea que Amazon Pinpoint utilice la versión de plantilla que está designada actualmente como activa o la versión de plantilla que estaba activa cuando se creó el recorrido. Para más información sobre estas opciones, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).
4. Elija Enviar un mensaje de prueba si quiere probar esta actividad primero. Los mensajes de prueba no se tienen en cuenta para los límites de envío diarios, pero se le cobrará por cada mensaje. Al enviar un mensaje de prueba, se le pedirá que elija opcionalmente el número de origen, pero tendrá que elegir un número de destino.

 Note

Si la cuenta se encuentra en el entorno aislado de SMS, puede enviar un mensaje de prueba a uno de los números de destino verificados. Si el número de destino no aparece en la lista, elija Administrar números para agregar ese número nuevo. Para obtener más información sobre la verificación de los números de destino, consulte [SMS sandbox](#) en la Guía del usuario de Amazon Pinpoint SMS.

5. En Message type (Tipo de mensaje), seleccione una de las siguientes opciones:
 - Promotional: mensajes que no son de importancia, como mensajes de marketing.
 - Transaccional: mensajes de importancia que admiten transacciones del cliente, como contraseñas de un solo uso para la autenticación multifactor.
6. (Opcional) Si es necesario, amplíe la sección Configuración adicional para configurar las opciones opcionales relacionadas con los SMS. La sección Configuración adicional contiene dos pestañas:
 - En la pestaña Configuración de SMS, puede configurar los siguientes ajustes:
 - Número de teléfono de origen: el número de teléfono desde el que se enviarán los mensajes. Esta lista contiene todos los números de teléfono dedicados que están presentes en la cuenta de Amazon Pinpoint.
 - ID del remitente: un ID alfanumérico que identifica al remitente del mensaje SMS. El ID del remitente solo aparecerá en los dispositivos de los destinatarios si el destinatario se encuentra en un país donde se admitan los ID de remitente. Si especifica un ID de remitente en una actividad de recorrido, invalida el valor predeterminado de la cuenta. Para obtener

más información sobre los países que admiten los ID de remitente, consulte [Países y regiones compatibles \(canal SMS\)](#) en la Guía del usuario de SMS de Amazon Pinpoint.

 Note

Solo necesita establecer uno de estos valores. Si especifica ambos valores, Amazon Pinpoint intenta enviar el mensaje mediante el número de teléfono de origen dedicado.

- En la pestaña Ajustes normativos, puede configurar los ajustes que se aplican específicamente al envío de mensajes a destinatarios de India. Si envía mensajes a destinatarios de India, debe especificar un ID de remitente, así como los dos valores siguientes:
 - ID de entidad: el ID asociado a la empresa o marca, proporcionado por TRAI durante el proceso de registro del ID del remitente.
 - ID de plantilla: el ID que está asociado a la plantilla de mensaje. TRAI también proporciona este valor durante el proceso de registro del ID del remitente.

 Note

Si no envía mensajes a destinatarios en India o si envía mensajes a India con las rutas de un operador internacional de larga distancia, no necesita especificar los valores de ID de entidad e ID de plantilla.

Para obtener más información sobre los requisitos normativos para el envío de mensajes SMS a la India, consulte el [proceso de registro del identificador de remitente de la India](#) en la Guía del usuario de SMS de Amazon Pinpoint.

7. De forma opcional, en Description (Descripción), introduzca texto que describa el objetivo de la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
8. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Configurar una actividad del centro de contacto

Cuando un participante de un recorrido llega a una actividad de Enviar a través de un centro de contacto, Amazon Pinpoint lo incluye en una campaña externa de Amazon Connect (denominada en Amazon Pinpoint campaña de Amazon Connect). Puede configurar este tipo de actividad para marcar el número de teléfono del participante en el recorrido y conectarlo con un agente o reproducir un mensaje de voz.

Las actividades del centro de contacto se comportan de forma ligeramente diferente a las de otros tipos de actividades relacionadas con el recorrido. Cuando un participante de un recorrido llega a una actividad de Enviar a través de un centro de contacto, todas las actividades anteriores entre la actividad del centro de contacto y la actividad de mensajería anterior que impliquen una división multivariante o actividades de división de sí o no se vuelven a evaluar inmediatamente antes de ingresar el número de teléfono del participante en la cola de Amazon Connect para marcarlo. Si no hay actividad de mensajería antes de la actividad del centro de contacto, también se vuelven a evaluar los criterios de entrada en el recorrido.

El objetivo de este proceso de reevaluación es garantizar que el participante del recorrido siga reuniendo las condiciones para recibir una llamada telefónica en el momento en que la llamada esté en cola. Este comportamiento es útil porque los atributos del participante pueden cambiar entre el momento en que llega a la actividad del centro de contacto y el momento en que un agente está disponible para llamarlo. Este es el comportamiento predeterminado y no se puede desactivar.

La reevaluación del recorrido guarda el resultado de la evaluación del participante para marcarlo con un temporizador de 10 segundos. Se volverá a evaluar a un participante cada 10 segundos y los resultados se guardarán hasta la próxima reevaluación. Esto significa que si el tiempo transcurrido entre una actualización y el marcado es inferior a 10 segundos, es posible que no se realice una evaluación con la versión más reciente del participante.

Por ejemplo, supongamos que un recorrido contiene un paso de entrada que agrega los miembros de un segmento específico al recorrido y una actividad de división de sí o no que comprueba si el participante del recorrido ha completado un tipo específico de transacción. En este escenario, la rama “sí” de la división sí/no (para los participantes que completen la transacción) envía un correo electrónico de seguimiento, mientras que la rama “no” (para los participantes que no completaron la transacción) lleva a una actividad del centro de contacto. Los participantes que llegan a la actividad del centro de contacto permanecen allí hasta que la llamada se ponga en cola correctamente en Amazon Connect. Cuando hay un agente disponible, el recorrido vuelve a evaluar los atributos del participante en función de los criterios del paso de entrada del recorrido y de la actividad dividida sí/no.

 Important

Las actividades del centro de contacto no se admiten en los recorridos desencadenados por eventos.

Requisitos previos

Antes de poder agregar una actividad de centro de contacto a un recorrido, debe hacer lo siguiente:

- Creación de una cuenta e instancia de Amazon Connect.
- Usa Amazon AppIntegrations para habilitar campañas salientes de gran volumen para tu instancia de Amazon Connect.
- Habilite la instancia de Amazon Connect para las llamadas salientes.
- Cree una cola de comunicaciones externas dedicadas para gestionar los contactos que se enviarán a los agentes como resultado de la campaña. La cola se debe asignar al perfil de enrutamiento del agente.
- Cree y publique un flujo de contactos que incluya un bloque Comprobar el progreso de las llamadas. Este bloque le permite realizar ramificaciones en función de si una persona ha contestado al teléfono, por ejemplo, o se ha detectado correo electrónico de voz.
- Asegúrese de que la cola de Amazon Connect que planea usar tenga un número de salida definido en la cola.
- En IAM, cree una política y un rol que permitan a Amazon Connect enviar mensajes a través de Amazon Pinpoint.

Note

[Las funciones ResourceID especificadas ConnectCampaignExecutionRoleArn para soportar las funciones de servicio de IAM y. service-linked-roles](#) Para obtener más información, consulte [Identificadores de IAM](#) en la Guía del usuario de AWS Identity and Access Management .

Important

La eliminación o la configuración incorrecta de las funciones de IAM y las políticas de acceso a los recursos para los viajes publicados pueden provocar que Amazon Pinpoint detenga las llamadas salientes hasta que se restablezca la configuración de IAM con el conjunto original de funciones, políticas de acceso y permisos.

Puede encontrar los procedimientos para realizar estas tareas en los pasos 1 a 5 de [Realizar llamadas predictivas y progresivas mediante campañas externas de Amazon Connect](#), en el blog del centro de contacto de AWS .

Configuración de una actividad del centro de contacto

Puede conectar el recorrido a una campaña externa de Amazon Connect existente o hacer clic para crear una campaña externa de Amazon Connect.

Tenga en cuenta las siguientes consideraciones al utilizar las actividades del centro de contacto en Amazon Pinpoint:

- Solo puede usar 3 actividades de centro de contacto en un recorrido.
- Solo puede utilizar una campaña de Amazon Connect por recorrido. Si un recorrido contiene varias actividades de centro de contacto y cambia la campaña de Amazon Connect por una actividad, el cambio se refleja en todas las demás actividades de centro de contacto del mismo recorrido.
- Puede utilizar una sola campaña de Amazon Connect en varios recorridos. Amazon Pinpoint muestra una advertencia si la campaña Amazon Connect ya está en uso cuando se publica el recorrido.
- Los números de teléfono de los clientes deben estar en Amazon Pinpoint como puntos de conexión de voz.
- Los números de teléfono de punto de conexión deben tener el formato E.164. Para obtener más información, consulte [E.164: El plan internacional de numeración de las telecomunicaciones públicas](#) en el sitio web de la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

Uso de una campaña de Amazon Connect existente

The screenshot shows a configuration dialog titled "Send through a contact center" with a close button (X) in the top right corner. The dialog is divided into several sections:

- Amazon Connect instance**: A dropdown menu with a refresh button (circular arrow) to its right.
- Amazon Connect outbound campaign**: A dropdown menu with a refresh button (circular arrow) to its right.
- Build an Amazon Connect outbound campaign**: A checkbox with a blue checkmark, currently checked.
- Execution role**: Two radio buttons: "Choose an existing role" (selected) and "Automatically create a role". Below them is a dropdown menu with a refresh button (circular arrow).
- Description - optional**: A text input field with the placeholder text "Enter a description of this activity".
- Save**: A button located at the bottom right of the dialog.

1. Elija Add activity (Añadir actividad).
2. Para Agregar una actividad, elija Enviar a través de un centro de contacto.
3. Elija la instancia de Amazon Connect que desea usar.
4. Elija la campaña externa de Amazon Connect de la lista desplegable.
5. (Opcional) Puede elegir Crear una campaña externa de Amazon Connect, que le dirigirá a Amazon Connect.
6. Para Rol de IAM, complete uno de los pasos siguientes:

- a. Si desea que Amazon Pinpoint cree un rol que le permita pasar números de teléfono a Amazon Connect, seleccione Crear un rol automáticamente. A continuación, para rol de IAM, ingrese un nombre único para el rol nuevo que está creando.
 - b. Si ya ha creado un rol de IAM que permite a Amazon Pinpoint pasar números de teléfono a Amazon Connect, seleccione Elegir un rol existente. A continuación, para rol de IAM, seleccione un rol que contenga los permisos adecuados.
7. (Opcional) En Descripción, describa el objetivo de la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como etiqueta de la actividad.
 8. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Configurar una actividad de canal de mensajes personalizada

Cuando un participante del recorrido llega en una actividad de Envío a través de un canal personalizado, Amazon Pinpoint envía información sobre el participante a una función o webhook de AWS Lambda. Un canal personalizado le permite enviar mensajes a los clientes a través de cualquier servicio que tenga una API, incluidos los servicios que no sean de AWS .

Antes de poder configurar una actividad de canal personalizada, debe decidir si desea utilizar una función de Lambda o una URL de webhook para enviar el mensaje. Para obtener más información acerca de la creación de canales de mensajes personalizados, consulte [Creación de canales personalizados en Amazon Pinpoint](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Para configurar una actividad de canal de mensajes personalizada que llame a una función Lambda

The screenshot shows a configuration window titled "Send through a custom channel" with a close button (X) in the top right corner. The window contains the following elements:

- A header with the Lambda icon and the text "Send through a custom channel" followed by an "Info" link.
- A section titled "Choose the method that you want to use to send messages" with two radio buttons: "Execute a Lambda function" (selected) and "Specify a webhook URL".
- A section titled "Lambda function" with a dropdown menu showing "TestLambdaFunction" and a refresh button (circular arrow icon).
- A link "Create a new Lambda function" with an external link icon.
- A section titled "Custom Data" with an "Info" link and an empty text input field.
- A section titled "Specify the endpoint types that will receive this message" with a "Custom" label and a link "Choose endpoint types".
- A section titled "Description - optional" with a text input field containing "Send a WhatsApp Message".
- A "Save" button at the bottom right.

1. Elija Add activity (Añadir actividad).
2. Para Agregar una actividad, elija Enviar a través de un canal personalizado.
3. En Elegir el método que desea utilizar para enviar mensajes, seleccione Ejecutar una función Lambda.
4. Para la función Lambda, elija la función que desea ejecutar.
5. (Opcional) Los datos personalizados son para cuando los puntos de conexión se envíen al canal personalizado, los datos personalizados también están en la carga. Este nombre puede contener hasta 5000 caracteres alfanuméricos.
6. En Especificar los tipos de punto de enlace que recibirán este mensaje, seleccione los tipos de punto de enlace a los que se aplica el canal personalizado. De forma predeterminada, sólo se selecciona el tipo de punto de enlace personalizado. Para agregar tipos de punto de enlace adicionales, seleccione Elegir tipos de punto de enlace.

- a. La función de lambda se puede utilizar para evaluar qué puntos de conexión incluir en el segmento. Para obtener más información, consulte [Personalización de segmentos con AWS Lambda](#).
- b. Los datos personalizados son para cuando los puntos de conexión se envíen al canal personalizado, los datos personalizados también están en la carga.

Note

Otros tipos de punto de enlace que llegan a esta actividad se envían a través de ella, pero solo los tipos de punto de enlace que especifique se envían a la función Lambda o webhook.

7. De forma opcional, en Description (Descripción), introduzca texto que describa el objetivo de la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
8. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Para configurar una actividad de canal de mensajes personalizada que utiliza una URL de webhook

The screenshot shows a configuration dialog titled "Send through a custom channel" with a close button (X) in the top right corner. The dialog is divided into several sections:

- Choose the method that you want to use to send messages:** Two radio buttons are present: "Execute a Lambda function" (unselected) and "Specify a webhook URL" (selected).
- Webhook URL:** A text input field containing the placeholder text "https://www.example.com".
- Custom Data:** A section with an "Info" icon and an empty text input field.
- Specify the endpoint types that will receive this message:** A section with the text "Custom" and a link "Choose endpoint types".
- Description - optional:** A section with a text input field containing the placeholder text "Enter a description of this activity".

A "Save" button is located at the bottom right of the dialog.

1. Elija Add activity (Añadir actividad).
2. Para Agregar una actividad, elija Enviar a través de un canal personalizado.
3. En Elegir el método que desea utilizar para enviar mensajes, seleccione Especificar una URL de webhook.
4. En URL de Webhook, escriba la dirección del webhook que desea ejecutar. Para obtener más información acerca de la configuración de webhooks, consulte [Creación de canales personalizados en Amazon Pinpoint](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.
5. (Opcional) Los datos personalizados son para cuando los puntos de conexión se envíen al canal personalizado, los datos personalizados también están en la carga. Este nombre puede contener hasta 5000 caracteres alfanuméricos.
6. En Especificar los tipos de punto de enlace que recibirán este mensaje, seleccione los tipos de punto de enlace a los que se aplica el canal personalizado. De forma predeterminada, sólo se selecciona el tipo de punto de enlace personalizado. Para agregar tipos de punto de enlace adicionales, seleccione Elegir tipos de punto de enlace.

 Note

Otros tipos de punto de enlace que llegan a esta actividad se envían a través de ella, pero solo los tipos de punto de enlace que especifique se envían a la función Lambda o webhook.

7. De forma opcional, en Description (Descripción), introduzca texto que describa el objetivo de la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
8. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Configurar una actividad de espera

Cuando un participante del recorrido llega a una actividad de Wait (Espera) permanece en esa actividad durante cierto período de tiempo o hasta una fecha y hora específicas. Este tipo de actividad es una forma útil de programar el envío de comunicaciones que dependen del tiempo o de dar a los clientes un momento para interactuar con los mensajes que envió anteriormente en el recorrido.

Para configurar una actividad de espera

The screenshot shows the configuration interface for a 'Wait' activity. At the top left, there is a green circular icon with a white hourglass and the word 'Wait'. To the right are icons for a trash can and an information symbol. Below this, the text 'Participants should wait on this activity:' is followed by two radio button options: 'For a period of time' (unselected) and 'Until a specific date' (selected). Underneath, the instruction 'Specify the date and time when participants should proceed to the next activity.' is followed by four input fields: a date field containing '01/20/2021', a calendar icon, a time field containing '9:00', and a clock icon. Below these fields is a section titled 'Description - optional' with a text input field containing the text 'Wait until the campaign begins'. At the bottom right, there is a 'Save' button.

1. Elija Add activity (Añadir actividad).
2. Para Agregar una actividad, elija Esperar.
3. Seleccione una de las siguientes opciones:
 - Durante un periodo de tiempo: elija esta opción si desea que los participantes del recorrido permanezcan en esta actividad durante un periodo de tiempo determinado. A continuación, especifique la cantidad de tiempo que desea que los participantes del recorrido esperen en esta actividad antes de continuar con la siguiente actividad. Puede especificar un valor desde 1 hora hasta 365 días.
 - Hasta una fecha específica: elija esta opción si desea que los participantes del recorrido permanezcan en esta actividad hasta una fecha y hora específicas. A continuación, introduzca la fecha y la hora en que los participantes del recorrido deben avanzar a la siguiente actividad. Puede elegir cualquier fecha y hora que preceda a la fecha de finalización del recorrido.
4. De forma opcional, en Description (Descripción), introduzca texto que describa el objetivo de la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
5. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Configurar una actividad de división sí/no

Cuando los participantes del recorrido llegan en una actividad de División sí/no se les envía por una de dos rutas en función de los atributos o comportamientos. Puede utilizar este tipo de actividad de división para enviar a los participantes del recorrido por rutas separadas en función de su pertenencia a un segmento. También puede enviar a los participantes por rutas diferentes en función de sus interacciones con otras actividades de recorrido. Por ejemplo, puede dividir los participantes del recorrido en función de si abrieron o no un correo electrónico que se envió anteriormente en el recorrido.

Note

Para crear actividades divididas que envíen a los participantes por diferentes rutas basadas en eventos de notificación push (como eventos Open o Received), la aplicación móvil tiene que especificar los valores de ID de usuario e ID de punto de enlace. Para obtener más información, consulte [Integración de Amazon Pinpoint en la aplicación](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Si el segmento de recorrido está en el nivel del usuario, con `user_id` en los datos y el criterio utilizado para evaluar una división condicional es un atributo de punto de conexión, Amazon Pinpoint procesa los atributos del recorrido mediante un OR lógico entre los valores de los atributos de los distintos puntos de conexión del usuario. Por ejemplo, si un solo usuario tiene varios puntos de conexión y si alguno de estos puntos de conexión cumple los criterios, todos los puntos de conexión vinculados a ese usuario se agruparán y se evaluarán como “Sí” y pasarán a la rama “Sí” de una actividad de división de Sí o No.

Para configurar una actividad de división sí/no

 Yes/no split [Info](#) ✕

Select a condition type

Event ▼

Choose a journey message activity and event

Unconfigured message (Custom) ▼

Call to function or webhook ▼

Response

Attribute	Value
<input type="text"/>	<input type="text"/>

ANY ▼ ✕

Select a condition type

Event ▼

Choose a journey message activity and event

Unconfigured message (Custom) ▼

Call to function or webhook failed ▼

Response

Attribute	Value
<input type="text"/>	<input type="text"/>

+ Add condition

Condition evaluation

The amount of time that Amazon Pinpoint waits before it evaluates the conditions.

Evaluate immediately ▼

Description - optional

Add description

1. Elija Add activity (Añadir actividad).
2. Para Agregar una actividad, elija División sí/no.
3. En Select a condition type (Seleccionar un tipo de condición), elija una de las siguientes opciones:
 - Segmento: elija esta opción para que todos los miembros del segmento elegido sigan la ruta “Sí”. A continuación, en Segments (Segmentos), elija un segmento.
 - Evento: elija esta opción para que los usuarios opten por la ruta del “Sí” en función de las interacciones con un paso anterior de este recorrido. A continuación, complete los pasos siguientes:
 1. Para Eventos, seleccione la actividad de mensajería que quiere dividir:
 2. Para Elegir una actividad, elija la actividad del mensaje a la que se debe aplicar la división. En función del tipo de canal de la actividad de mensajería que seleccione, tendrá las siguientes opciones para dividir:
 - Para Correo electrónico, estos son los eventos que puede seleccionar.
 - Enviar: Amazon Pinpoint aceptó el mensaje e intentará entregarlo.
 - Entregado: el mensaje se envió correctamente al destinatario.
 - Rechazado: Amazon Pinpoint rechazó el mensaje porque contenía un virus o malware.
 - Devolución permanente: el correo electrónico no se entregó al destinatario debido a un problema permanente. Por ejemplo, es posible que la dirección de correo electrónico del destinatario ya no exista. Cuando un mensaje genera una devolución permanente, Amazon Pinpoint no intenta volver a entregarlo.
 - Devolución temporal: el correo electrónico no se entregó al destinatario debido a un problema temporal. Por ejemplo, la bandeja de entrada del destinatario podría estar llena o su proveedor de correo electrónico podría tener un problema temporal. Cuando se produce una devolución temporal, Amazon Pinpoint intenta volver a enviar el mensaje durante un determinado periodo de tiempo. Si el mensaje sigue sin poder entregarse, se convierte en una devolución permanente.
 - Reclamación: el destinatario recibió el correo electrónico, pero utilizó el botón “Informar de spam” o similar del cliente de correo electrónico para informar del mensaje como no deseado.

 Note

Amazon Pinpoint se basa en los informes de reclamaciones de los proveedores de correo electrónico para generar eventos de reclamaciones. Algunos proveedores de correo electrónico nos envían estos informes de forma regular, mientras que otros los envían con poca frecuencia.

- Abierto: el destinatario recibió el correo electrónico y lo abrió.

 Note

Para que Amazon Pinpoint capture un evento de apertura de correo electrónico, el cliente de correo electrónico del destinatario debe descargar las imágenes contenidas en el mensaje. Muchos clientes de correo electrónico habituales, como Microsoft Outlook, no descargan las imágenes de correo electrónico de forma predeterminada.

- Hacer clic: el destinatario recibió el correo electrónico y siguió uno de los enlaces que figuran en el cuerpo del mensaje.
- Cancelar suscripción: el destinatario recibió el correo electrónico y utilizó el enlace "Cancelar suscripción" para cancelar la suscripción a futuros mensajes.
- Para SMS, estos son los eventos que puede seleccionar.
 - Enviar: Amazon Pinpoint intentó enviar el mensaje.
 - Entregado: Amazon Pinpoint recibió una confirmación de que el mensaje se había entregado.
 - Error: se produjo un error al entregar el mensaje a la dirección del punto de conexión.
 - Exclusión: el usuario asociado a la dirección del punto de conexión ha cancelado la suscripción a recibir mensajes suyos.
- Para Inserción, estos son los eventos que puede seleccionar.
 - Enviar: Amazon Pinpoint intentó enviar el mensaje.
 - Notificación abierta: Amazon Pinpoint recibió una confirmación de que el usuario había abierto el mensaje.
 - Primer plano recibido: Amazon Pinpoint ha recibido una confirmación de que el dispositivo del usuario ha recibido el mensaje y lo ha mostrado en primer plano.

- Fondo recibido: Amazon Pinpoint ha recibido una confirmación de que el dispositivo del usuario ha recibido el mensaje y lo ha mostrado en el fondo.
- Para Centro de contacto, estos son los eventos que puede seleccionar.
 - Conectada: Amazon Pinpoint recibió una confirmación de que la llamada estaba relacionada con un agente.
 - Tono SIT: Amazon Pinpoint recibió una respuesta de que la llamada devolvió un tono ocupado.
 - Fax: Amazon Pinpoint recibió una respuesta de que la llamada devolvió un tono de fax.
 - Correo de voz con pitido: Amazon Pinpoint recibió una respuesta de que la llamada devolvió un mensaje de voz con un pitido.
 - Correo de voz sin pitido: Amazon Pinpoint recibió una respuesta de que la llamada devolvió un mensaje de voz sin un pitido.
 - No contestado: Amazon Pinpoint recibió una respuesta de que la llamada no se respondió y sonó sin correo de voz.
- Canal personalizado: para la actividad del canal personalizado, puede definir el atributo de respuesta y el valor por el que desea dividirlo. Debe asegurarse de que este atributo y valor se devuelvan a los recorridos de Amazon Pinpoint de forma que puedan leerse. Para obtener más información acerca de cómo se debe estructurar esta respuesta, consulte [Creación de canales personalizados](#) en Amazon Pinpoint en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

3.

 Note

(Opcional) Para las actividades de los canales personalizados, puede dividir las en función de la llamada a una función o respuesta de webhook. Para configurar esto, puede definir:

- Atributo: el nombre del atributo que se va a evaluar.
- Valor: el valor que se utiliza para determinar de qué manera se va a dividir.

4. Para Evaluación de la condición, elija cuando Amazon Pinpoint debe evaluar la condición. Puede elegir entre las siguientes opciones:

- Evaluar inmediatamente: si elige esta opción, Amazon Pinpoint comprobará si la condición de evento que especificó se ha cumplido en el momento en que el participante del recorrido llega a la actividad.

- **Evaluar después:** si elige esta opción, Amazon Pinpoint espera durante un periodo de tiempo específico. Una vez transcurrido el periodo de tiempo especificado, Amazon Pinpoint comprueba si se ha cumplido la condición del evento especificada.
 - **Evaluar en:** si elige esta opción, Amazon Pinpoint espera hasta una fecha y hora específicas. Cuando llegue esa fecha y hora, Amazon Pinpoint comprueba si se ha cumplido la condición del evento especificada.
5. De forma opcional, en **Description (Descripción)**, introduzca texto que describa el objetivo de la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
 6. Cuando termine, elija **Save (Guardar)**.

Configurar una actividad de división multivariante

Cuando los participantes del recorrido llegan en una actividad de **Multivariate split (División multivariante)** se les envía por una de varias rutas en función de sus atributos o comportamientos. Este tipo de división es similar a una división sí/no. La ventaja de utilizar una actividad de división multivariante es que puede evaluar más de una condición. Además, cada actividad de división multivariante contiene una ruta "Else". Los participantes del recorrido que no cumplan ninguna de las condiciones especificadas en otras rutas se envían automáticamente a la ruta "Else".

Puede utilizar este tipo de división para enviar a los participantes del recorrido por rutas separadas en función de su pertenencia a un segmento. También puede enviar a los participantes por rutas diferentes en función de sus interacciones con otras actividades de recorrido. Por ejemplo, puede dividir los participantes del recorrido en función de si abrieron o no un correo electrónico que se envió anteriormente en el recorrido.

Note

Si un participante del recorrido cumple más de una condición en una división condicional, se le envía la primera condición que cumple, por orden alfabético. Por ejemplo, si un participante cumple las condiciones de la Rama A y la Rama D, se le envía por la ruta correspondiente a la Rama A.

Para crear actividades divididas que envíen a los participantes por diferentes rutas basadas en eventos de notificación push (como eventos **Open** o **Received**), la aplicación móvil tiene que especificar los valores de ID de usuario e ID de punto de enlace. Para obtener más información, consulte [Integración de Amazon Pinpoint en la aplicación](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Si el segmento de recorrido está en el nivel del usuario, con `user_id` en los datos y el criterio utilizado para evaluar una división condicional es un atributo de punto de conexión, Amazon Pinpoint procesa los atributos del recorrido mediante un OR lógico entre los valores de los atributos de los distintos puntos de conexión del usuario. Por ejemplo, si un solo usuario tiene varios puntos de conexión y si alguno de estos puntos de conexión cumple los criterios, todos los puntos de conexión vinculados a ese usuario se agruparán y se evaluarán como “Sí” y pasarán a la rama “Sí” de una actividad de división de Sí o No.

Para configurar una actividad de división multivariante

The screenshot shows the 'Multivariate split' configuration window in Amazon Pinpoint. At the top, there is a title bar with a green circle icon, the text 'Multivariate split', and an 'Info' link. Below the title bar, there is a section for 'Branch A' which is currently selected. Under 'Branch A', there are three dropdown menus: 'Choose a condition type' (set to 'Event'), 'Choose a journey message activity and event' (set to 'Unconfigured message (Custom)'), and 'Call to function or webhook response'. Below these is a 'Response' section with two input fields labeled 'Attribute' and 'Value'. To the right of 'Branch A' is a 'Remove' button. Below 'Branch A' is a '+ Add another branch' link. At the bottom of the configuration area, there is a 'Condition evaluation' section with a dropdown menu set to 'Evaluate immediately' and a 'Description - optional' text area with the placeholder text 'Enter a description of this activity'. A 'Save' button is located at the bottom right of the window.

1. Elija Add activity (Añadir actividad).
2. Para Agregar una actividad, elija División multivariante.
3. Determine cuántas rutas diferentes (ramificaciones) desea crear. Elija Add another branch (Agregar otra ramificación) para crear rutas adicionales.

4. En cada rama, para Select a condition type (Seleccionar un tipo de condición), elija una de las siguientes opciones:
- Segmento: elija esta opción para que todos los miembros del segmento elegido sigan la ruta. A continuación, en Segments (Segmentos), elija un segmento.
 - Evento: elija esta opción para que los usuarios opten por la ruta en función de las interacciones con un paso anterior de este recorrido. A continuación, complete los pasos siguientes:
 1. Para Eventos, seleccione la actividad de mensajería que le gustaría dividir.
 2. Para Elegir una actividad, elija la actividad del mensaje a la que se debe aplicar la división. En función del tipo de canal de la actividad de mensajería que seleccione, tendrá las siguientes opciones para dividir:
 - Para Correo electrónico, estos son los eventos que puede seleccionar.
 - Enviar: Amazon Pinpoint aceptó el mensaje e intentará entregarlo.
 - Entregado: el mensaje se envió correctamente al destinatario.
 - Rechazado: Amazon Pinpoint rechazó el mensaje porque contenía un virus o malware.
 - Devolución permanente: el correo electrónico no se entregó al destinatario debido a un problema permanente. Por ejemplo, es posible que la dirección de correo electrónico del destinatario ya no exista. Cuando un mensaje genera una devolución permanente, Amazon Pinpoint no intenta volver a entregarlo.
 - Devolución temporal: el correo electrónico no se entregó al destinatario debido a un problema temporal. Por ejemplo, la bandeja de entrada del destinatario podría estar llena o su proveedor de correo electrónico podría tener un problema temporal. Cuando se produce una devolución temporal, Amazon Pinpoint intenta volver a enviar el mensaje durante un determinado periodo de tiempo. Si el mensaje sigue sin poder entregarse, se convierte en una devolución permanente.
 - Reclamación: el destinatario recibió el correo electrónico, pero utilizó el botón “Informar de spam” o similar del cliente de correo electrónico para informar del mensaje como no deseado.

 Note

Amazon Pinpoint se basa en los informes de reclamaciones de los proveedores de correo electrónico para generar eventos de reclamaciones. Algunos

proveedores de correo electrónico nos envían estos informes de forma regular, mientras que otros los envían con poca frecuencia.

- Abierto: el destinatario recibió el correo electrónico y lo abrió.

 Note

Para que Amazon Pinpoint capture un evento de apertura de correo electrónico, el cliente de correo electrónico del destinatario debe descargar las imágenes contenidas en el mensaje. Muchos clientes de correo electrónico habituales, como Microsoft Outlook, no descargan las imágenes de correo electrónico de forma predeterminada.

- Hacer clic: el destinatario recibió el correo electrónico y siguió uno de los enlaces que figuran en el cuerpo del mensaje.
- Cancelar suscripción: el destinatario recibió el correo electrónico y utilizó el enlace "Cancelar suscripción" para cancelar la suscripción a futuros mensajes.
- Para SMS, estos son los eventos que puede seleccionar.
 - Enviar: Amazon Pinpoint intentó enviar el mensaje.
 - Entregado: Amazon Pinpoint recibió una confirmación de que el mensaje se había entregado.
 - Error: se produjo un error al entregar el mensaje a la dirección del punto de conexión.
 - Exclusión: el usuario asociado a la dirección del punto de conexión ha cancelado la suscripción a recibir mensajes suyos.
- Para Inserción, estos son los eventos que puede seleccionar.
 - Enviar: Amazon Pinpoint intentó enviar el mensaje.
 - Notificación abierta: Amazon Pinpoint recibió una confirmación de que el usuario había abierto el mensaje.
 - Primer plano recibido: Amazon Pinpoint ha recibido una confirmación de que el dispositivo del usuario ha recibido el mensaje y lo ha mostrado en primer plano.
 - Fondo recibido: Amazon Pinpoint ha recibido una confirmación de que el dispositivo del usuario ha recibido el mensaje y lo ha mostrado en el fondo.
- Para Centro de contacto, estos son los eventos que puede seleccionar.

- Conectada: Amazon Pinpoint recibió una confirmación de que la llamada estaba relacionada con un agente.
 - Tono SIT: Amazon Pinpoint recibió una respuesta de que la llamada devolvió un tono ocupado.
 - Fax: Amazon Pinpoint recibió una respuesta de que la llamada devolvió un tono de fax.
 - Correo de voz con pitido: Amazon Pinpoint recibió una respuesta de que la llamada devolvió un mensaje de voz con un pitido.
 - Correo de voz sin pitido: Amazon Pinpoint recibió una respuesta de que la llamada devolvió un mensaje de voz sin un pitido.
 - No contestado: Amazon Pinpoint recibió una respuesta de que la llamada no se respondió y sonó sin correo de voz.
 - Canal personalizado: para la actividad del canal personalizado, puede definir el atributo de respuesta y el valor por el que desea dividirlo. Debe asegurarse de que este atributo y valor se devuelvan a los recorridos de Amazon Pinpoint de forma que puedan leerse. Para obtener más información acerca de cómo se debe estructurar esta respuesta, consulte [Creación de canales personalizados](#) en Amazon Pinpoint en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.
3. Elija una actividad y evento de mensaje de recorrido, elija Llamar a una función o respuesta de webhook.
- Atributo: el nombre del atributo que se va a evaluar.
 - Valor: el valor que se utiliza para determinar qué ramificación se debe recorrer para la ruta.

Repita este paso para cada ruta de la actividad.

5. Para Evaluación de la condición, elija cuando Amazon Pinpoint debe evaluar la condición. Puede elegir entre las siguientes opciones:
- Evaluar inmediatamente: si elige esta opción, Amazon Pinpoint comprobará si la condición de evento que especificó se ha cumplido en el momento en que el participante del recorrido llega a la actividad.
 - Evaluar después: si elige esta opción, Amazon Pinpoint espera durante un periodo de tiempo específico. Una vez transcurrido el periodo de tiempo especificado, Amazon Pinpoint comprueba si se ha cumplido la condición del evento especificada.

- Evaluar en: si elige esta opción, Amazon Pinpoint espera hasta una fecha y hora específicas. Cuando llegue esa fecha y hora, Amazon Pinpoint comprueba si se ha cumplido la condición del evento especificada.
6. De forma opcional, en Description (Descripción), introduzca texto que describa el objetivo de la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
 7. Cuando termine, elija Save (Guardar).

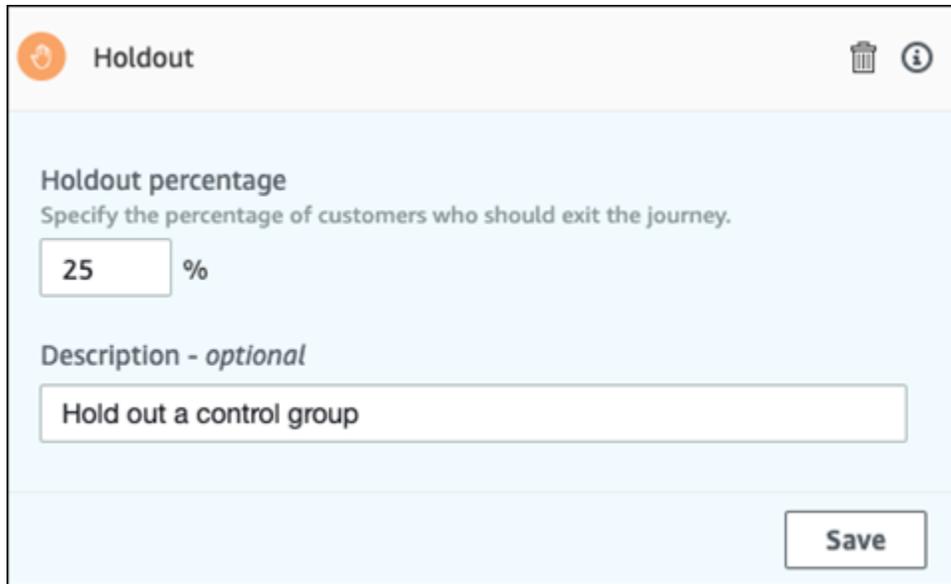
Configurar una actividad de retención

Cuando los participantes del recorrido llegan en una actividad de Holdout (Retención) el recorrido finaliza para una selección aleatoria de participantes. Puede especificar el porcentaje de participantes totales del recorrido que se deben retener. Las actividades de retención pueden ayudarle a medir el impacto de un recorrido creando un grupo de control que no reciba sus mensajes. Cuando un recorrido termina de ejecutarse, puede comparar los comportamientos de los usuarios que participaron en el recorrido con los del grupo de control.

Note

Amazon Pinpoint utiliza un algoritmo basado en probabilidades para determinar qué participantes del recorrido se deben retener. El porcentaje de participantes del recorrido que se retienen será muy cercano al porcentaje que usted especifique, pero puede que no sea exactamente igual.

Para configurar una actividad de retención



The screenshot shows the configuration interface for a 'Holdout' activity. At the top left, there is a circular icon with a refresh symbol and the text 'Holdout'. To the right are icons for deleting and getting help. Below this is a section titled 'Holdout percentage' with the instruction 'Specify the percentage of customers who should exit the journey.' A text input field contains '25' followed by a '%' symbol. Below that is a section titled 'Description - optional' with a text input field containing 'Hold out a control group'. At the bottom right is a 'Save' button.

1. Elija Add activity (Añadir actividad).
2. Para Agregar una actividad, elija Retención.
3. En Holdout percentage (Porcentaje de retención), introduzca el porcentaje de participantes del recorrido a los que se debe impedir que avancen a la siguiente actividad de recorrido.
4. De forma opcional, en Description (Descripción), introduzca texto que describa el objetivo de la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
5. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Configurar una actividad de división aleatoria

Cuando los participantes del recorrido llegan en una actividad de Random split (División aleatoria) se les envía al azar por una de hasta un máximo de cinco rutas. Puede crear de dos a cinco rutas separadas para este tipo de actividad. Este tipo de actividad es útil cuando se desea medir la efectividad de diferentes variantes de mensajes.

Note

Amazon Pinpoint utiliza un algoritmo basado en probabilidades para determinar qué participantes del recorrido se deben enviar por cada ruta de una actividad de división aleatoria. El porcentaje de participantes del recorrido que se envían por cada ruta será muy cercano a los porcentajes que especifique, pero puede que no sean exactamente iguales.

Para configurar una actividad de división aleatoria

The screenshot shows the configuration interface for a 'Random split' activity. At the top, there is a title 'Random split' with a trash icon and an information icon. Below this, there are four branches listed: Branch A (orange dot), Branch B (blue dot), Branch C (green dot), and Branch D (yellow dot). Each branch has a text input field containing the number '25', followed by a '%' symbol and a close icon (X). Below the branches, there is a link '+ Add another branch' and a 'Total: 100%' indicator. Underneath, there is a section for 'Description - optional' with a text input field containing the text 'Split participants into 4 groups to compare message effectiveness'. At the bottom right, there is a 'Save' button.

1. Elija Add activity (Añadir actividad).
2. Para Agregar una actividad, elija División aleatoria.
3. Determine cuántas rutas diferentes (ramificaciones) desea crear. Elija Add another branch (Agregar otra ramificación) para crear cada ruta adicional.
4. En el campo de texto situado junto a cada ramificación, introduzca el porcentaje de participantes del recorrido que se deben enviar por esa ramificación. Los valores que especifique deben ser números positivos y no pueden contener decimales. La suma de los valores que introduzca en todas las ramas tiene que ser exactamente igual al 100 %.
5. De forma opcional, en Description (Descripción), introduzca texto que describa el objetivo de la actividad. Al guardar la actividad, aparece este texto como su etiqueta.
6. Cuando termine, elija Save (Guardar).

Siguiente: [Revisar y probar un recorrido](#)

Revisar y probar un recorrido

Antes de poder publicar su recorrido, debe revisarlo para asegurarse de que todas las actividades que contiene están configuradas correctamente. También es una buena idea inscribir a usuarios de prueba en una copia del recorrido antes de publicarlo a fin de confirmar que se comporta de la manera que espera que se comporte. Esta sección contiene información y procedimientos relacionados con la revisión y prueba de su recorrido.

Revisión de un recorrido

La función de revisión proporciona información acerca de los errores de configuración en su recorrido y también proporciona algunas recomendaciones.

Para revisar un recorrido

1. En la esquina superior derecha del área de trabajo del recorrido, elija Review (Revisar). El panel Review your journey (Revisar su recorrido) aparece en el área de trabajo del recorrido. La siguiente imagen muestra el área de trabajo del recorrido con el panel abierto Review your journey (Revisar su recorrido).

The screenshot displays the Amazon Pinpoint interface for reviewing a journey. At the top, the journey is identified as 'The Incredible Journey' in a 'DRAFT' state. It is set to start 'Immediately after publishing' and end 'after 18 months', with an autosave timestamp of 4 minutes ago at 6:21 PM. The interface shows a flowchart with a 'Branch A' and an 'Else' path. A 'Review your journey' panel is open on the left, listing two errors: 'Multivariate split error' (one or more branches contains validation errors) and 'Email activity error' (the email template wasn't specified). A 'Next' button is at the bottom of this panel. In the center, the 'Send email Info' activity configuration panel is open, showing options to 'Choose an email template', 'Send a test message', and 'Preview message'. It includes a required field for 'Sender email address' (set to 'sender@example.com'), a 'Friendly sender name' (set to 'ExampleCorp'), and a 'Description' (set to 'Introduction email for ExampleCorp, special offers'). A 'Save' button is at the bottom right of this panel. The interface also features a 'Review' button in the top right and a 'How do you like journeys?' feedback prompt at the bottom right.

2. Revise los mensajes de error que se muestran en la primera página del panel Review your journey (Revisar su recorrido) . No puede publicar su recorrido hasta que resuelva todos los problemas que se muestran en esta página. Si no hay problemas con el recorrido, verá un mensaje que indica que el recorrido no contiene ningún error. Cuando esté listo para continuar, elija Next (Siguiente).

 Tip

Elija un error para ir directamente a la actividad al que se aplica.

3. La segunda página del panel Review your journey (Revisar su recorrido) contiene recomendaciones y prácticas recomendadas que son relevantes para su recorrido. Puede continuar sin resolver los problemas que se muestran en esta página. Cuando esté listo para continuar, elija Mark as reviewed (Marcar como revisado).
4. En la tercera página del panel Review your journey (Revisar su recorrido) puede publicar el recorrido. Si está listo para que los clientes accedan al recorrido, elija Publish (Publicar). Sin embargo, si desea probar primero el recorrido, cierre el panel Review your journey (Revisar su recorrido) y, a continuación, complete los pasos en [Prueba de un recorrido](#).

Prueba de un recorrido

Uno de los pasos más importantes en la creación de un recorrido es probarlo para asegurarse de que se comporta según lo previsto. Los recorridos también incluyen una función de prueba, que permite el envío de un grupo de participantes de prueba a través del recorrido. Incluye características que le permiten reducir o eliminar la cantidad de tiempo que los participantes dedican a actividades de espera o división multivariante de modo que puede probar cada recorrido de forma exhaustiva y rápida.

Para probar un recorrido

1. Cree un nuevo segmento que solo contenga a los participantes de prueba que desea que participen en el recorrido de prueba. O bien, si ya tiene un segmento de participantes de prueba, continúe con el siguiente paso.

Para obtener más información acerca de la creación de segmentos, consulte [Creación de segmentos](#).

 Tip

Una de las formas más fáciles de crear un segmento de prueba es importando una hoja de cálculo. Para obtener más información, consulte [Importación de segmentos](#).

Solo se admiten segmentos dinámicos para recorridos de prueba con condiciones de entrada basadas en eventos.

2. En el menú Actions (Acciones), elija Test (Probar).
3. En Test segment (Segmento de prueba), elija el segmento que contiene a los participantes de prueba.
4. Elija cómo gestionar los retrasos en el recorrido. Puede elegir una de las siguientes opciones:
 - Evitar todas las esperas y los retrasos: elija esta opción para que los participantes de la prueba pasen de una actividad a otra sin retrasos.
 - Tiempo de espera personalizado: elija esta opción para que los participantes de la prueba esperen durante un periodo de tiempo predefinido en cada actividad que incluya un retraso. Esta opción es útil si su recorrido contiene actividades de espera o división sí/no o acciones de división multivariante basadas en interacciones del cliente.
5. Elija Enviar prueba. Amazon Pinpoint crea un nuevo recorrido con Test - agregado al comienzo del nombre del recorrido. Se añaden participantes de prueba al recorrido.
6. Cuando termine la prueba, elija Stop journey (Detener recorrido) para finalizar permanentemente el recorrido de prueba.

 Tip

Durante el proceso de prueba, si descubre que necesita realizar cambios en el recorrido original (es decir, el recorrido en el que se basó el recorrido de prueba), vuelva a la página Journeys (Recorridos). En la lista de recorridos, elija el recorrido original y, a continuación, realice los cambios. Los cambios que realice en el recorrido de prueba no se aplican automáticamente al recorrido en el que se basa la prueba.

Prácticas recomendadas para probar sus recorridos

- Incluya varios participantes de prueba en el segmento que utilice para probar su recorrido.

- Incluya participantes de prueba cuyas direcciones de correo electrónico estén en dominios distintos del suyo.
- Utilice una variedad de clientes de correo electrónico y sistemas operativos para probar los mensajes que se envían desde su recorrido.
- Si su recorrido incluye actividades de división sí/no o división multivariante basadas en interacciones con sus correos electrónicos, pruebe esas interacciones. Por ejemplo, si tiene una actividad de división que comprueba si se ha abierto un correo electrónico, algunos de los participantes de prueba deberían abrir el correo electrónico. A continuación, compruebe el panel Journey metrics (Métricas del recorrido) para asegurarse de que pasó por cada ruta el número correcto de usuarios.
- Si las plantillas de correo electrónico incluyen variables de mensaje que hacen referencia a atributos de punto de enlace, asegúrese de que los participantes de prueba tengan esos mismos atributos. Por ejemplo, si la plantilla de correo electrónico hace referencia a un atributo `User.UserAttributes.FirstName`, los puntos de enlace del segmento de prueba también deben contener ese atributo.

Siguiente: [Publicar un recorrido](#)

Publicar un recorrido

Cuando haya [probado su recorrido](#) y esté listo para que los clientes accedan a él, podrá publicar el recorrido. El proceso de publicación requiere que complete el proceso de revisión una vez más.

Para publicar un recorrido

1. En la esquina superior derecha del área de trabajo del recorrido, elija Review (Revisar). El panel Review your journey (Revisar su recorrido) aparece en el área de trabajo del recorrido.
2. Revise los mensajes de error que se muestran en la primera página del panel Review your journey (Revisar su recorrido) . No puede publicar su recorrido hasta que resuelva todos los problemas que se muestran en esta página. Si no hay problemas con el recorrido, verá un mensaje que indica que el recorrido no contiene ningún error. Cuando esté listo para continuar, elija Next (Siguiente).
3. La segunda página del panel Review your journey (Revisar su recorrido) contiene recomendaciones y prácticas recomendadas que son relevantes para su recorrido. Puede continuar sin resolver los problemas que se muestran en esta página. Cuando esté listo para continuar, elija Mark as reviewed (Marcar como revisado).

4. En la tercera página del panel Review your journey (Revisar su recorrido) elija Publish (Publicar).

Note

Incluso si configura el recorrido para que comience de inmediato, hay un retraso de cinco minutos antes de que los participantes accedan realmente al recorrido. Durante este tiempo, Amazon Pinpoint calcula todos los miembros de segmento y se prepara para comenzar a capturar datos de análisis. Este retraso también le da la última oportunidad de detener el recorrido si es necesario.

5. La revisión y publicación de un recorrido agrega un elemento de recorrido de salida al flujo del recorrido, lo que indica que el recorrido se revisó y publicó correctamente.

Siguiente: [Pausar, reanudar o detener un recorrido](#)

Pausar, reanudar o detener un recorrido

Pausar un recorrido

Después de publicar un recorrido, puede pausarlo. Durante un recorrido pausado, no se envían mensajes ni se generan datos de análisis. Puede pausar un recorrido durante las vacaciones o si necesita volver a evaluar el recorrido en sí para ver si hay cambios. Todos los puntos finales que ingresaron al viaje antes de la pausa completarán el viaje y, a continuación, se pausarán. Los puntos de conexión que esperen para entrar en el recorrido no entran en él durante la pausa. Si un recorrido está en una actividad de espera, el temporizador de la actividad de espera se detiene. Una vez reanudado el recorrido, la actividad de espera continúa desde el punto en el que se detuvo. Un recorrido en pausa no se puede editar.

Para pausar un recorrido

1. [Inicie sesión en la consola de Amazon Pinpoint AWS Management Console y ábrala en https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Para Todos los proyectos, elija un proyecto existente.
3. En el panel de navegación, seleccione Journeys (Recorridos).
4. Elija un recorrido publicado actualmente.
5. En la esquina superior derecha del área de trabajo del recorrido publicado, elija Acciones.

6. Elija Pausar.
7. Cuando se le pida que confirme la pausa del recorrido, elija Pausar.

Un recorrido pausado permanece pausado indefinidamente hasta que lo reanude.

Reanudar un recorrido

Un recorrido pausado solo se puede reanudar una vez transcurridos cinco minutos. Al reanudar un recorrido en pausa, los participantes reanudan el recorrido desde el punto en el que se encontraban cuando se detuvo. Si algún recorrido estaba en una actividad de espera, la cuenta regresiva de la actividad de espera se reanudará desde el punto en el que se detuvo el recorrido.

Para reanudar un recorrido

1. [Inicie sesión en la consola de Amazon Pinpoint AWS Management Console y ábrala en https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Para Todos los proyectos, elija un proyecto existente.
3. En el panel de navegación, seleccione Journeys (Recorridos).
4. Elija un recorrido pausado actualmente.
5. En la esquina superior derecha del área de trabajo del recorrido pausado, elija Acciones.
6. Elija Reanudar.
7. Cuando se le pida que confirme la reanudación del recorrido, elija Reanudar.

Se reanuda el recorrido.

Detención de un recorrido

La detención de un recorrido de forma permanente termina el recorrido y todas las actividades asociadas a él. Se finalizan las actividades que estén actualmente en proceso. Sin embargo, podrá seguir viendo los datos de análisis.

Tip

Si no está seguro de si detener un recorrido, considere la posibilidad de pausarlo en su lugar. Como un recorrido interrumpido se detiene permanentemente, debe volver a crearlo si quiere volver a utilizarlo.

Detención de un recorrido

1. [Inicie sesión en la consola de Amazon Pinpoint AWS Management Console y ábrala en https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Para Todos los proyectos, elija un proyecto existente.
3. En el panel de navegación, seleccione Journeys (Recorridos).
4. Elija un recorrido publicado actualmente.
5. En la esquina superior derecha del área de trabajo del recorrido, elija Acciones.
6. Elija Detener.
7. Cuando se le pida que confirme la detención del recorrido, elija Detener recorrido.

El recorrido se detiene permanentemente.

Siguiente: [Ver métricas de recorrido](#)

Ver métricas de recorrido

Después de publicar un recorrido, el panel Métricas del recorrido aparece en el área de trabajo del recorrido y Amazon Pinpoint comienza a capturar métricas relacionadas con el recorrido.

Temas

- [Métricas de ejecución de nivel de recorrido](#)
- [Métricas de ejecución en el nivel de actividad](#)
- [Métricas de interacción en el nivel de recorrido](#)
- [Métricas de interacción en el nivel de actividad](#)

Métricas de ejecución de nivel de recorrido

Las métricas de ejecución de nivel de recorrido incluyen información sobre los puntos de enlace que entraron (o que se les impidió entrar) en su recorrido. Para ver las métricas de interacción, seleccione Engagement metrics (Métricas de interacción) en el panel Journey metrics (Métricas del recorrido).

Estas métricas se dividen en varias secciones, que se analizan con detalle en las siguientes secciones.

Métricas de entrada

La primera sección de la lista de métricas de ejecución de recorrido muestra cuántos participantes entraron en su recorrido. En la siguiente imagen se muestra un ejemplo de esta sección.



Esta sección contiene la siguiente información:

- Actualmente en recorrido: el número de participantes que avanzan activamente a través de las actividades del recorrido.
- Recorrido completado: el número de participantes que han llegado a una actividad final del recorrido.
- Entradas en el recorrido de vida útil: el número de participantes que han ingresado en el recorrido desde la fecha de inicio del recorrido. Esta sección también contiene un gráfico que compara el porcentaje de participantes que completaron el recorrido (mostrado en azul) frente al porcentaje de participantes que aún están en el recorrido (mostrado en naranja).

Métricas de actualización del recorrido

En esta sección se muestran las métricas de actualización del recorrido. Incluye información sobre el número de segmentos actualizados, cuántas veces se ha actualizado un segmento y si el segmento está configurado para actualizarse o no. En la siguiente imagen se muestra un ejemplo de esta sección.

Journey metrics Info		
Details for		
 Viewing details for Entry		
Total journey entries		3
Next entry group - <i>estimate</i>		N/A
 Does not refresh on segment update		
Number of times entry segment will be refreshed		N/A
Number of times entry segment has been refreshed since start		N/A

Esta sección contiene la siguiente información:

- Total de entradas en el recorrido: el número total de entradas en el recorrido.
- Grupo de entrada siguiente (estimación): el número de puntos de conexión que se agregarán en la próxima actualización. Si no se establece un intervalo de actualización de segmentos, no habrá puntos de conexión que agregar. El valor se muestra como N/A.
- No se actualiza al actualizar el segmento o se actualiza al actualizar: indica si se eligió la opción Actualizar al actualizar el segmento al agregar puntos de conexión para la actividad de entrada en el recorrido.
- Número de veces que se actualizará el segmento de entrada: el número máximo de veces que se actualizará el segmento a lo largo del recorrido.
- Número de veces que se ha actualizado el segmento de entrada desde el inicio: el número actual de veces que se ha actualizado el segmento desde que se inició el recorrido.
- Eliminado debido a una reevaluación: el número de puntos de conexión que se eliminaron del recorrido como resultado del proceso de reevaluación que se lleva a cabo cuando un participante llega a una actividad de Envío a través de un centro de contacto. Para obtener más información, consulte [Configurar una actividad del centro de contacto](#).

Métricas de mensajes no enviados

La siguiente sección de la lista de métricas de ejecución de recorrido incluye información sobre las razones por las que los mensajes no se enviaron a los participantes del recorrido. En la siguiente imagen se muestra un ejemplo de esta sección.

Maximum entries per endpoint	1
Exceeded maximum entries per endpoint	0
Maximum daily messages per endpoint	0
Exceeded max daily messages per endpoint	0
Quiet time	19:30 - 18:30
Not sent during quiet time	0
Endpoints with missing timezone	0
Endpoints with an estimated timezone	2

Esta sección contiene la siguiente información:

- Número máximo de entradas por punto de conexión o se ha superado el número máximo de entradas por punto de conexión: muestra el número máximo de entradas por punto de conexión y el número de participantes a los que se les impidió participar en el recorrido porque habrían superado el número máximo de veces que un único punto de conexión puede participar en el recorrido.
- Número máximo de mensajes diarios por punto de conexión o número máximo de mensajes diarios superados por punto de conexión: muestra el número máximo de mensajes diarios por punto de conexión y el número de mensajes que no se enviaron porque al enviarlos se habría superado el número máximo de mensajes que un solo participante puede recibir durante un periodo de 24 horas.
- Tiempo de inactividad/No se envía durante el tiempo de inactividad: muestra el tiempo de inactividad actual, las horas programadas para el recorrido y el número de mensajes que no se enviaron porque

- Si la opción Reanudar el envío después de tiempos de inactividad no está activada y el envío está bloqueado por encontrarse con el intervalo de tiempo de inactividad
- Si la estimación de la zona horaria está activada y el envío está bloqueado porque el punto de conexión no tiene zona horaria (se debe a que falta un atributo `Demographic.Timezone` y no se estima la zona horaria)

Métricas de ejecución en el nivel de actividad

Las métricas de ejecución de nivel de actividad incluyen información sobre los puntos de enlace que entraron (o que se les impidió entrar) en su actividad. Seleccione una actividad individual para consultar sus métricas de ejecución. Para ver las métricas de interacción, seleccione Engagement metrics (Métricas de interacción) en el panel Journey metrics (Métricas del recorrido).

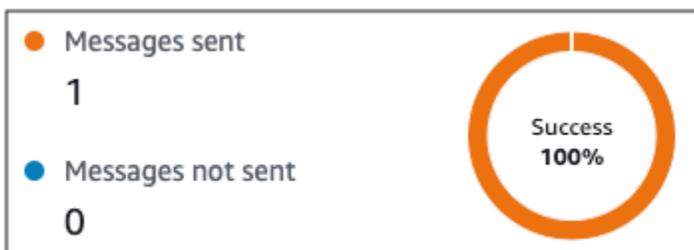
Important

El número de puntos de enlace que se mueven a través de cada actividad del recorrido se indica en la esquina superior derecha de cada modal de actividad.

Estas métricas se dividen en varias secciones, que se analizan con detalle en las siguientes secciones.

Métricas de mensajes enviados

La primera sección de la lista de métricas de ejecución de actividad muestra cuántos puntos de enlace entraron en la actividad. En la siguiente imagen se muestra un ejemplo de esta sección.



Esta sección contiene la siguiente información:

- Mensajes enviados: el número de mensajes enviados.
- Mensajes no enviados: el número de mensajes no enviados.

Métricas de mensajes no enviados

Cada actividad del recorrido incluye una lista de métricas de ejecución que indica información sobre el número de mensajes que no se pudieron entregar debido a problemas del sistema, la configuración de la cuenta de Amazon Pinpoint o las preferencias del usuario final, como una opción de exclusión. En la siguiente imagen se muestra un ejemplo de esta sección.

Not sent during quiet time	0
Exceeded endpoint message limit	0
Throttled	0
Temporary failure	0
Service failure	0
Permanent failure	0
Unknown failure	0
Unsupported channel	0
Custom delivery failure	0

Esta sección contiene la siguiente información:

- No enviados durante el tiempo de inactividad: el número de mensajes que no se enviaron porque se habrían entregado durante el tiempo de inactividad en la zona horaria del destinatario.
- Límite de mensajes de punto de conexión superado: el número de mensajes que no se enviaron porque el envío habría superado el número máximo de mensajes que un solo participante puede recibir durante un periodo de 24 horas.
- Limitación: el número de mensajes que no se enviaron porque el envío habría superado las cuotas de envío de la cuenta de Amazon Pinpoint.
- Error temporal: el número de mensajes que no se enviaron debido a un error temporal.
- Error en el servicio: el número de mensajes que no se enviaron debido a un problema con el servicio de Amazon Pinpoint.
- Error permanente: el número de mensajes que no se enviaron debido a un error permanente.
- Canal no compatible: la cantidad de puntos de conexión que no se enviaron a través de la actividad porque el punto de conexión no coincidía con el tipo de actividad.
- Error desconocido: número de mensajes que no se enviaron por un motivo desconocido.

- Error al realizar entrega personalizada: el número de mensajes que no se enviaron debido a un error de función de Lambda o de webhook.

 Note

Esta métrica solo aparece en las actividades de Enviar a través de un canal personalizado.

- Error de marcado: el número de mensajes que no se pudieron entregar mediante una actividad de Envío a través de un centro de contacto porque un problema impedía marcar el número. Este tipo de error se puede producir si hay problemas de permisos que impidan realizar la llamada, si se han superado las Service Quotas de Amazon Connect o si se produce un problema de servicio transitorio.
- Eliminado debido a una reevaluación: el número de puntos de conexión que se eliminaron del recorrido como resultado del proceso de reevaluación que se lleva a cabo cuando un participante llega a una actividad de Envío a través de un centro de contacto. Para obtener más información, consulte [Configurar una actividad del centro de contacto](#).

 Note

Las métricas de error de marcado y eliminado debido a una reevaluación solo aparecen en las actividades de Enviar a través de un centro de contacto.

- Tiempo de inactividad/No se envía durante el tiempo de inactividad: muestra el tiempo de inactividad actual, las horas programadas para el recorrido y el número de mensajes que no se enviaron porque
 - Si la opción Reanudar el envío después de tiempos de inactividad no está activada y el envío está bloqueado por encontrarse con el intervalo de tiempo de inactividad
 - Si la estimación de la zona horaria está activada y el envío está bloqueado porque el punto de conexión no tiene zona horaria (se debe a que falta un atributo `Demographic.Timezone` y no se estima la zona horaria)

Métricas de interacción en el nivel de recorrido

Las métricas de interacción de nivel de recorrido proporcionan información acerca de cómo interactuaron los participantes del recorrido con los mensajes que se les enviaron desde el recorrido.

Estas métricas se dividen en varias secciones, que se analizan con detalle en las siguientes secciones.

Important

Varias de las métricas de interacción se basan en la información que recibimos de los proveedores de correo electrónico de los destinatarios o de los operadores de telefonía móvil o de los servicios de notificación push, como el servicio Apple Push Notification o Firebase Cloud Messaging. Después de recibir estos datos de dichas fuentes, hay una demora de hasta dos horas mientras procesamos las métricas entrantes.

Número de actividades de mensajes

Las métricas de interacción de cada recorrido proporcionan el número de actividades de mensajes en ese recorrido.

Si hay varios tipos de actividad en el recorrido, las métricas de contratación se desglosan por tipo, como se muestra en la imagen siguiente.

	Total messages sent 3 message activities	0
	Total customs sent 1 custom message activities	0
	Total emails sent 2 email message activities	0

Métricas de interacción en el nivel de actividad

Las métricas de interacción en el nivel de actividad incluyen información acerca de cómo interactuaron los participantes del recorrido con los mensajes que se les enviaron desde el recorrido.

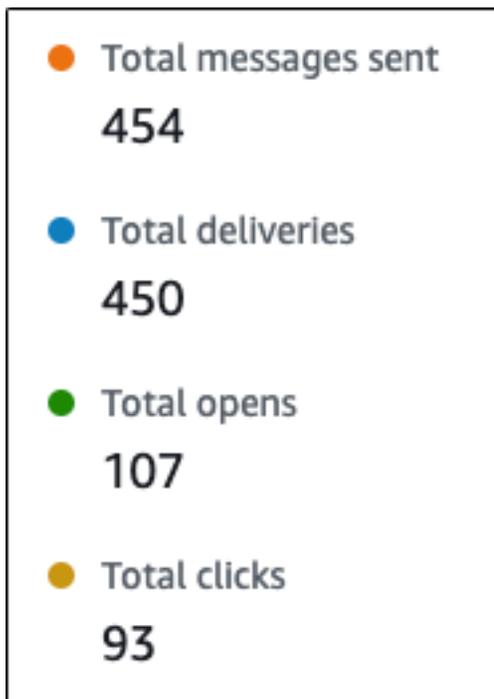
Estas métricas se dividen en varias secciones, que se analizan con detalle en las siguientes secciones.

Actividad de correo electrónico

Las actividades de correo electrónico proporcionan las siguientes métricas de interacción.

Métricas de respuesta

Estas métricas proporcionan información sobre las interacciones de los participantes con los mensajes enviados desde la actividad de mensajes de correo electrónico.



Esta sección contiene la siguiente información:

- **Total de mensajes enviados:** el número de correos electrónicos enviados desde esta actividad, independientemente de si los mensajes se entregaron correctamente o no en las bandejas de entrada de los destinatarios.
- **Entregas totales:** la cantidad de mensajes que se entregaron a los proveedores de correo electrónico de los destinatarios.
- **Aperturas totales:** el número de mensajes que abrieron los destinatarios.

Note

Para que Amazon Pinpoint cuente un evento de correo electrónico abierto, el destinatario tiene que cargar las imágenes en los mensajes. Algunos clientes de correo electrónico, como algunas versiones de Microsoft Outlook, impiden que las imágenes se carguen de forma predeterminada.

Si un mensaje se abre una o varias veces en la misma hora, se contará como un mensaje abierto. Las múltiples aperturas que se realizan a distintas horas se contarán como aperturas independientes. Por ejemplo, un mensaje se abre a las 8:30 y a las 8:45, contará como una apertura, pero si se abre el enlace a las 8:30 y a las 9:05, contará como dos aperturas porque la hora ha cambiado. Por esta razón, es posible (pero poco probable) que el número de correos abiertos supere el número de envíos o entregas.

- **Clics totales:** el número de veces que los destinatarios hicieron clic en los enlaces de los mensajes.

Note

Si el destinatario de un mensaje hace clic en varios enlaces de un mensaje o hace clic en el mismo enlace más de una vez, esos clics se contarán como un clic si se producen en la misma hora. Varios clics que se realicen a distintas horas se contarán como clics independientes. Por ejemplo, si se hace clic en un enlace a las 8:30 y a las 8:45, contará como un clic, pero si se hace clic en el enlace a las 8:30 y a las 9:05, contará como dos clics porque la hora ha cambiado. Por este motivo, es posible que el número de clics supere el número de correos abiertos o entregas.

Métricas de interacción de mensajes

La sección final de la lista de métricas de interacción proporciona métricas adicionales de respuesta por correo electrónico. En la siguiente imagen se muestra un ejemplo de esta sección.

Emails soft bounced	6
Emails hard bounced	2
Emails unsubscribed	3
Emails complained	1
Emails rejected	0

Esta sección contiene la siguiente información:

- **Devolución temporal de correos electrónicos:** el número de mensajes que resultaron en una devolución temporal. Se produce un rebote temporal cuando un mensaje no se puede entregar debido a un problema temporal (por ejemplo, cuando la bandeja de entrada del destinatario está llena).

 **Note**

Amazon Pinpoint intenta volver a entregar mensajes que resultan en una devolución temporal durante un periodo de tiempo determinado. Si el mensaje se entrega durante uno de estos intentos de reenvío, el mensaje se cuenta en la métrica Total deliveries (Total de entregas) y se elimina de la métrica Email soft bounces (Correos electrónicos con rebote temporal).

- **Devolución permanente de correos electrónicos:** el número de mensajes que resultaron en una devolución permanente. Se produce un rebote permanente cuando un mensaje no se puede entregar debido a un problema permanente (por ejemplo, cuando la dirección de correo electrónico de destino ya no existe).

Note

Los rebotes temporales que no se pueden entregar después de cierto período de tiempo se convierten en rebotes permanentes. Por esta razón, es posible que vea disminuir el número de rebotes temporales y aumentar el número de rebotes permanentes.

- Correos electrónicos cancelados: el número de mensajes que solicitaron al destinatario que cancelara la suscripción.

Note

Para que Amazon Pinpoint cuente un evento de cancelación de suscripción, el enlace de cancelación de suscripción del correo electrónico debe contener una etiqueta de enlace especial (una etiqueta llamada `unsubscribeLinkTag`, como en el ejemplo siguiente: `<a ses:tags="unsubscribeLinkTag:click;" href="http://www.example.com/unsubscribe">`). Solo los enlaces que contienen esta etiqueta se cuentan como cancelaciones de suscripción.

- Correos electrónicos reclamados: el número de mensajes que el destinatario calificó de correo no solicitado.

Note

Esta métrica se basa en los datos del informe de quejas que recibimos de los proveedores de correo electrónico de los destinatarios. Algunos proveedores de correo electrónico nos envían los datos de queja inmediatamente, mientras que otros envían un resumen semanal o mensual.

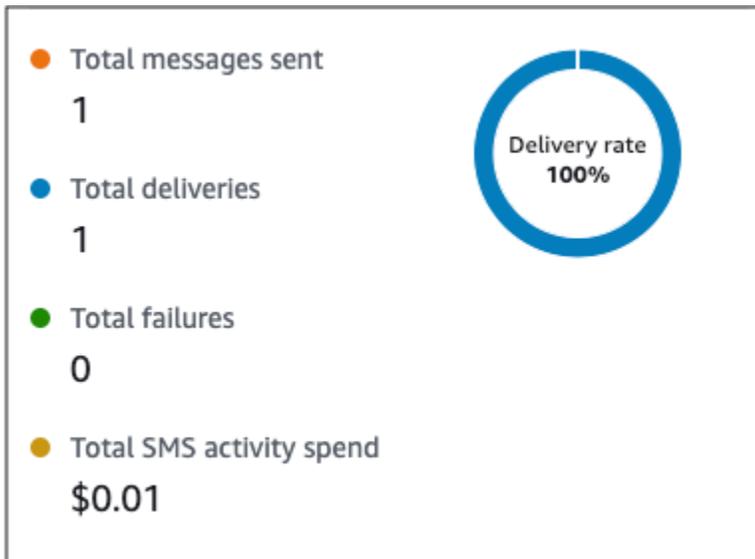
- Correos electrónicos rechazados: el número de mensajes que no se enviaron porque se rechazaron. Se rechaza un mensaje si Amazon Pinpoint determina que el mensaje contiene malware. Amazon Pinpoint no intenta enviar mensajes rechazados.

Actividad de mensajes SMS

Las actividades de mensajes SMS proporcionan las siguientes métricas de interacción.

Métricas de entrega

Estas métricas proporcionan información sobre las interacciones de los participantes con los mensajes enviados desde la actividad de mensajes SMS.



Esta sección contiene la siguiente información:

- **Total de mensajes enviados:** el número de mensajes SMS enviados desde esta actividad, independientemente de si los mensajes se entregaron correctamente o no en las bandejas de entrada de los destinatarios.
- **Entregas totales:** el número de mensajes SMS entregados por el proveedor a los dispositivos de los destinatarios.
- **Errores totales:** el número de mensajes SMS que no se pudieron entregar a los destinatarios.
- **Gasto total de actividades de SMS:** la cantidad estimada de dinero que ha gastado en enviar mensajes SMS a través de esta actividad.

Actividad de notificación push

Las actividades de notificación push proporcionan las siguientes métricas de interacción.

Métricas de respuesta

Estas métricas proporcionan información sobre las interacciones de los participantes con los mensajes enviados desde la actividad de notificación push.

● Total messages sent	0
● Total deliveries	0
● Total opens	0

Esta sección contiene la siguiente información:

- **Total de mensajes enviados:** el número de notificaciones de inserción enviadas desde esta actividad, independientemente de si los mensajes se entregaron correctamente o no a los dispositivos del destinatario.
- **Entregas totales:** el número de notificaciones de inserción enviadas desde el servicio de notificaciones de inserción a los dispositivos de los destinatarios. Esta métrica solo refleja las entregas que se realizan cuando una aplicación se ejecuta en primer plano o en segundo plano del dispositivo de un destinatario. Debido a las discrepancias en la forma en que los sistemas operativos móviles priorizan las notificaciones en segundo plano, no se garantiza la entrega de notificaciones push.
- **Total de aperturas:** el número de notificaciones de inserción que abrieron los destinatarios.

Métricas de tiempo de vida

Las métricas de interacción de notificación push también proporcionan el valor de tiempo de vida (TTL) para la actividad de notificación push. El TTL es la cantidad de tiempo, en segundos, durante la cual Amazon Pinpoint puede entregar el mensaje. Transcurrido este tiempo, Amazon Pinpoint descarta el mensaje y no intenta volver a enviarlo.

Time to live	-
--------------	---

Cuando se utiliza el valor TTL predeterminado, la métrica muestra un «-». Para valores TTL personalizados, la métrica muestra el número exacto y la unidad de tiempo que eligió.

Actividad de canal personalizada

Las actividades de canal personalizadas proporcionan las siguientes métricas de interacción.

Métricas de éxito de llamada

Estas métricas proporcionan información sobre las interacciones de los participantes con los mensajes enviados desde la actividad personalizada del canal.



Esta sección contiene la siguiente información:

- La llamada a la función o webhook se realizó correctamente: el número de veces que se ha invocado correctamente una función de Lambda o un webhook como resultado de esta actividad.

Note

Esto no indica que el mensaje se entregó al destino, solo indica que se llamó a la función Lambda o webhook.

- Llamada a la función o al webhook errónea: el número de veces que no se ha invocado correctamente una función de Lambda o un webhook como resultado de esta actividad.

Actividad del centro de contacto

Puede usar las métricas de actividad del centro de contacto para analizar las interacciones de los participantes con las llamadas.

Métricas del centro de contacto

Las siguientes métricas de llamada están disponibles:

- Total de llamadas realizadas correctamente: el número total de llamadas que se han marcado correctamente.
- Conectado: el número de llamadas que se conectaron a un agente. Si la detección de contestador automático está habilitada, las llamadas recibidas por los contestadores automáticos no se incluirán en la métrica Conectado; en caso contrario, si la detección de contestador automático

está deshabilitada, se incluirán. Para obtener más información sobre la detección de contestadores automáticos, consulte [AnswerMachineDetectionConfig](#) la referencia de la API de campañas salientes de Amazon Connect.

- Tono SIT: el número de llamadas que recibieron un tono ocupado.
- Fax: el número de llamadas que recibieron un tono de fax.
- Pitido del correo de voz: el número de llamadas que llegaron al correo de voz con un pitido.
- Sin pitido del correo de voz: el número de llamadas que llegaron al correo de voz sin un pitido.
- No respondidas: el número de llamadas que recibieron una respuesta, pero la llamada siguió sonando sin llegar al correo de voz.
- Error de conexión: el número de llamadas que recibieron una respuesta, pero la llamada no pudo llegar al correo de voz.
- Velocidad de conexión: la velocidad de las llamadas que se conectaron correctamente a un agente en comparación con todas las llamadas realizadas correctamente.
- Total de llamadas erróneas: el número de llamadas erróneas debido a problemas con el sistema, con las telecomunicaciones o errores con los permisos.
- Total de llamadas caducadas: el número de llamadas que han caducado porque se ha producido un error en el marcador o porque no había agentes disponibles.

Métricas de actividad

Además de ver las métricas de tipos de actividad específicos del canal (correo electrónico, SMS, push y canales personalizados), también puede ver métricas de otros tipos de actividad, que incluyen lo siguiente: actividades de Espera, actividades de División sí/no, actividades de División multivariante y actividades de División aleatoria.

Métricas de actividad de espera

Las métricas de recorrido de las actividades de espera incluyen la siguiente información:

- Espera completada: el número de participantes en el recorrido que completaron la actividad.
- Fecha de espera superada: el número de participantes del recorrido que llegaron a la actividad y pasaron inmediatamente a la siguiente actividad porque la fecha de espera ya había pasado.
- En espera actualmente: el número de participantes que están esperando actualmente (en la actividad).

Métricas de actividad de división sí/no

Las métricas de recorrido de las actividades de división sí/no incluyen la siguiente información:

- Total de participantes: el número de participantes en el recorrido que han realizado la actividad.
- Detalles de la ruta: el número de participantes en el recorrido a los que se envió por cada ruta de la actividad.

Métricas de actividad de división multivariante

Las métricas de recorrido para las actividades de división multivariante incluyen la información siguiente:

- Total de participantes: el número de participantes en el recorrido que han realizado una actividad.
- Detalles de la ruta: el número de participantes en el recorrido a los que se envió por cada ruta de la actividad.

Métricas de actividad de retención

Las métricas de recorrido de las actividades de retención incluyen la siguiente información:

- Total ingresado: el número de participantes en el recorrido que han realizado una actividad.
- Participantes retenidos: el número de participantes que abandonaron el recorrido porque la actividad los retrasó.

Métricas de actividad de división aleatoria

Las métricas de recorrido de las actividades de división aleatoria incluyen la siguiente información:

- Total de participantes: el número de participantes en el recorrido que han realizado la actividad.
- Detalles de la ruta: el número de participantes en el recorrido a los que se envió por cada ruta de la actividad.

Consejos y prácticas recomendadas para los recorridos

Aunque los recorridos se han diseñado para ser flexibles y totalmente personalizables, existen algunas estrategias y prácticas fundamentales que pueden ayudarle a planificar, diseñar y

administrar cualquier recorrido. Considere los siguientes consejos y prácticas recomendadas para diseñar y administrar un recorrido de éxito.

Temas

- [Ámbito y configuración](#)
- [Segmentos](#)
- [Actividades](#)
- [Mensajes de correo electrónico](#)
- [Revisión y pruebas](#)
- [Análisis](#)
- [Administración del ciclo de vida](#)

Ámbito y configuración

Dado que un recorrido puede realizar una variedad de tareas diferentes y relacionadas entre sí, se recomienda crear un escenario bien definido para un recorrido. Además, debe elegir una configuración del recorrido compatible con su escenario y sus objetivos. Al utilizar la configuración del recorrido, puede establecer restricciones que determinen el tiempo, el volumen y la frecuencia con los que un recorrido puede interactuar con los participantes.

Al definir un recorrido, considere limitar su ámbito a un aspecto pequeño de una experiencia más amplia del cliente. Aunque Amazon Pinpoint admite recorridos a gran escala con flujos de trabajo extensos, tendrá más oportunidades de monitorear, refinar y administrar la experiencia de un cliente si diseña un recorrido para que forme parte de una secuencia de recorridos relacionados.

Por ejemplo, puede diseñar un recorrido que se centre en dar la bienvenida a los clientes nuevos y proporcionarles los primeros pasos recomendados durante sus primeros siete días como cliente. En función de las acciones de cada cliente durante el primer recorrido, puede agregarlos a un recorrido posterior adaptado al nivel inicial de interacción de cada cliente. Un recorrido posterior podría proporcionar los siguientes pasos a los clientes que hayan interactuado mucho durante el primer recorrido. Otro recorrido posterior podría promocionar diferentes productos o servicios a los clientes que hayan interactuado menos en el primer recorrido. Al crear una secuencia de recorridos de menor alcance, puede refinar y administrar continuamente la experiencia del cliente durante todo el ciclo de vida del cliente.

Después de definir un escenario, deberá elegir la configuración del recorrido que admita sus objetivos para dicho escenario. Estos ajustes definen el tiempo, el volumen y la frecuencia con la que

cualquier parte de un recorrido puede involucrar a los participantes. Para elegir la configuración en cuestión, debe crear o abrir el recorrido. A continuación, elija Settings (Configuración) en el menú Actions (Acciones) y expanda la sección Advanced settings (Configuración avanzada).

Algunos objetivos clave y ajustes relacionados son:

Almacenar y utilizar las zonas horarias locales de los participantes

Para optimizar la interacción de los participantes en un recorrido que tiene una hora de inicio y de fin programada, deberá configurar el recorrido de tal manera que use la zona horaria local de cada participante. Esto permite garantizar que las actividades del recorrido se realicen cuando sea más probable que un participante participe en dichas actividades.

Sin embargo, debe tener en cuenta que la utilidad de esta configuración depende de si almacena valores de zona horaria local en las definiciones de punto de enlace para los participantes. Si utiliza esta configuración y la definición del punto de conexión de un participante no especifica una zona horaria, Amazon Pinpoint no incluirá al participante en el recorrido. Para evitar este problema, utilice el atributo `Demographic.Timezone` para almacenar la información de la zona horaria de los participantes. Este es un atributo estándar que proporciona Amazon Pinpoint.

Abordar conflictos de tiempo de inactividad

Si configura una actividad para que envíe mensajes a una hora en que entra en conflicto con la configuración de tiempo de inactividad del recorrido, Amazon Pinpoint no enviará los mensajes. Una vez que termine el tiempo de silencio, se envían nuevos mensajes. Si elige reanudar el envío de mensajes una vez finalizado el tiempo de silencio, también se enviarán los mensajes retenidos durante el tiempo de silencio. Si no es así, esos mensajes retenidos se omiten.

Estimación de zona horaria

La estimación de la zona horaria ayuda a estimar una zona horaria de punto conexión en `Endpoint.Location.Country` y en función de los métodos de estimación seleccionados, `Endpoint.Address`, `Endpoint.Location.PostalCode` o ambos. La zona horaria de los puntos de conexión se utiliza para evitar el envío de mensajes en momentos inadecuados del día cuando se ha configurado un tiempo de inactividad y también cuando un recorrido envía mensajes en función de la zona horaria local. La estimación de la zona horaria solo se realiza en los puntos de conexión que no tienen un valor para el atributo `Demographic.Timezone`.

 Note

La estimación de la zona horaria no se admite en AWS GovCloud (EE. UU., oeste)

Si un recorrido contiene un punto de conexión con varias zonas horarias:

- El recorrido comenzará a enviar mensajes según la última zona horaria de un punto de conexión, cuando la zona horaria local del destinatario esté habilitada
- El recorrido parará de enviar mensajes cuando todos los mensajes se hayan enviado o de acuerdo con la zona horaria más temprana de un punto de conexión, cuando la zona horaria local del destinatario esté habilitada
- El recorrido no envía mensajes al punto de conexión cuando se encuentra en un momento de inactividad de cualquier zona horaria, cuando el tiempo de inactividad está habilitado

El recorrido solo enviará mensajes cuando todos los puntos de conexión del recorrido puedan recibir mensajes en función de todas las reglas de envío del recorrido configuradas.

Viajar con puntos de conexión en varias zonas horarias y tiempo de inactividad

Por ejemplo, si configura el tiempo de inactividad del recorrido entre las 20:00 y las 08:00 y hay puntos de conexión en UTC-8 America/Los_Angeles y UTC-5 America/New_York, el recorrido empieza a enviar mensajes a las 08:00 America/Los_Angeles (11:00 America/New_York) y dejará de enviarlos a las 17:00 America/Los_Angeles (20:00 America/New_York).

Limitar el número de mensajes que pueden recibir los participantes

Para garantizar que los participantes no reciban demasiados mensajes del recorrido o del proyecto, limite el número de mensajes que se puede enviar a un participante durante un período de 24 horas. Esto puede ser especialmente útil si un recorrido utiliza un segmento que también utilizan las campañas u otros recorridos. También puede crear y utilizar un segmento que esté diseñado explícitamente para que se utilice solo en un recorrido específico.

Optimizar el número de mensajes que se puede enviar

Si un recorrido tiene un gran número de participantes y envía un elevado número de mensajes, tenga en cuenta la cantidad de tiempo que Amazon Pinpoint necesita para procesar y enviar todos esos mensajes.

Por ejemplo, piense en una situación en la que tiene una actividad de recorrido que envía mensajes a 1 000 000 de participantes y que la velocidad máxima de envío de la cuenta de Amazon Pinpoint es de 200 mensajes por segundo. Algunos participantes no recibirán el mensaje hasta aproximadamente unos 80 minutos después de que comience la actividad. Esto es especialmente relevante si un recorrido incluye actividades de espera que van después de las actividades de correo electrónico. Si Amazon Pinpoint no ha terminado de enviar todos los mensajes cuando finalice la actividad de espera, es posible que los participantes pasen a la actividad que sigue a la actividad de espera antes de que hayan recibido el mensaje.

Para mitigar este riesgo, considere aumentar el número máximo de mensajes que un recorrido puede enviar por segundo y, si es necesario, aumentarlo a la velocidad máxima de envío de la cuenta. Considere también [aumentar las cuotas de envío de la cuenta](#).

Limitar el número de veces que los participantes pueden entrar en un recorrido

Dependiendo de la naturaleza y del diseño de un recorrido, limite el número de veces que un solo participante puede entrar en el mismo recorrido. Si no establece este límite, un participante podría entrar en un recorrido, completar varias actividades del recorrido, llegar a una actividad final y, a continuación, comenzar el recorrido de nuevo. Seguramente prefiera que cada participante comience y complete un recorrido una sola vez.

Tenga en cuenta que Amazon Pinpoint no permite que un participante ingrese en un recorrido si ya es un participante activo en el recorrido. Por ejemplo, Amazon Pinpoint no agrega ningún participante como nuevo si el participante inicia un recorrido y, posteriormente, usted actualiza la definición de punto de conexión del participante de tal manera que afecte a la inclusión del participante en un segmento (en base a los criterios del segmento) o en el recorrido (en base a las condiciones de la actividad).

Maximizar las oportunidades para que los participantes inicien un recorrido

La actividad de entrada en el recorrido, que es la primera actividad de un recorrido, determina la frecuencia con la que se agregan participantes nuevos al recorrido. Debido a que los clientes nuevos o existentes pueden convertirse en participantes en cualquier momento, se recomienda configurar con frecuencia la actividad de entrada para agregar nuevos miembros al segmento. También puede configurar el segmento para agregar participantes nuevos automáticamente en función de los atributos o de los eventos específicos del usuario. Para ver un ejemplo de cómo configurar un segmento de estas maneras, consulte [Cómo crear su primer viaje en Amazon Pinpoint](#) en el blog de AWS mensajería y segmentación.

Segmentos

Los segmentos son clave, pues determinan quién puede participar en un recorrido general y las actividades específicas del recorrido. Al crear segmentos para un recorrido, tenga en cuenta las siguientes prácticas recomendadas:

Crear un segmento de prueba dedicado

Si un grupo de personas suele realizar las pruebas de los recorridos y los mensajes, cree un segmento que contenga solo los puntos de enlace de dichas personas. A continuación, puede utilizar ese segmento como marco de pruebas coherente, especialmente si utiliza la característica de pruebas de recorrido que proporciona Amazon Pinpoint. Para obtener más consejos acerca de cómo crear este segmento, consulte [Revisar y probar un recorrido](#).

Utilizar varios segmentos

Aunque solo puede elegir un segmento para la actividad de entrada en el recorrido, ese segmento puede incluir varios segmentos más pequeños. Más adelante en el recorrido, podrá utilizar una actividad de división multivariante para dividir a los participantes en grupos distintos en función de su pertenencia al segmento. Este enfoque puede ayudarle a proporcionar una experiencia más personalizada a cada participante. También puede ayudar a reducir los tiempos de procesamiento de las actividades de correo electrónico, ya que esas actividades enviarán mensajes a un público más pequeño y más específico.

También se recomienda segmentar a los participantes en función de las acciones que hacen o no de forma explícita. Para ello, puede utilizar actividades de división. Por ejemplo, puede utilizar una actividad de división sí/no para enviar a los participantes por una ruta Sí si hacen clic en un vínculo de un mensaje y por una ruta No si no lo hacen. La ausencia de una acción puede ser una oportunidad para volver a involucrar a un participante en una actividad de seguimiento.

No eliminar segmentos ni puntos de enlace

Le animamos a conservar los segmentos que formen parte de un recorrido activo. Si elimina un segmento que utiliza un recorrido activo, el recorrido podría fallar e interrumpirse. Si el recorrido continúa ejecutándose, podría eliminarse de forma permanente del recorrido cualquier participante que forme parte del segmento. Además, se informará a dichos participantes que han sido “descartados” en los datos de análisis de la última actividad de la que formaron parte. Esto compromete la utilidad de los datos de análisis, ya que no podrá distinguir entre los participantes que abandonaron un recorrido de forma independiente y los participantes que eliminó.

Aprovechar los atributos personalizados

Para identificar y agregar participantes de un recorrido a los segmentos de forma más sencilla, considere agregar un atributo personalizado específico del recorrido a los puntos de enlace cuando la aplicación cree o actualice puntos de enlace. A continuación, puede utilizar este atributo para identificar a un usuario o un punto de enlace como alguien que debería participar en un recorrido.

Actividades

Las actividades son los componentes de cualquier recorrido. Por lo tanto, cuando elija el tipo y la configuración de cada actividad, así como las relaciones entre las actividades, tenga en cuenta las siguientes pautas:

Optimizar la actividad de entrada

La actividad de entrada, que es la primera actividad de un recorrido, determina la frecuencia con la que se agregan participantes nuevos al recorrido. Puede agregar participantes en función de una actividad (por ejemplo, agregar usuarios que descarguen música específica) o agregar participantes de segmentos existentes. Debido a que los clientes nuevos o existentes pueden convertirse en participantes en cualquier momento, se recomienda configurar la actividad de entrada para que actualice (agregue participantes en) el segmento asociado con frecuencia. Al hacerlo, maximiza las oportunidades de que los participantes inicien un recorrido.

Prepararse para los cambios en los datos de los segmentos y los participantes

La evaluación de las condiciones del segmento de una actividad se basa en los datos más recientes de cada participante (punto de enlace) en el segmento. Dichos datos pueden cambiar con el tiempo. Por ejemplo, la comida favorita de un participante podría ser la pizza cuando comienzan una actividad. Pero, más adelante, podría cambiar su preferencia por las salchichas. Si sucede esto, las actividades posteriores evaluarán al participante en función de la preferencia del participante por las salchichas, no por la pizza. Una forma de prepararse para este tipo de cambios es usar actividades de división que predicen los cambios y envían a los participantes por la ruta apropiada.

Si un punto de conexión está ACTIVE, Amazon Pinpoint enviará mensajes a través de campañas y recorridos. Si un punto de conexión ACTIVE entra en un viaje y pasa a estar INACTIVE antes de completarlo, Amazon Pinpoint seguirá enviando mensajes al punto de conexión.

Aprovechar la ruta Else

Una actividad de división multivariante puede contener hasta cuatro rutas (cada una con sus propios criterios), además de una ruta Else. La ruta Else es para los participantes que no cumplen ninguno de los criterios de las otras rutas. Por lo tanto, es una oportunidad excelente para abordar casos inesperados o poco frecuentes que podría no haber considerado al diseñar el recorrido.

Considerar retrasos en la recepción de datos de eventos

Algunos datos de eventos, como la apertura del correo electrónico, se basan en la información que recibimos de los proveedores de correo electrónico de los participantes. Algunos proveedores nos envían esta información inmediatamente, mientras que otros la envían con menos frecuencia. Esos retrasos pueden afectar a las experiencias de los participantes. Cuando Amazon Pinpoint evalúa eventos como una condición de una actividad, desplaza a un participante a una ruta No si no tiene ningún dato de evento para un participante. Para mitigar este riesgo, agregue tiempo de búfer a la programación de la evaluación de las actividades que siguen inmediatamente a las actividades de correo electrónico.

Evitar actividades consecutivas de correo electrónico

Le recomendamos que inserte una espera u otro tipo de actividad entre dos o más actividades de correo electrónico. Esto puede ayudar a tener en cuenta la cantidad de tiempo que necesita Amazon Pinpoint para procesar y enviar mensajes, así como cualquier retraso en la recepción de los mensajes por parte de los participantes.

Usar intervalos de reingreso

Establezca un intervalo de reingreso para cuando los puntos de conexión vuelvan a ingresar en los recorridos. Al establecer un intervalo de reingreso, espaciará el tiempo entre el momento en que los usuarios reciben los mensajes, lo que mejora la participación de los usuarios y, además, disminuye la probabilidad de que los mensajes se procesen como correo no deseado.

Mensajes de correo electrónico

Además de los [consejos generales y prácticas recomendadas para enviar correo electrónico](#), considere hacer lo siguiente antes de crear un recorrido:

Crear una dirección “De” dedicada

Considere la posibilidad de utilizar una dirección de correo electrónico o dominio dedicada para todos los mensajes que envíe desde un recorrido. Esto proporciona una experiencia consistente en todos los mensajes que reciben los participantes de un recorrido. También ofrece a cada participante la oportunidad de adaptar la configuración de su aplicación de correo electrónico para asegurarse de que todos los mensajes de un recorrido lleguen a su bandeja de entrada. Además, si se suscribe al [Panel de capacidad de entrega](#), el uso de una dirección o dominio dedicada puede facilitar el acceso a los datos de análisis avanzados de determinados recorridos. Para obtener información sobre cómo configurar una dirección o dominio dedicada para enviar mensajes, consulte [the section called “Verificación de identidades de correo electrónico”](#).

Comprobar que ha configurado correctamente el canal de correo electrónico

Antes de publicar un recorrido, asegúrese de que la cuenta de Amazon Pinpoint tenga [acceso de producción para el correo electrónico](#). Si no lo hace, su cuenta estará en el entorno de pruebas, lo que significa que es posible que los participantes no reciban mensajes del recorrido. (En el entorno de pruebas, solo puede enviar un número limitado de mensajes y solo los puede enviar a determinadas direcciones de correo electrónico). Además, debe asegurarse de que la cuota y la tasa de envío de su cuenta admitan el número de mensajes que tiene previsto enviar desde el recorrido. Para comprobar la cuota y la tasa de envío de la cuenta, puede utilizar la página Configuración de correo electrónico de la consola de Amazon Pinpoint.

Diseñar una colección de plantillas de mensajes relacionados

Durante las primeras etapas del proceso de planificación, se recomienda diseñar y crear una plantilla de mensaje para cada actividad de correo electrónico que tenga previsto incluir en el recorrido. Si lo hace, se asegurará de que todos los mensajes tengan un diseño coherente. Esto también permite que cada mensaje sea específico y esté optimizado para la fase correspondiente del recorrido. Por ejemplo, en un recorrido que da la bienvenida a clientes nuevos, podría tener tres plantillas de correo electrónico. Una plantilla con información introductoria, otra con información intermedia para los usuarios que hayan hecho clic en un enlace del primer mensaje y otra con información introductoria revisada para los usuarios que no hayan hecho clic en ningún enlace del primer mensaje.

Revisión y pruebas

Amazon Pinpoint incluye una característica de revisión que comprueba y le advierte sobre los errores de configuración en un recorrido. También simplifica el proceso de búsqueda y corrección de errores. Para buscar la actividad o la configuración que tiene un error, haga clic en la descripción del error.

Para corregir un error, siga la recomendación proporcionada en el panel Review your journey (Revisar el recorrido). Le recomendamos que utilice esta característica para revisar y corregir errores antes de publicar un recorrido. También le recomendamos que complete este proceso de revisión varias veces antes de publicar un recorrido.

Amazon Pinpoint también incluye una característica de pruebas que optimiza el proceso de realización de pruebas. Después de completar el proceso de revisión de un recorrido, puede utilizar esta característica para enviar un grupo de participantes en la prueba a través del recorrido.

Para asegurarse de que solo los participantes de la prueba entren en el recorrido, en esta característica puede crear y utilizar un segmento de prueba dedicado. Para acelerar las pruebas, puede configurar esta característica para reducir o eliminar los tiempos de espera de y entre las actividades. Recomendamos encarecidamente que utilice esta característica para probar todos los aspectos de un recorrido antes de publicarlo, incluido cada mensaje que envía un recorrido.

Para obtener más información sobre cómo revisar y probar un recorrido, consulte [the section called “Revisar y probar un recorrido”](#).

Análisis

Después de publicar un recorrido, Amazon Pinpoint comienza automáticamente a recopilar y agregar datos de análisis de varios tipos de métricas estándar que se aplican al recorrido general y a las actividades individuales del recorrido. Le recomendamos encarecidamente que revise estas métricas con regularidad.

Entre otras cosas, estas métricas proporcionan información clave sobre problemas que deben abordarse, como errores que se podrían haber producido cuando Amazon Pinpoint intentaba evaluar o realizar una actividad. En general, estas métricas pueden ayudarle a determinar qué funciona o no en un recorrido, lo que puede ayudarle a diseñar recorridos más efectivos en el futuro. Para obtener información detallada sobre las métricas disponibles y cómo verlas, consulte [the section called “Ver métricas de recorrido”](#).

Amazon Pinpoint almacena automáticamente los datos de análisis durante 90 días. Dependiendo de la duración prevista de un recorrido o de las necesidades de almacenamiento y generación de

informes a largo plazo de su organización, es posible que desee almacenar los datos de eventos subyacentes durante más de 90 días. Para ello, le recomendamos que configure Amazon Pinpoint para exportar datos a Amazon Kinesis Data Streams o Amazon Data Firehose. Si exporta datos a Amazon Kinesis, también puede utilizar otros servicios y aplicaciones para realizar análisis o informes más detallados. Para obtener más información, consulte [the section called “Transmisión en streaming de datos de eventos”](#).

Administración del ciclo de vida

A medida que un recorrido avanza por varias fases de desarrollo y ejecución, tenga en cuenta lo siguiente para cada fase del ciclo de vida del recorrido. Recuerde también que puede detener (cancelar) un recorrido en cualquier momento si surge algún problema.

Fase	Descripción
Borrador	<p>El recorrido está en desarrollo y aún no se ha publicado.</p> <p>En esta fase, puede cambiar cualquier aspecto del recorrido, incluidos los segmentos, las actividades y la configuración del recorrido. También puede aprovechar las características de Amazon Pinpoint para revisar y probar el recorrido. Puede repetir los procesos de revisión y prueba tantas veces como desee.</p>
Activo	<p>El recorrido se ha desarrollado, revisado, probado y publicado. Dependiendo de la programación del recorrido, es posible que actualmente se esté ejecutando o esté programado para comenzar a ejecutarse más adelante.</p> <p>En esta fase, no puede agregar, cambiar ni eliminar actividades del recorrido.</p>
Cerrado	<p>El recorrido se ha desarrollado, revisado, probado y publicado. Ha empezado a ejecutarse y no acepta participantes nuevos.</p>

Fase	Descripción
	<p>Dependiendo de la programación y la configuración del recorrido, es posible que también haya superado la hora de fin programada. O bien, es posible que el recorrido haya superado su hora de inicio programada y que tenga una actividad de entrada configurada para no agregar nunca nuevos miembros del segmento.</p> <p>En esta fase, no puede agregar participantes nuevos al recorrido y ningún participante existente puede entrar en el recorrido por primera vez. Sin embargo, los participantes existentes que estén esperando para comenzar una actividad podrán reanudar el recorrido.</p>
Stopped (Detenido)	<p>El recorrido se ha desarrollado, revisado, probado, publicado y, luego, se ha detenido. No puede reiniciar un recorrido después de detenerlo. Necesitará recrear el recorrido de nuevo.</p> <p>Si detiene un recorrido, Amazon Pinpoint seguirá realizando las actividades que están en curso hasta que se completen. Amazon Pinpoint también continúa recopilando y agregando datos analíticos para esas actividades hasta que se completen. También lo hace para cualquier actividad que se hubiera completado al detener el recorrido.</p> <p>En esta fase, no puede agregar, cambiar ni eliminar ninguna actividad del recorrido. Además, Amazon Pinpoint deja de evaluar el recorrido y no realiza ninguna actividad que no haya comenzado.</p>

Solución de problemas de viajes

Compruebe que el registro esté activado para ayudar a identificar la causa del error. Para obtener más información, consulte [Monitoreo y registro](#).

Los viajes basados en eventos no se activan cuando se utiliza una solicitud PutEvents

Problemas y soluciones

- Compruebe que no se supere el valor [Crear un recorrido](#) configurado:
 - Número máximo de mensajes diarios por punto de conexión
 - Número máximo de mensajes que un punto de conexión puede recibir del recorrido
 - Número máximo de mensajes de recorrido por segundo
 - Número máximo de ingresos por punto de conexión
- Compruebe que el número activo de recorridos activados por eventos no supere el umbral aprovisionado.
- Compruebe que todos los componentes de la solicitud de [PutEvents](#)API estén completos, incluidos el componente de [evento y el componente](#) de [punto final](#).
- Compruebe que el recorrido específico se encuentre en la misma aplicación que el de la PutEvent solicitud.
- Compruebe que el evento correcto esté configurado para activar el recorrido. Puede confirmar esta configuración en la [condición de ingreso del recorrido](#).
- Los recorridos basados en eventos no son propicios para los casos de uso de los centros de contacto, ya que la vida útil de las operaciones de marcado es limitada, 3 minutos.
- Puedes usar el siguiente ejemplo de solicitud para activar un viaje con la condición de entrada «TestEvent».

```
aws pinpoint put-events --application-id 7149cbb8XXXXXXXX --events-request file://PutEvents.json
file://PutEvents.json
{
  "BatchItem": {
    "ExampleEndpointID": {
      "Endpoint": {
        "User": {
```

```
        "UserId": "10107"
      },
      "ChannelType": "EMAIL",
      "Address": "johndoe@example.com"
    },
    "Events": {
      "JourneyEvent": {
        "EventType": "TestEvent",
        "Timestamp": "2019-02-10T19:48:57+00:00"
      }
    }
  }
}
```

Todos los participantes en el viaje pasan por la opción «No» durante la actividad dividida «Sí» y «No»

Problemas y soluciones

- Este error se puede producir cuando no se ha configurado ningún tiempo de espera. Los eventos de envío se evalúan inmediatamente, lo que hace que todos los participantes pasen a la opción «No».
 - Para resolver este problema, compruebe que se haya configurado un tiempo de espera después de la evaluación del estado.
- Las divisiones sí/no basadas en un criterio de evento y las siguientes actividades de AWS Lambda personalizadas tienen un tiempo de espera implícito de 15 minutos para acumular y procesar los resultados del evento.
- Las divisiones sí/no basadas en un criterio de evento y las siguientes actividades del canal (SMS, CORREO ELECTRÓNICO, PNS) tienen un tiempo de espera de 1 hora para acumular y procesar los estados de los eventos de entrega de las entregas de mensajes del canal.
- En las divisiones sí/no, solo se admiten eventos estándar específicos para los estados de entrega de los canales.

Envío de mensajes de prueba con Amazon Pinpoint

Con Amazon Pinpoint, puede enviar mensajes de prueba, que son los mensajes que envía una única vez directamente a un conjunto específico de destinatarios. El envío de un mensaje de prueba resulta útil si desea comprobar la capacidad de entrega de los mensajes o para ver cómo aparece el mensaje para los destinatarios. Puede enviar un mensaje de prueba mediante cualquier canal que sea compatible con Amazon Pinpoint.

Le cobramos por cada mensaje de prueba que envíe. Sin embargo, cuando envías mensajes de prueba, no te facturamos en función de tu público objetivo mensual (MTA). Para obtener más información, consulte [Precios de Amazon Pinpoint](#).

Si utiliza la consola de Amazon Pinpoint para enviar un mensaje de prueba, puede enviar el mensaje hasta a un máximo de 15 destinatarios, en función del tipo de mensaje. No puede enviar un mensaje de prueba a un segmento; debe enviarlo a usuarios individuales. Además, Amazon Pinpoint entrega un mensaje de prueba inmediatamente. No puede programar la entrega de un mensaje de prueba. Por último, los mensajes de prueba no generan métricas de mensajería, como tasas de mensajes abiertos, de clics y de rebotes. Si desea enviar un mensaje a un segmento, programar la entrega de un mensaje u obtener datos de métricas para los mensajes, debe [crear una campaña](#) en lugar de enviar un mensaje de prueba.

Para enviar un mensaje de prueba desde la consola de Amazon Pinpoint, utilice la página Mensajes de prueba de la consola.

Para abrir la página de mensajes de prueba

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos) elija el proyecto para el que desea enviar un mensaje de prueba.
3. En el panel de navegación, elija Test messaging (Mensajes de prueba).

Envío de un mensaje de correo electrónico de prueba

Para enviar un mensaje de correo electrónico de prueba, debe utilizar un proyecto que tenga habilitado el canal de correo electrónico. Para obtener información sobre cómo crear un nuevo proyecto y habilitar un canal de correo electrónico para él, consulte [Configuración de un canal de correo electrónico de Amazon Pinpoint](#). Para obtener información acerca de cómo habilitar un

canal de correo electrónico para un proyecto existente, consulte [Administración del canal de correo electrónico de Amazon Pinpoint](#).

Para enviar un mensaje de correo electrónico de prueba

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos) elija el proyecto para el que desea enviar un mensaje de prueba.
3. En el panel de navegación, elija Test messaging (Mensajes de prueba).
4. En la página Test messaging (Mensajes de prueba) en Channel (Canal), elija Email.
5. En Destination type (Tipo de destino), seleccione uno de los siguientes destinos para el mensaje:
 - Direcciones de correo electrónico: cada destino es la dirección de correo electrónico del destinatario.
 - Punto final IDs: cada destino es un identificador único que se asigna a un punto final del proyecto.
6. Según el tipo de destino que haya seleccionado, introduzca una o más direcciones de correo electrónico IDs o de punto final. Puede especificar hasta 15 valores. Utilice comas para separar varios valores.
7. En Message content (Contenido del mensaje), elija si quiere Create a new message (Crear un mensaje nuevo) o Use an existing template (Usar una plantilla existente).

 Note

El tamaño máximo de un mensaje de correo electrónico para Crear un mensaje nuevo es de 200 KB. Puede usar plantillas de correo electrónico para enviar mensajes de correo más grandes.

Si decide utilizar una plantilla existente, elija una plantilla en la lista Template (Plantilla). Después de elegir una plantilla, Amazon Pinpoint muestra una vista previa de la versión activa de la plantilla. La versión activa suele ser la versión de una plantilla que se ha revisado y aprobado para su uso, según el flujo de trabajo.

Si decide crear un nuevo mensaje, especifique un asunto en el campo Subject (Asunto) y un cuerpo en el campo Message (Mensaje).

Tip

Puede introducir el cuerpo del mensaje mediante la vista de diseño HTML o la vista de diseño. En la HTML vista, puede introducir manualmente el HTML contenido del cuerpo del mensaje, incluidos el formato, los enlaces y otras características que desee incluir en el mensaje. En la vista Diseño, puede utilizar un editor de texto enriquecido para introducir el contenido del cuerpo del mensaje. Puede utilizar la barra de herramientas de formato para aplicar formato y agregar enlaces y otras características al cuerpo del mensaje. Para cambiar de vista, elija HTMLo Diseño en el selector de vistas situado encima del editor de mensajes.

En el campo situado debajo del editor de mensajes, si lo desea, introduzca el contenido que desee mostrar en el cuerpo de los mensajes que se envíen a destinatarios cuyas aplicaciones de correo electrónico no muestren HTML contenido.

8.

Note

Debe configurar una función de envío de orquestación de correo electrónico antes de poder utilizar los encabezados de los correos electrónicos. Para obtener más información, consulte [Creación de una función de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#).

En Encabezados, selecciona Añadir nuevos encabezados para añadir hasta 15 encabezados al mensaje de correo electrónico. Para obtener una lista de los encabezados compatibles, consulte los [campos de SES encabezado de Amazon](#) en la [Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service](#).

- En Nombre, ingrese el nombre del encabezado.
- En Valor, introduzca el valor del encabezado.

(Opcional) Para añadir un enlace para cancelar la suscripción con un clic a un correo electrónico promocional, añada los dos encabezados siguientes:

1. Crea un encabezado con `List-Unsubscribe` el nombre y establece el valor en el enlace para cancelar la suscripción. El enlace debe admitir HTTP POST las solicitudes para procesar la solicitud de cancelación de suscripción del destinatario.
 2. Cree un encabezado con `List-Unsubscribe-Post` el nombre y defina el valor en `List-Unsubscribe=One-Click`.
9. Cuando termine, elija `Send message` (Enviar mensaje).

Envío de una notificación de inserción de prueba

Para enviar una notificación push de prueba, debe usar un proyecto que tenga habilitado uno o más canales de notificaciones de inserción. Para obtener información sobre cómo crear un nuevo proyecto y habilitar un canal de notificaciones push para él, consulte [Creación de una aplicación y activación de los canales push](#) en la Guía del usuario AWS final de mensajería push.

Después de habilitar uno o más canales de notificaciones push en un proyecto, puede enviar una notificación push de prueba a través de cualquiera de esos canales.

Para enviar una notificación de inserción de prueba

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página `All projects` (Todos los proyectos) elija el proyecto para el que desea enviar un mensaje de prueba.
3. En el panel de navegación, elija `Test messaging` (Mensajes de prueba).
4. En la página `Test messaging` (Probar mensajes) en `Channel` (Canal), elija `Push notifications` (Notificaciones push).
5. En `Destination type` (Tipo de destino), seleccione uno de los siguientes destinos para el mensaje:
 - `Punto final IDs`: cada destino es un identificador único que se asigna a un punto final del proyecto.
 - `Tokens de dispositivo`: cada destino es un token asignado a la instancia de la aplicación de mensajería. Por ejemplo, este valor puede ser un token de dispositivo asignado por el servicio de notificaciones push de Apple (APNs) o un token de registro asignado por Firebase Cloud Messaging (FCM).

6. Según el tipo de destino que selecciones, ingresa uno o más tokens de dispositivo IDs o punto final. Puede especificar hasta 15 valores. Utilice comas para separar varios valores.

Si utiliza tokens de dispositivo como tipo de destino, solo debe especificar los que están asociados con un único servicio de notificaciones de inserción. Amazon Pinpoint puede enviar el mensaje solo a través de un servicio de notificaciones de inserción a la vez.

Si utiliza el punto final IDs como tipo de destino, esta restricción no se aplica. Puede especificar puntos de enlace que utilicen cualquier servicio de notificaciones push.

7. En Push notification service (Servicio de notificaciones push), especifique el servicio de notificaciones push a través del que desea enviar el mensaje. Si utiliza el punto de conexión IDs como tipo de destino, Amazon Pinpoint detecta el servicio automáticamente.
8. En Notification type (Tipo de notificación), especifique el tipo de mensaje de prueba que desea enviar:

- Mensaje estándar: una notificación de inserción que tiene un título, un cuerpo del mensaje y otros contenidos y configuraciones. Los dispositivos móviles avisan a los destinatarios cuando reciben el mensaje.
- Mensaje sin procesar: notificación automática que especifica todo el contenido y la configuración de una notificación como un JSON objeto. Este tipo de notificación puede ser útil para casos como el envío de datos personalizados a una aplicación para que los procese dicha aplicación, en lugar del servicio de notificaciones push. Si elige esta opción, el editor de mensajes muestra un esquema del código que se debe utilizar para el mensaje. En el editor de mensajes, introduzca la configuración que desea utilizar para cada servicio de notificaciones de inserción. Incluya cualquier configuración opcional (como imágenes, sonidos y acciones) que desee especificar. Para obtener más información, consulte la documentación de los servicios de notificación de inserción que utiliza. Cuando termine de escribir todo el contenido del mensaje sin formato, vaya al paso 12.

9. En Message, en Message content (Contenido del mensaje), elija si quiere Create a new message (Crear un mensaje nuevo) o Use an existing template (Usar una plantilla existente).

Si decide utilizar una plantilla existente, elija una plantilla en la lista Template (Plantilla). Después de elegir una plantilla de la lista, Amazon Pinpoint muestra una vista previa de la versión activa de la plantilla. (La versión activa suele ser la versión de una plantilla que se ha revisado y aprobado para su uso, según el flujo de trabajo). Cuando haya elegido la plantilla, vaya al paso 12.

Si decide crear un nuevo mensaje, especifique un Title (Título) y Body (Cuerpo) para el mensaje.

10. En Action (Acción), seleccione la acción que desea que se produzca si el destinatario pulsa la notificación:
 - Abrir la aplicación: la aplicación se lanza o convierte en la aplicación en primer plano si se envió al fondo.
 - Ir a URL: el navegador móvil predeterminado del dispositivo del destinatario abre y abre una página web en el navegador URL que especifique. Por ejemplo, esta acción es útil para enviar a los usuarios a una entrada de un blog.
 - Abrir un enlace profundo: la aplicación abre y muestra una interfaz de usuario designada en la aplicación. La vinculación en profundidad es una característica de iOS y Android. Por ejemplo, esta acción es útil para dirigir a los usuarios a promociones especiales para compras desde la aplicación.
11. (Opcional) En la URLs sección Multimedia, indique URLs ese punto a los archivos multimedia que desee mostrar en el mensaje. URLs debe ser de acceso público para que los servicios de notificaciones push puedan recuperar los archivos.
12. Cuando termine, elija Send message (Enviar mensaje).

Enviar un SMS mensaje de prueba

Para enviar un SMS mensaje de prueba, debes usar un proyecto que tenga el SMS canal activado. Para obtener información sobre cómo crear un nuevo proyecto y habilitar el SMS canal para él, consulte [the section called “Configuración”](#). Para obtener información sobre cómo habilitar el SMS canal para un proyecto existente, consulte [Administración del canal de SMS de Amazon Pinpoint](#).

Para enviar un SMS mensaje de prueba

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos) elija el proyecto para el que desea enviar un mensaje de prueba.
3. En el panel de navegación, elija Test messaging (Mensajes de prueba).
4. En la página de mensajes de prueba, en Canal, elija SMS.
5. En Destination type (Tipo de destino), seleccione uno de los siguientes destinos para el mensaje:

- Números de teléfono: cada destino es un número de teléfono del destinatario.
 - Punto final IDs: cada destino es un identificador único que se asigna a un punto final del proyecto.
6. En función del tipo de destino que haya seleccionado, introduzca uno o más números de teléfono IDs o punto final. Puede especificar hasta 15 valores. Utilice comas para separar varios valores.

Si utiliza números de teléfono como tipo de destino, especifique cada número con el formato E.164. E.164 es un estándar de estructura de número de teléfono que se utiliza en las telecomunicaciones internacionales. Los números de teléfono que siguen este formato suelen tener un máximo de 15 dígitos y van prefijados con el carácter (+) y el código de país. Por ejemplo, un número de teléfono de los EE. UU. en formato E.164 se muestra como +12065550100.

7. (Opcional) Para el número de teléfono de origen, seleccione un número de teléfono desde el que enviar el mensaje. Esta lista contiene todos los números de teléfono dedicados que están asociados a la cuenta. Si la cuenta contiene varios números de teléfono dedicados y no elige un número de origen, Amazon Pinpoint busca un código corto en la cuenta; si encuentra uno, lo utiliza para enviar el mensaje. Si no encuentra un código corto en tu cuenta, busca un DLC número 10 (solo para destinatarios de EE. UU.), luego un número gratuito (solo para destinatarios de EE. UU.) y, por último, un código largo.
8. En Message type (Tipo de mensaje), seleccione una de las siguientes opciones:
- Promocional: mensajes que no son de importancia, como mensajes de marketing. Si elige esta opción, Amazon Pinpoint optimiza la entrega de mensajes para incurrir en el costo más bajo.
 - Transaccional: mensajes de importancia que admiten transacciones del cliente, como contraseñas de un solo uso para la autenticación multifactor. Si elige esta opción, Amazon Pinpoint optimiza la entrega de mensajes para lograr la máxima fiabilidad.

 Note

Esta configuración de nivel de mensaje anula el tipo de mensaje predeterminado que establece en la página de Settings (Configuración) del proyecto.

9. En Message, en Message content (Contenido del mensaje), elija si quiere Create a new message (Crear un mensaje nuevo) o Use an existing template (Usar una plantilla existente).

Si decide utilizar una plantilla existente, elija una plantilla en la lista Template (Plantilla). Después de elegir una plantilla de la lista, Amazon Pinpoint muestra una vista previa de la versión activa de la plantilla. (La versión activa suele ser la versión de una plantilla que se ha revisado y aprobado para su uso, según el flujo de trabajo). Cuando termine de elegir una plantilla, vaya al paso 10.

Si decide crear un mensaje nuevo, especifique su contenido en el campo Message (Mensaje).

10. De forma opcional, en Sender ID (ID de remitente), indique un ID personalizado que contenga hasta 11 caracteres alfanuméricos y que tenga al menos una letra, sin espacios. El ID del remitente se muestra como el remitente del mensaje en el dispositivo del destinatario. Por ejemplo, puede utilizar la marca de su negocio para facilitar el reconocimiento del origen del mensaje.

El soporte para el remitente IDs varía según el país o la región. Para obtener más información, consulte [los países y regiones compatibles \(SMS canal\)](#) en la Guía del SMSusuario de Amazon Pinpoint.

Este ID de remitente de nivel de mensaje anula el ID de remitente predeterminado, que establece en la página Settings (Configuración) para el proyecto.

11. Cuando termine, elija Send message (Enviar mensaje).

Análisis de Amazon Pinpoint

Con los análisis que proporciona Amazon Pinpoint, puede obtener información sobre la base de usuarios y visualizar las tendencias relacionadas con la interacción de los usuarios, el alcance de las campañas, los ingresos, etc.

A medida que los usuarios interactúan con el proyecto, Amazon Pinpoint recopila y almacena datos de análisis para estas interacciones. Puede ver esos datos para obtener información sobre áreas como el [nivel de interacción](#), la [actividad de compra](#) y los [datos demográficos](#) de los usuarios. Por ejemplo, si tiene una aplicación móvil, puede ver gráficos y métricas que muestren cuántos usuarios abren la aplicación cada día, cuándo la abren y los ingresos generados por ella.

Mediante la visualización de gráficos sobre los atributos de los dispositivos, también puede saber en qué plataformas y dispositivos está instalada la aplicación. Para informar sobre estas y otras métricas de una aplicación móvil, la aplicación debe estar integrada con Amazon Pinpoint a través de uno de los dispositivos móviles compatibles AWS . SDKs Para obtener más información, consulte [Integración de Amazon Pinpoint con la aplicación](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

También puede monitorizar el [análisis de las campañas](#) para ver cómo van las campañas en conjunto, así como de manera individual. Por ejemplo, puede realizar un seguimiento del número total de mensajes o notificaciones push enviados, el porcentaje de mensajes o notificaciones push abiertos por los usuarios, el porcentaje de bajas y otra información. Si crea una campaña que incluye una prueba A/B, puede utilizar los análisis para comparar la eficacia de los distintos tratamientos de dicha campaña. Por ejemplo, puede evaluar si es más probable que los usuarios abran la aplicación móvil porque han recibido una variación determinada de un mensaje de campaña.

Para analizar la cantidad de usuarios que completan cada paso en un proceso de conversión, como la compra de un artículo o la actualización de la aplicación, puede crear [embudos](#) y monitorizarlos.

Para analizar o almacenar datos de análisis fuera de Amazon Pinpoint, puede configurar Amazon Pinpoint para que [transmita los datos a Amazon Kinesis](#) o los [transmita a Amazon Athena](#).

Temas

- [Referencia de gráfico para análisis de Amazon Pinpoint](#)
- [Creación de gráficos de embudo con Amazon Pinpoint](#)
- [Transmisión de eventos con Amazon Pinpoint](#)

- [Configuración de análisis de aplicaciones web y móviles](#)

Referencia de gráfico para análisis de Amazon Pinpoint

Las páginas de análisis de la consola de Amazon Pinpoint proporcionan información general sobre las métricas clave. También proporcionan paneles que proporcionan detalles sobre campañas, demografía, embudos, uso, ingresos, etc. Puede filtrar muchos de estos paneles por fecha para realizar análisis adicionales. También puede filtrar algunos de estos paneles por otros atributos, como los atributos de evento o de canal.

Temas

- [Puntos de conexión y usuarios en análisis de Amazon Pinpoint](#)
- [Exportación de paneles](#)
- [Gráficos de información general](#)
- [Gráficos de uso](#)
- [Gráficos de ingresos](#)
- [Gráficos de eventos](#)
- [Gráficos de datos demográficos](#)
- [Gráficos de las campañas](#)
- [Gráficos de mensajes de transacciones](#)

Puntos de conexión y usuarios en análisis de Amazon Pinpoint

Algunos de los gráficos y métricas de estos paneles proporcionan información sobre los puntos de enlace. Otros proporcionan datos sobre los usuarios.

Un punto de conexión es un destino al que puede enviar mensajes, como un dispositivo móvil de usuario, una dirección de correo electrónico o un número de teléfono. Antes de poder ver los datos de los puntos de conexión, la aplicación deberá registrar puntos de conexión con Amazon Pinpoint o usted deberá importar las definiciones de punto de conexión en Amazon Pinpoint.

Un usuario es un individuo que tiene un ID de usuario único. Este ID se puede asociar a uno o varios puntos de enlace. Por ejemplo, si una persona utiliza la aplicación en varios dispositivos, la aplicación puede asignar su ID de usuario al punto de enlace de cada dispositivo. Para poder ver los

datos sobre los usuarios, la aplicación debe asignar los usuarios IDs a los puntos de enlace o debe importar las definiciones de los puntos de enlace que incluyan el usuario. IDs

Para obtener información sobre el registro de puntos de enlace y la asignación de usuarios IDs dentro de una aplicación móvil, consulte [Registrar puntos de enlace en su aplicación en la Guía](#) para desarrolladores de Amazon Pinpoint. Para obtener información sobre el registro de puntos de enlace y la asignación de usuarios IDs para otros tipos de aplicaciones, consulte [Añadir puntos de enlace a Amazon Pinpoint en la Guía para desarrolladores](#) de Amazon Pinpoint. Para obtener información sobre la importación de definiciones de puntos de enlace, consulte [Importación de segmentos](#).

Exportación de paneles

Puede exportar los datos de los paneles que aparecen en las páginas de Análisis de la consola de Amazon Pinpoint. Al exportar datos de un panel, Amazon Pinpoint crea un archivo .zip que contiene un archivo de valores separados por comas (.csv) con los datos de cada sección del panel. Puede abrir estos archivos .csv en cualquier aplicación moderna de hoja de cálculo o análisis de datos.

Para exportar datos desde un panel de control, elija un intervalo de fechas para los datos (y otros atributos, si procede) y, a continuación, seleccione Descargar. CSV

Gráficos de información general

La página Analytics overview (Información general de los análisis) contiene varios gráficos y métricas que proporcionan una descripción general del punto de enlace, uso y respuestas de campaña de su proyecto. Si ha enviado mensajes de correo electrónico de transacciones para su proyecto, esta página también proporciona información sobre las respuestas a esos mensajes.

Visualización de los gráficos de información general de los análisis

Siga los pasos que se indican a continuación para ver los gráficos y métricas en la página Información general de los análisis de la consola de Amazon Pinpoint. Puede filtrar los datos por fecha.

Para ver y filtrar los gráficos y las métricas de información general de los análisis

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto cuyos datos de análisis quiera ver.
3. En el panel de navegación, elija Analytics (Análisis).

4. (Opcional) Para aplicar un filtro que muestre los datos de una fecha específica o un intervalo de fechas, utilice el selector de fechas de la parte superior de la página para elegir las fechas para el periodo de tiempo que desee. Después de elegir nuevas fechas, la página se actualiza para mostrar los datos del periodo de tiempo seleccionado.

Descripciones de los gráficos

La página Analytics Overview (Información general de los análisis) contiene tres secciones: [Análisis de aplicaciones](#), [Análisis de campañas](#) y [Correo electrónico de transacciones](#).

Análisis de aplicaciones

La sección App analytics (Análisis de aplicaciones) contiene algunas de las métricas relacionadas con el uso de la aplicación o proyecto que se utilizan con más frecuencia.

Daily active endpoints (Puntos de enlace activos diarios)

Muestra el número de puntos de enlace que han abierto la aplicación al menos una vez en un periodo de 24 horas para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de puntos de enlace activos diarios para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de puntos de enlace activos diarios desde el principio hasta el final del periodo de tiempo. Si la aplicación o el proyecto contiene un número elevado de puntos de conexión, es posible que Amazon Pinpoint sufra un retraso de hasta seis horas para mostrar estos datos.

Monthly active endpoints (Puntos de enlace activos mensuales)

Muestra el número de puntos de enlace que han abierto la aplicación al menos una vez durante los 30 días anteriores para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de puntos de enlace activos mensuales para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de puntos de enlace activos mensuales desde el principio hasta el final del periodo de tiempo. Si la aplicación o el proyecto contiene un número elevado de puntos de conexión, es posible que Amazon Pinpoint sufra un retraso de hasta seis horas para mostrar estos datos.

Nuevos puntos de enlace

Muestra el número de puntos de conexión que se han registrado en Amazon Pinpoint por primera vez para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número de puntos de enlace nuevos para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de puntos de enlace nuevos desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

7-day retention rate (Tasa de retención de 7 días)

Muestra el porcentaje de usuarios que abrieron la aplicación hace menos de 8 días y que la han vuelto a abrir en algún momento durante los 7 días siguientes. Este gráfico también proporciona la tasa de permanencia de 7 días para todo el periodo de tiempo, la tasa de permanencia diaria para el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en la tasa desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Sessions (Sesiones)

Muestra el número total de veces que se ha abierto la aplicación cada día en el periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de sesiones diarias para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de sesiones desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Revenue (Ingresos)

Muestra los ingresos, enUSD, declarados por la aplicación para cada día del período de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona los ingresos totales para todo el periodo de tiempo y el cambio porcentual en el importe de los ingresos desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Análisis de campañas

La sección Campaign analytics (Análisis de campañas) contiene varias métricas importantes que le ayudan a conocer el éxito de sus campañas. En esta sección, se proporcionan métricas agregadas para todas las campañas del proyecto actual.

Active targetable endpoints (Puntos de enlace activos seleccionables)

Muestra el número de puntos de enlace que actualmente tienen el estado de activos para el proyecto y que están habilitados para recibir tus mensajes a través de al menos un canal, y el número de puntos de enlace segmentables activos de cada canal (por ejemplo, notificaciones push, correo electrónico y SMS)

Campaigns (Campañas)

Muestra información sobre las campañas que han estado activas durante el periodo de tiempo seleccionado. Esta sección incluye la información siguiente:

Active campaigns (Campañas activas)

El número de campañas que están activas actualmente.

Messages delivered (Mensajes entregados)

El número de mensajes que se entregaron a los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula este número restando el número de mensajes devueltos del número de mensajes que se enviaron.

Delivery rate (Porcentaje de entregas)

El porcentaje de puntos de conexión seleccionables que han recibido mensajes de su parte. Amazon Pinpoint calcula este porcentaje dividiendo el número de mensajes que se entregaron a los destinatarios previstos entre el número total de mensajes que se han enviado.

Opt-out rate (Porcentaje de bajas)

El porcentaje de usuarios que han cancelado la suscripción después de recibir mensajes enviados por usted. Amazon Pinpoint calcula esta tasa determinando el número de destinatarios que recibieron los mensajes y cancelaron la suscripción y dividiendo ese número por el número de destinatarios que estuvieron activos durante el periodo de tiempo seleccionado. (Es posible que el destinatario haya optado por no participar haciendo clic en un enlace para cancelar la suscripción en un correo electrónico o respondiendo a un mensaje con la palabra clave). SMS STOP Si un solo destinatario canceló la suscripción varias veces, el destinatario se contará solo una vez.

Email open rate (Porcentaje de correos electrónicos abiertos)

El porcentaje de destinatarios que han abierto mensajes de su parte. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo el número de mensajes de correo electrónico enviados y abiertos por los destinatarios entre el número de mensajes recibidos por los destinatarios.

Push open rate (Porcentaje de notificaciones push abiertas)

El porcentaje de notificaciones de inserción abiertas por los destinatarios. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo el número de destinatarios que abrieron notificaciones de inserción enviadas por usted entre el número de notificaciones de inserción recibidas por los destinatarios.

Endpoint deliveries (Entregas a puntos de enlace)

Número medio de puntos de enlace distintos que recibieron mensajes enviados por usted cada día del periodo de tiempo seleccionado. El gráfico muestra el número de puntos de enlace distintos que recibieron mensajes enviados por usted, durante cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Correo electrónico de transacciones

La sección Transactional email (Correo electrónico de transacciones) contiene un gráfico y métricas que proporcionan información sobre todas las respuestas a los mensajes de correo electrónico de transacciones que envió durante el periodo de tiempo seleccionado. Tenga en cuenta que esta sección no incluye información sobre los mensajes que envió desde las campañas ni sobre los mensajes de transacciones que envió utilizando otros tipos de canales. Además, los nuevos datos pueden tardar hasta dos horas en aparecer en esta sección.

Sent (Enviados)

El número de mensajes de transacciones que se enviaron:

- Promedio: el número medio de mensajes que se enviaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.
- Total: el número total de mensajes que se enviaron durante el periodo de tiempo seleccionado.
- Periodo de cambio: el porcentaje de cambio entre el número de mensajes que se enviaron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se envió ningún mensaje de correo electrónico transaccional el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

Delivered (Entregados)

El número de mensajes de transacciones que se entregaron a los destinatarios previstos.

- Promedio: el número medio de mensajes que se entregaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.
- Total: el número total de mensajes que se entregaron durante el periodo de tiempo seleccionado.
- Periodo de cambio: el porcentaje de cambio entre el número de mensajes que se entregaron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se entregó ningún mensaje de correo electrónico transaccional el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

Opened (Abiertos)

El número de mensajes de transacciones abiertos por los destinatarios:

- Promedio: el número medio de mensajes que se abrieron cada día del periodo de tiempo seleccionado.

- **Total:** el número total de mensajes que se abrieron durante el periodo de tiempo seleccionado.
- **Periodo de cambio:** el porcentaje de cambio entre el número de mensajes que se abrieron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se abrió ningún mensaje de correo electrónico transaccional el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

Clicked (Enlaces en los que se ha hecho clic)

El número de veces que los destinatarios hicieron clic en enlaces de mensajes de transacciones:

- **Promedio:** el número medio de clics que se produjeron cada día del periodo de tiempo seleccionado.
- **Total:** el número total de clics que se produjeron durante el periodo de tiempo seleccionado.
- **Periodo de cambio:** el porcentaje de cambio entre el número de clics que se produjeron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se produjo ningún clic el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

Si el destinatario de un mensaje hace clic en varios enlaces de un mensaje o hace clic en el mismo enlace más de una vez, esos clics se contarán como un clic si se producen en la misma hora. Varios clics que se realicen a distintas horas se contarán como clics independientes. Por ejemplo, si se hace clic en un enlace a las 8:30 y a las 8:45, contará como un clic, pero si se hace clic en el enlace a las 8:30 y a las 9:05, contará como dos clics porque la hora ha cambiado.

Gráficos de uso

La página Usage (Uso) incluye gráficos y métricas que muestran la frecuencia con la que se usa la aplicación y la forma en que mantiene con éxito el interés de los usuarios a lo largo del tiempo.

Note

Algunos gráficos de la página Usage (Uso) hacen referencia a puntos de enlace, mientras que otros hacen referencia a usuarios. Para obtener más información sobre la diferencia entre los usuarios y los puntos de enlace, consulte [Puntos de conexión y usuarios en análisis de Amazon Pinpoint](#).

Visualización de los gráficos de uso

Siga los pasos que se describen a continuación para ver los gráficos y las métricas de Uso en la consola de Amazon Pinpoint. Puede filtrar los datos por atributos de fecha y punto de enlace.

Para ver y filtrar los gráficos y las métricas de uso

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto cuyos datos de uso desee ver.
3. En el panel de navegación, en Analytics (Análisis), elija Usage (Uso).
4. (Opcional) Para aplicar un filtro que muestre los datos de una fecha específica o un intervalo de fechas, utilice el selector de fechas de la parte superior de la página para elegir las fechas para el periodo de tiempo que desee. Después de elegir nuevas fechas, la página se actualiza para mostrar los datos del periodo de tiempo seleccionado.
5. De forma opcional, para aplicar un filtro que únicamente muestre los datos de los usuarios o los puntos de enlace que tienen atributos específicos, amplíe la sección Filters (Filtros). Elija un atributo de la lista Atributos de punto de conexión. Después de elegir un atributo, elija un valor de atributo de la lista Endpoint Attribute Values (Valores de los atributos de los puntos de enlace). A continuación, elija Ver gráficos para ver las métricas actualizadas.

Note

Para ofrecerte la mejor experiencia posible, ocultamos este filtro si no se ha usado en los últimos 90 días.

Si la sección Filters (Filtros) muestra un mensaje que indica que el filtro no está disponible, elija More information (Más información) y, a continuación, elija Enable filters (Activar filtros). Cuando lo haga, restableceremos el filtro de su cuenta en la AWS región actual. Dependiendo de la cantidad de datos asociados a su cuenta, este proceso puede tardar hasta 72 horas en completarse.

Para filtrar los datos, repita este paso para cada atributo y valor de atributo adicionales por los que desee filtrar los datos.

Descripciones de los gráficos

La página Usage (Uso) contiene tres secciones: [Métricas de usuario](#), [Métricas de sesiones](#) y [Métricas de autenticación](#).

Métricas de usuario

La sección Users metrics (Métricas de usuarios) proporciona información sobre cómo los usuarios y los puntos de enlace interactúan con la aplicación. Estos gráficos y métricas le ayudarán a comprender mejor la retención de usuarios, es decir, la probabilidad de que un cliente que haya utilizado la aplicación en el pasado la utilice de nuevo en otro momento.

Note

Las API operaciones que afectan a los puntos de conexión pueden afectar a las siguientes métricas: puntos de enlace activos diarios, puntos de enlace activos mensuales, usuarios activos diarios, usuarios activos mensuales. Por ejemplo, si utiliza **PutEvents** API las operaciones **UpdateEndpoint** o para modificar los puntos finales, las métricas como los usuarios activos diarios podrían indicar recuentos más altos que las sesiones diarias.

Para obtener más información sobre la diferencia entre los usuarios y los puntos de enlace, consulte [Puntos de conexión y usuarios en análisis de Amazon Pinpoint](#).

Daily active endpoints (Puntos de enlace activos diarios)

Muestra el número de puntos de conexión que han abierto la aplicación para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de puntos de enlace activos diarios para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de puntos de enlace activos diarios desde el principio hasta el final del periodo de tiempo. Si la aplicación o el proyecto contiene un número elevado de puntos de conexión, es posible que Amazon Pinpoint sufra un retraso de hasta seis horas para mostrar estos datos.

Monthly active endpoints (Puntos de enlace activos mensuales)

Muestra el número de puntos de conexión que han abierto la aplicación en algún momento durante los 30 días anteriores para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de puntos de enlace activos mensuales para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de puntos de enlace activos mensuales desde el principio hasta el final del periodo de tiempo. Si la aplicación o el proyecto

contiene un número elevado de puntos de conexión, es posible que Amazon Pinpoint sufra un retraso de hasta seis horas para mostrar estos datos.

Nuevos puntos de enlace

Muestra el número de puntos de conexión que se han registrado con Amazon Pinpoint por primera vez para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número de puntos de enlace nuevos para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de puntos de enlace nuevos desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Daily active users (Usuarios activos diarios)

Muestra el número de usuarios que han abierto la aplicación para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de usuarios activos diarios para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de usuarios activos diarios desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Monthly active users (Usuarios activos mensuales)

Muestra el número de usuarios que han abierto la aplicación en algún momento durante los 30 días anteriores para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de usuarios activos mensuales para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de usuarios activos mensuales desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Nuevos usuarios

Muestra el número de usuarios nuevos IDs que se crearon en Amazon Pinpoint para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número de usuarios nuevos para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de usuarios nuevos desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

7-day retention rate (Tasa de retención de 7 días)

Muestra el porcentaje de usuarios que abrieron la aplicación hace menos de 8 días y que la han vuelto a abrir en algún momento durante los 7 días siguientes. Este gráfico también proporciona la tasa de permanencia diaria para todo el periodo de tiempo, la tasa de permanencia diaria para el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en la tasa desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Sticky factor (Factor de adhesión)

Muestra la parte de puntos de conexión activos mensuales que estuvieron activos cada día del periodo de tiempo seleccionado. Por ejemplo, un factor de adhesión de 0,25 indica que el 25%

de los puntos de enlace activos de los 30 días anteriores ha estado activo en el día elegido. Este gráfico también muestra el factor de adhesión medio para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en la tasa de factor de adhesión desde el principio hasta el final del periodo de tiempo. Si la aplicación o el proyecto contiene un número elevado de puntos de conexión, es posible que Amazon Pinpoint sufra un retraso de hasta seis horas para mostrar estos datos.

Métricas de sesiones

La sección Sessions Metrics (Métricas de sesiones) proporciona información sobre la frecuencia con la que se ha abierto la aplicación. Estas métricas lo ayudan a comprender mejor la frecuencia con que los distintos clientes utilizan la aplicación, así como los días y las horas en que es más probable que la utilicen.

Sessions (Sesiones)

Muestra el número de veces que se ha abierto la aplicación para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de sesiones para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de sesiones desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Sessions per endpoint (Sesiones por punto de conexión)

Muestra el número de sesiones para cada punto de conexión. Amazon Pinpoint calcula este número dividiendo el número de sesiones del periodo de tiempo entre el número de puntos de conexión únicos que abrió la aplicación en dicho periodo. Este gráfico también proporciona el número medio de sesiones por punto de enlace para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de sesiones por punto de enlace desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Sessions per user (Sesiones por usuario)

Muestra el número de sesiones para cada usuario. Amazon Pinpoint calcula este número dividiendo el número de sesiones del periodo de tiempo entre el número de usuarios únicos que han abierto la aplicación en dicho periodo. Este gráfico también proporciona el número medio de sesiones por usuario para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de sesiones por usuario desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Session heat map (Mapa térmico de sesiones)

Muestra los días y las horas en que los puntos de conexión han abierto la aplicación. Las horas de este gráfico reflejan la hora local de cada punto de conexión. Unos rectángulos más oscuros en este gráfico indican un mayor número de puntos de enlace que han abierta la aplicación.

Métricas de autenticación

La sección Authentication metrics (Métricas de autenticación) proporciona información sobre la frecuencia con la que los usuarios existentes inician sesión en la aplicación y con qué frecuencia se inscriben usuarios nuevos en la aplicación. Estos gráficos son útiles para realizar un seguimiento del éxito de programas de adquisición de usuarios o del éxito de las campañas que intentan atraer a los usuarios inactivos de vuelta a la aplicación, por ejemplo.

Sign-ins (Inicios de sesión)

Muestra el número de veces que los usuarios han iniciado sesión en la aplicación para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de inicios de sesión para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de inicios de sesión desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Sign-ups (Registros)

Muestra el número de veces que los usuarios han creado cuentas nuevas en la aplicación para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de inscripciones para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de inscripciones desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Authentication failures (Errores de autenticación)

Muestra el número de veces que los usuarios han intentado iniciar sesión sin éxito para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de errores de autenticación para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de errores de autenticación desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Gráficos de ingresos

Los gráficos y las métricas de la página Revenue (Ingresos) proporcionan información sobre la actividad de compra de los usuarios y los ingresos que genera la aplicación.

Note

Algunos gráficos y métricas de la página Revenue (Ingresos) hacen referencia a los puntos de enlace, mientras que otros hacen referencia a los usuarios. Para obtener más información sobre la diferencia entre los usuarios y los puntos de enlace, consulte [Puntos de conexión y usuarios en análisis de Amazon Pinpoint](#).

Para informar sobre los ingresos y otras métricas de una aplicación móvil, la aplicación debe estar integrada con Amazon Pinpoint a través de uno de los dispositivos móviles compatibles AWS . SDKs Para obtener más información, consulte [Integración de Amazon Pinpoint con la aplicación](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Visualización de los gráficos de ingresos

Siga los pasos que se describen a continuación para ver los gráficos y las métricas de Ingresos en la consola de Amazon Pinpoint. Puede filtrar los datos por atributos de fecha y punto de enlace.

Para ver y filtrar los gráficos y las métricas de ingresos

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto cuyos datos de ingresos desee ver.
3. En el panel de navegación, en Analytics (Análisis), elija Revenue (Ingresos).
4. (Opcional) Para aplicar un filtro que muestre los datos de una fecha específica o un intervalo de fechas, utilice el selector de fechas de la parte superior de la página para elegir las fechas para el periodo de tiempo que desee. Después de elegir nuevas fechas, la página se actualiza para mostrar los datos del periodo de tiempo seleccionado.
5. De forma opcional, para aplicar un filtro que únicamente muestre los datos de los puntos de enlace que tienen atributos específicos, amplíe la sección Filters (Filtros). Elija un atributo de la lista Atributos de punto de conexión. Después de elegir un atributo, elija un valor de atributo de la lista Endpoint Attribute Values (Valores de los atributos de los puntos de enlace). A continuación, elija Ver gráficos para ver las métricas actualizadas.

Note

Para ofrecerte la mejor experiencia posible, ocultamos este filtro si no se ha usado en los últimos 90 días.

Si la sección Filters (Filtros) muestra un mensaje que indica que el filtro no está disponible, elija More information (Más información) y, a continuación, elija Enable filters (Activar filtros). Cuando lo haga, restableceremos el filtro de su cuenta en la AWS región actual. Dependiendo de la cantidad de datos asociados a su cuenta, este proceso puede tardar hasta 72 horas en completarse.

Para filtrar los datos, repita este paso para cada atributo y valor de atributo adicionales por los que desee filtrar los datos.

Descripciones de los gráficos

La página Revenue (Ingresos) contiene las secciones siguientes:

Revenue (Ingresos)

Muestra la cantidad de dinero ingresada y gastada en USD la aplicación por todos los usuarios durante cada día del período de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el importe medio de los ingresos generados por la aplicación para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el importe de los ingresos desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Revenue per endpoint (Ingresos por punto de enlace)

Muestra la cantidad de dinero media que ha gastado en la aplicación cada punto de conexión para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Amazon Pinpoint calcula este número dividiendo el importe de ingresos generado durante el periodo de tiempo seleccionado entre el número de usuarios que han abierto la aplicación en dicho periodo. Este gráfico también proporciona el importe medio de los ingresos por punto de conexión para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el importe de los ingresos por punto de conexión desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Paying users (Usuarios de pago)

Muestra el número de usuarios únicos que han hecho al menos una compra para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número total de usuarios de pago, el número medio de usuarios de pago y el cambio de porcentaje en el número de usuarios de pago desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Revenue per paying user (Ingresos por usuario de pago)

Muestra la cantidad de dinero que ha gastado cada usuario de pago. Amazon Pinpoint calcula este número dividiendo el importe de ingresos generado cada día del periodo de tiempo seleccionado entre el número de usuarios únicos que han efectuado al menos una compra durante ese día. Este gráfico también proporciona el importe medio de los ingresos por usuario de pago para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el importe de los ingresos por usuario de pago desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Units sold (Unidades vendidas)

Muestra el número total de artículos adquiridos en la aplicación para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número total de unidades vendidas, el número medio de unidades vendidas cada día y el cambio de porcentaje en el número de unidades vendidas desde el principio hasta el final del periodo de análisis.

Units sold per endpoint (Unidades vendidas por punto de enlace)

Muestra el número medio diario de artículos que se han adquirido por cada punto de conexión. Amazon Pinpoint calcula este número dividiendo el número de unidades vendidas cada día entre el número de puntos de conexión que han estado activas durante el periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de unidades vendidas por punto de conexión para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de unidades vendidas por punto de conexión desde el principio hasta el final del periodo de análisis.

Purchases (Compras)

Muestra el número de compras realizadas en la aplicación para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número total de compras realizadas en el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de compras desde el principio hasta el final del periodo de análisis.

Purchases per endpoint (Compras por punto de conexión)

Muestra el número medio diario de compras por punto de conexión para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Amazon Pinpoint calcula este número dividiendo Compras entre el número de puntos de conexión que han realizado una compra para cada día del periodo de análisis. Este gráfico también proporciona el número medio de compras por punto de conexión para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de unidades vendidas por punto de conexión desde el principio hasta el final del periodo de análisis.

Gráficos de eventos

Los gráficos y las métricas de la página Events (Eventos) le ayudan a ver las tendencias mostrando los datos de uno o varios tipos de eventos y atributos de eventos. Puede filtrar los datos en la página para mostrar cualquier evento que la aplicación notifique a Amazon Pinpoint.

Visualización de los gráficos de eventos

Siga los pasos que se describen a continuación para ver los gráficos y las métricas de Eventos en la consola de Amazon Pinpoint. Puede filtrar los datos por atributos de fecha, evento y punto de enlace.

Para ver y filtrar los gráficos y las métricas de eventos

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto cuyos datos de eventos desee ver.
3. En el panel de navegación, en Analytics (Análisis), elija Events (Eventos).
4. (Opcional) Para aplicar un filtro que muestre los datos de una fecha específica o un intervalo de fechas, utilice el selector de fechas de la parte superior de la página para elegir las fechas para el periodo de tiempo que desee. Después de elegir nuevas fechas, la página se actualiza para mostrar los datos del periodo de tiempo seleccionado.
5. De forma opcional, para aplicar filtros adicionales, amplíe la sección Filters (Filtros).

Note

Para ofrecerte la mejor experiencia posible, ocultamos estos filtros si no los ha usado en los últimos 90 días.

Si la sección Filters (Filtros) muestra un mensaje que indica que los filtros no están disponibles, elija More information (Más información) y, a continuación, elija Enable filters (Activar filtros). Cuando lo haga, restauraremos los filtros de su cuenta en la AWS región actual. Dependiendo de la cantidad de datos asociados a su cuenta, este proceso puede tardar hasta 72 horas en completarse.

Si hay filtros adicionales disponibles, realice una de las siguientes acciones:

- De forma opcional, para aplicar un filtro que únicamente muestre los datos de un determinado tipo de evento, elija el tipo de evento en la lista Event (Evento). Después de elegir un tipo

de evento, elija los atributos o las métricas de los eventos y los valores de los atributos en las listas Event Attributes and Metrics (Atributos y métricas de los eventos) y Event Attribute Values (Valores de los atributos de los eventos).

La lista Events (Eventos) muestra los tipos de eventos que la aplicación ha comunicado durante los últimos 14 días. Si la aplicación no comunicó ningún evento durante ese periodo de tiempo, solo está disponible la opción All event types (Todos los tipos de eventos) y no puede filtrar los datos por un tipo de evento concreto.

- Para aplicar un filtro que solo muestre los datos de los puntos de conexión que tienen un atributo específico, elija el atributo de la lista Atributos de los puntos de conexión. Después de elegir un atributo, elija un valor de atributo de la lista Endpoint Attribute Values (Valores de los atributos de los puntos de enlace). A continuación, elija Ver gráficos para ver las métricas actualizadas.

Para filtrar los datos, repita este paso para cada evento o atributo adicional por el que desee filtrar los datos.

Note

Si la aplicación o el proyecto contiene un número elevado de puntos de conexión, es posible que Amazon Pinpoint sufra un retraso de hasta seis horas para mostrar estos datos.

Descripciones de los gráficos

La página Events (Eventos) incluye las siguientes secciones:

Event count (Recuento de eventos)

Este gráfico muestra el número de eventos notificados por la aplicación para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número medio de eventos por día, el número total de eventos en el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de eventos desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Endpoint count (Recuento de puntos de enlace)

Este gráfico muestra el número de puntos de conexión que informaron del evento seleccionado para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Este gráfico también proporciona el número

medio de puntos de enlace que notificaron el evento cada día, el número total de puntos de enlace que notificaron el evento cada día y el porcentaje de cambio en el número de puntos de enlace que notificaron el evento desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Events per session (Eventos por sesión)

Este gráfico muestra el número medio de eventos que se produjeron en cada sesión de la aplicación para cada día del periodo de tiempo seleccionado. Amazon Pinpoint calcula esta métrica dividiendo el número de veces que se ha producido el evento seleccionado cada día entre el número de sesiones que se produjeron ese día.

Este gráfico también proporciona el número medio de eventos por sesión para todo el periodo de tiempo y el cambio de porcentaje en el número de eventos por sesión desde el principio hasta el final del periodo de tiempo.

Gráficos de datos demográficos

Los gráficos de la página Demographics (Datos demográficos) le ayudan a conocer las características de los clientes y los dispositivos que utilizan para tener acceso a la aplicación. Si ha configurado la aplicación para informar de métricas personalizadas en Amazon Pinpoint, esta página muestra los datos de dichas métricas.

Visualización de los gráficos de datos demográficos

Complete los siguientes pasos para ver los gráficos Demográficos en la consola de Amazon Pinpoint. Puede filtrar los datos por canal.

Para ver y filtrar los gráficos de datos demográficos

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto cuyos datos demográficos desee ver.
3. En el panel de navegación, en Analytics (Análisis), elija Demographics (Datos demográficos).
4. (Opcional) Para aplicar un filtro que muestre los datos de solo un canal específico, seleccione All channels (Todos los canales) y, a continuación, elija un canal.

Descripciones de los gráficos

La página Demographics (Datos demográficos) incluye las siguientes secciones:

Plataforma

Muestra la proporción de usuarios que utilizan la aplicación en varias plataformas.

App version (Versión de la aplicación)

Muestra la proporción de usuarios que utilizan las distintas versiones de la aplicación.

Modelo de dispositivo

Muestra la proporción de usuarios que utilizan tu aplicación en varios modelos de dispositivos, como iPhone el Galaxy S9.

Device make (Marca del dispositivo)

Muestra la proporción de usuarios que utilizan la aplicación en distintas marcas de dispositivos, como Apple o Samsung.

User location (Ubicación del usuario)

Muestra los países en los que se encuentran los usuarios de la aplicación.

Custom attributes (Atributos personalizados)

Muestra los valores de cada atributo personalizado registrado por la aplicación.

Gráficos de las campañas

Los gráficos y métricas de la página Campaigns (Campañas) proporcionan información sobre todas las campañas de un proyecto. También puede elegir una campaña específica para ver métricas adicionales sobre la ejecución y los resultados de dicha campaña.

Visualización de los gráficos de campañas

Siga los pasos que se describen a continuación para ver los gráficos y las métricas de Campañas en la consola de Amazon Pinpoint. Puede filtrar los datos por fecha.

Para ver y filtrar los gráficos y las métricas de campañas

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto para el que desee ver los datos de campaña,
3. En el panel de navegación, en Analytics (Análisis), elija Campaigns (Campañas).

4. (Opcional) Para aplicar un filtro que muestre los datos de una fecha específica o un intervalo de fechas, utilice el selector de fechas de la parte superior de la página para elegir las fechas para el periodo de tiempo que desee. Después de elegir nuevas fechas, la página se actualiza para mostrar los datos del periodo de tiempo seleccionado.

Descripciones de los gráficos

La página Campaigns (Campañas) incluye secciones que proporcionan gráficos y métricas agregados para todas las campañas que han estado activas durante el periodo de tiempo seleccionado. También incluye una tabla que muestra una lista de todas esas campañas. Cuando elija una campaña específica de la tabla, verá un nuevo conjunto de gráficos y métricas con datos específicos de dicha campaña.

Métricas agregadas de campañas

La página Campaigns (Campañas) incluye los siguientes gráficos y métricas agregados para todas las campañas que han estado activas durante el periodo de tiempo seleccionado.

Active targetable endpoints (Puntos de enlace activos seleccionables)

Muestra el número total de puntos de enlace seleccionables. Un punto de conexión seleccionable es un punto de conexión que actualmente tiene el estado de activo para el proyecto y que ha activado la recepción de los mensajes a través de al menos un canal. En esta sección se muestra el número total de puntos de enlace segmentables activos en todos los canales y el número de puntos de enlace segmentables activos de cada canal, por ejemplo, las notificaciones push, el correo electrónico y. SMS

Campaigns (Campañas)

Muestra el número total de campañas que están activas actualmente. Para el periodo de tiempo seleccionado, esta sección también muestra el número de puntos de enlace que han recibido mensajes de usted y las tasas de entrega, apertura y cancelación de dichos mensajes. El área Endpoint deliveries (Entregas a puntos de enlace) muestra el número de puntos de enlace distintos que recibieron mensajes de las campañas.

Métricas para campañas individuales

Cuando seleccione una campaña de la lista de campañas, verá los gráficos y las métricas específicos de dicha campaña. Los gráficos y las métricas que aparecen dependen del tipo de canal que haya utilizado la campaña.

Note

Si selecciona una campaña de pruebas A/B, verá los gráficos y las métricas que se enumeran en las secciones siguientes para cada tratamiento. Este informe le permite comparar fácilmente la eficacia de los distintos tratamientos para una campaña.

Campañas de correo electrónico

Cuando seleccione una campaña estándar que utiliza el canal de correo electrónico, verá los siguientes gráficos y métricas.

Delivery count metrics (Métricas de recuento de entregas)

En esta sección se proporcionan los siguientes gráficos y métricas que comparan el número de mensajes que se han enviado y entregado para esta campaña:

Messages sent (Mensajes enviados)

El número de mensajes que se han enviado.

Messages delivered (Mensajes entregados)

El número de mensajes que se entregaron a los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula este número restando el número de mensajes devueltos de forma permanente del número de mensajes que se enviaron.

Links clicked (Enlaces en los que se ha hecho clic)

Si el destinatario de un mensaje hace clic en varios enlaces de un mensaje o hace clic en el mismo enlace más de una vez, esos clics se contarán como un clic si se producen en la misma hora. Varios clics que se realicen a distintas horas se contarán como clics independientes. Por ejemplo, si se hace clic en un enlace a las 8:30 y a las 8:45, contará como un clic, pero si se hace clic en el enlace a las 8:30 y a las 9:05, contará como dos clics porque la hora ha cambiado.

Endpoint deliveries (Entregas a puntos de enlace)

Número medio de puntos de enlace de correo electrónico distintos a los que se entregó el mensaje cada día. El gráfico muestra la cantidad de puntos de enlace de correo electrónico distintos en los que se entregó el mensaje, durante cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Delivery rate metrics (Métricas de porcentaje de entregas)

Esta sección proporciona las siguientes métricas relacionadas con la entrega de mensajes de esta campaña:

Delivery rate (Porcentaje de entregas)

El porcentaje de mensajes que se entregaron a los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo el número de mensajes que se entregaron entre el número de mensajes que se enviaron.

Email open rate (Porcentaje de correos electrónicos abiertos)

El porcentaje de mensajes que han abierto los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo el número de mensajes abiertos entre el número de mensajes entregados.

Bounce rate (Tasa de rebotes)

El porcentaje de mensajes que no se pudieron entregar a los destinatarios previstos. Esta métrica solo mide las devoluciones permanentes, es decir, los mensajes en los que la dirección de correo electrónico del destinatario tenía un problema permanente que impedía la entrega del mensaje. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo el número de mensajes devueltos entre el número de mensajes enviados.

Campaign runs (Ejecuciones de la campaña)

Esta sección proporciona las siguientes métricas relacionadas con el tiempo y la entrega de los mensajes cada vez que se ejecutó esta campaña:

Run date (Fecha de ejecución)

La fecha y la hora en que se realizó la ejecución de la campaña.

Endpoints targeted (Puntos de enlace seleccionados)

El número de puntos de enlace distintos a los que ha intentado enviar el mensaje como parte de la ejecución de la campaña.

Messages sent (Mensajes enviados)

El número de mensajes que se han enviado durante la ejecución de la campaña. Este número puede ser distinto del número de puntos de enlace seleccionados si el segmento de destino incluía direcciones de correo electrónico con formato incorrecto o que se sabía que producen

rebotes permanentes. Este número también omite los puntos de enlace que han cancelado la suscripción.

Messages delivered (Mensajes entregados)

El número de mensajes enviados en la ejecución de la campaña y que se entregaron a los destinatarios previstos.

Delivery rate (Porcentaje de entregas)

El porcentaje de mensajes que se enviaron desde la ejecución de la campaña y entregaron a los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo Mensajes entregados entre Mensajes enviados.

Total email opened (Total de correos abiertos)

El número de mensajes enviados en la ejecución de la campaña y abiertos por los destinatarios previstos. Debido a limitaciones técnicas, este valor solo incluye los destinatarios que abrieron el mensaje en un cliente de correo electrónico que admite imágenes.

Email open rate (Porcentaje de correos electrónicos abiertos)

El porcentaje de mensajes enviados desde la ejecución de la campaña y abiertos por los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo Total de correos electrónicos abiertos entre Mensajes entregados.

Bounce rate (Tasa de rebotes)

El porcentaje de mensajes que se han enviado en la ejecución de la campaña y no se pudieron entregar a los destinatarios previstos. Esta métrica mide solo las devoluciones permanentes. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo el número de mensajes devueltos durante la ejecución de la campaña de Mensajes entregados.

Campañas de notificaciones push

Cuando seleccione una campaña estándar que envía notificaciones push, verá los siguientes gráficos y métricas.

Campaign delivery counts (Recuentos de entregas de campaña)

En esta sección se proporcionan los siguientes gráficos y métricas que comparan el número de notificaciones push que se enviaron y entregaron para esta campaña:

Messages sent (Mensajes enviados)

El número de notificaciones push que se han enviado.

Messages delivered (Mensajes entregados)

El número de notificaciones de inserción que se entregaron a los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula este número restando el número de notificaciones que no se han podido entregar del número total de notificaciones que se han enviado.

Endpoint deliveries (Entregas a puntos de enlace)

Número medio de puntos de enlace de notificaciones push distintos a los que se entregó el mensaje cada día. El gráfico muestra el número de puntos de enlace de notificaciones push distintos a los que se entregó el mensaje, durante cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Campaign engagement rates (Tasas de interacción de la campaña)

En esta sección se proporcionan los siguientes gráficos y métricas que comparan los porcentajes de entrega e interacción de las notificaciones push enviadas por esta campaña:

Delivery rate (Porcentaje de entregas)

El porcentaje de notificaciones de inserción que se entregaron a los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo el número de notificaciones de inserción que se entregaron entre el número de notificaciones de inserción que se enviaron.

Push open rate (Porcentaje de notificaciones push abiertas)

El porcentaje de notificaciones de inserción que abrieron los destinatarios. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo el número de destinatarios que abrieron notificaciones de inserción enviadas por usted entre el número de notificaciones de inserción que se entregaron a los destinatarios.

Campaign sessions (Sesiones de campaña)

En esta sección se proporcionan los siguientes gráficos y métricas que comparan el número de veces que puntos de enlace distintos abrieron su aplicación en el plazo de 24 horas desde la recepción de una notificación push de esta campaña:

Total sessions (Total de sesiones)

El número de veces que los puntos de enlace abrieron la aplicación durante el periodo de tiempo seleccionado.

Sessions per endpoint (Sesiones por punto de conexión)

Muestra el número de veces que puntos de enlace distintos abrieron la aplicación en el plazo de 24 horas desde la recepción de la notificación push de la campaña, durante cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Campaign session heat map (Mapa térmico de la sesión de campaña)

Muestra los días y las horas en que los usuarios abrieron la aplicación después de recibir la notificación push de la campaña. Los rectángulos más oscuros representan números de usuarios más elevados. Las horas se basan en la zona horaria local de cada usuario.

Campaign units sold (Unidades de campaña vendidas)

En esta sección se proporcionan los siguientes gráficos y métricas que comparan el número de unidades compradas por puntos de enlace distintos en el plazo de 24 horas desde la recepción de una notificación push de esta campaña:

Total units sold (Total de unidades vendidas)

El número de unidades compradas por puntos de enlace durante el periodo de tiempo seleccionado.

Units sold per endpoint (Unidades vendidas por punto de enlace)

Muestra el número de compras efectuadas por puntos de enlace distintos en el plazo de 24 horas desde la recepción de la notificación push de la campaña, durante cada día del periodo de análisis.

Campaign runs (Ejecuciones de la campaña)

En esta sección se proporcionan las siguientes métricas relacionadas con el tiempo y la distribución de notificaciones push cada vez se ejecuta esta campaña:

Run date (Fecha de ejecución)

La fecha y la hora en que se realizó la ejecución de la campaña.

Endpoints targeted (Puntos de enlace seleccionados)

El número de puntos de enlace distintos a los que ha intentado enviar la notificación push como parte de la ejecución de la campaña.

Messages sent (Mensajes enviados)

El número de notificaciones push que se han enviado durante la ejecución de la campaña. Este número podría ser distinto del número de puntos de enlace seleccionados si el segmento de destino incluía tokens no válidos o puntos de enlace que han cancelado la suscripción.

Messages delivered (Mensajes entregados)

El número de notificaciones push enviadas en la ejecución de la campaña y entregadas a los destinatarios previstos.

Delivery rate (Porcentaje de entregas)

El porcentaje de notificaciones de inserción enviadas desde la ejecución de la campaña y entregadas a los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo Mensajes entregados entre Mensajes enviados.

Total push opened (Total de notificaciones push abiertas)

El número de notificaciones push enviadas en la ejecución de la campaña que fueron abiertas por los destinatarios previstos.

Push open rate (Porcentaje de notificaciones push abiertas)

El porcentaje de notificaciones de inserción enviadas desde la ejecución de la campaña y abiertas por los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo Total de inserciones abiertas entre Mensajes entregados.

Campañas de SMS

Cuando seleccionas una campaña estándar que utilice el SMS canal, verás los siguientes gráficos y métricas.

Delivery metrics (Métricas de entrega)

Esta sección proporciona las siguientes métricas relacionadas con la entrega de mensajes de esta campaña:

Messages sent (Mensajes enviados)

El número de mensajes que se han enviado.

Messages delivered (Mensajes entregados)

El número de mensajes que se entregaron a los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula este número restando el número de mensajes que no se han podido entregar del número de mensajes que se han enviado.

Delivery rate (Porcentaje de entregas)

El porcentaje de mensajes que se entregaron a los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo el número de mensajes que se entregaron entre el número de mensajes que se enviaron.

Endpoint deliveries (Entregas a puntos de enlace)

El número medio de SMS puntos de enlace únicos a los que se envió el mensaje cada día. El gráfico muestra el número de SMS puntos de enlace únicos a los que se envió el mensaje para cada día del período de tiempo seleccionado.

SMSGastar

En esta sección se muestra el número total de partes del SMS mensaje que enviaste para la campaña durante el período de tiempo seleccionado. También muestra la cantidad total y media de dinero que gastaste en USD enviar esas partes del mensaje.

Una parte de un mensaje es una parte de un SMS mensaje. Si un SMS mensaje contiene más caracteres que el número máximo de caracteres permitido por los operadores de telefonía móvil, Amazon Pinpoint divide automáticamente el mensaje en varias partes del mensaje y envía cada parte del mensaje al destinatario.

Campaign runs (Ejecuciones de la campaña)

Esta sección proporciona las siguientes métricas relacionadas con el tiempo y la entrega de los mensajes cada vez que se ejecutó esta campaña:

Run date (Fecha de ejecución)

La fecha y la hora en que se realizó la ejecución de la campaña.

Endpoints targeted (Puntos de enlace seleccionados)

El número de puntos de enlace distintos a los que ha intentado enviar el mensaje como parte de la ejecución de la campaña.

Messages sent (Mensajes enviados)

El número de mensajes que se han enviado durante la ejecución de la campaña. Este número podría ser distinto del número de puntos de enlace seleccionados si el segmento de destino incluye números de teléfono no válidos o puntos de enlace que han cancelado la suscripción.

Partes del mensaje enviadas

El número de partes de mensajes que se enviaron durante la ejecución de la campaña. Es posible que este número difiera del número de mensajes enviados. Este es el caso si el mensaje de la campaña contenía más caracteres que el número máximo permitido por los operadores de telefonía móvil.

Messages delivered (Mensajes entregados)

El número de mensajes enviados en la ejecución de la campaña que se entregaron a los destinatarios previstos.

Delivery rate (Porcentaje de entregas)

El porcentaje de mensajes que se enviaron desde la ejecución de la campaña y entregaron a los destinatarios previstos. Amazon Pinpoint calcula esta tasa dividiendo Mensajes entregados entre Mensajes enviados.

Gráficos de mensajes de transacciones

La página Transactional messaging (Mensajes de transacciones) proporciona gráficos y métricas que muestran la cantidad de mensajes de transacciones que ha enviado, y le ayuda a medir las respuestas de los destinatarios a estos mensajes. Por ejemplo, esta página muestra el número de mensajes de correo electrónico de transacciones que se entregaron, se abrieron, se devolvieron, se marcaron como spam o en los que se hizo clic.

Note

Los datos de esta página solo incluyen información de los mensajes de transacciones. No incluyen información de los mensajes que ha enviado mediante campañas. Para ver los datos de los mensajes enviados mediante campañas, utilice los [gráficos de campañas](#). Además, los datos nuevos pueden tardar hasta dos horas en aparecer en esta página.

⚠ Important

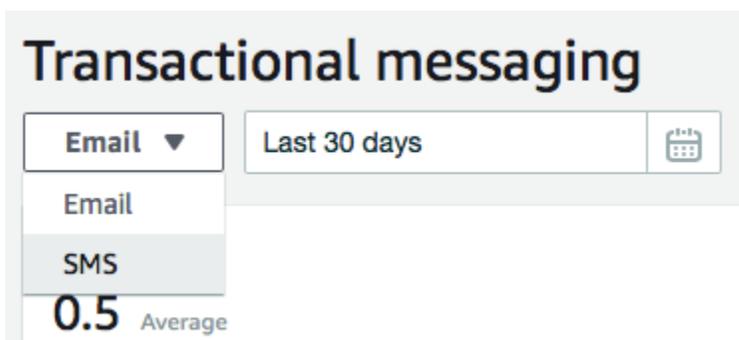
KPIs cálculos se realizan sobre datos particionados por hora debido al volumen de eventos. En determinadas circunstancias, los eventos que se aproximan al principio o al final de una hora se pueden escribir en la partición de la hora anterior o siguiente. Esto puede KPIs provocar una desviación de alrededor del uno por ciento.

Visualización de los gráficos de mensajes de transacciones

Siga los pasos que se describen a continuación para ver los gráficos y las métricas de la página Mensajes de transacciones en la consola de Amazon Pinpoint. Puede filtrar los datos por canal y fecha.

Para ver y filtrar los gráficos y las métricas de mensajes de transacciones

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto cuyos datos de mensajes de transacciones desee consultar.
3. En el panel de navegación, en Analytics (Análisis), elija Transactional messaging (Mensajes de transacciones).
4. Utilice el menú de la parte superior de la página para elegir si desea mostrar los datos de los correos electrónicos o los SMS mensajes transaccionales, como se muestra en la siguiente imagen:



5. (Opcional) Para aplicar un filtro que muestre los datos de una fecha específica o un intervalo de fechas, utilice el selector de fechas de la parte superior de la página para elegir las fechas para el periodo de tiempo que desee. Después de elegir nuevas fechas, la página se actualiza para mostrar los datos del periodo de tiempo seleccionado.

Descripciones de los gráficos

La página de mensajería transaccional contiene varios gráficos y métricas que proporcionan información sobre cómo han respondido los destinatarios a los correos electrónicos y SMS mensajes transaccionales que enviaste durante el período de tiempo seleccionado.

En el SMS caso de los mensajes, esta página también proporciona información sobre el número y el precio de las partes del mensaje que has enviado. Una parte de un mensaje es una parte de un SMS mensaje. Si un SMS mensaje contiene más caracteres que el número máximo de caracteres permitido por los operadores de telefonía móvil, Amazon Pinpoint divide automáticamente el mensaje en varias partes del mensaje. Cada parte de mensaje contiene cierta información adicional sobre la parte anterior del mensaje. Cuando un dispositivo del destinatario recibe mensajes separados de esta forma, utiliza esta información adicional para unir las partes del mensaje entrantes en un único mensaje.

Gráficos transaccionales SMS

Cuando utilizas el selector de canales para mostrar los datos de los SMS mensajes transaccionales, ves los siguientes gráficos y métricas:

Messages sent (Mensajes enviados)

Muestra el número de mensajes que ha enviado:

- Promedio: el número medio de mensajes que se enviaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.
- Total: el número total de mensajes que se enviaron durante el periodo de tiempo seleccionado.
- Periodo de cambio: el porcentaje de cambio entre el número de mensajes que se enviaron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se envió ningún mensaje el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

El gráfico muestra el número total de mensajes que se enviaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Partes de mensajes enviadas

Muestra el número de partes de mensajes que envió:

- Promedio: el número medio de partes de mensajes que se enviaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.

- **Total:** el número total de partes de mensajes que se enviaron durante el periodo de tiempo seleccionado.
- **Periodo de cambio:** el porcentaje de cambio entre el número de partes de mensajes que se enviaron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se envió ninguna parte de mensaje el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

El gráfico muestra el número total de partes de mensajes que se enviaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Entregas

Muestra el número de mensajes que se entregaron a los destinatarios:

- **Promedio:** el número medio de mensajes que se entregaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.
- **Total:** el número total de mensajes que se entregaron durante el periodo de tiempo seleccionado.
- **Periodo de cambio:** el porcentaje de cambio entre el número de mensajes que se entregaron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se entregó ningún mensaje el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

El gráfico muestra el número total de mensajes que se entregaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Existen varios factores que podrían provocar que estos valores sean distintos del número medio y total de mensajes enviados. Por ejemplo, si envías un SMS mensaje a un número de teléfono que no existe, se cuenta como enviado, pero no como entregado.

Delivery rate (Porcentaje de entregas)

Muestra el porcentaje medio de mensajes que se enviaron y entregaron a los destinatarios durante el periodo de tiempo seleccionado. Amazon Pinpoint calcula la tasa de entrega media calculando primero la tasa de entrega diaria para cada día del periodo de tiempo. (La tasa de entrega diaria es el número de mensajes que se entregaron en un día determinado dividido por el número de mensajes que se enviaron ese día). A continuación, Amazon Pinpoint calcula la suma de las tasas de envío diarias y divide la suma entre el número de días del periodo de tiempo.

En esta sección también se muestra el porcentaje de cambio entre los porcentajes de entregas diarias del primer y del último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se entregó ningún mensaje el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero por ciento (0%) durante el primer día del periodo de tiempo.

El gráfico muestra el porcentaje de entregas de cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Messages by country or region (Mensajes por país o región)

Muestra una lista de todos los países a los que se enviaron mensajes durante el periodo de tiempo seleccionado. Para cada país, esta tabla muestra el número de mensajes que envió a los destinatarios de ese país (Mensajes enviados), el número de partes de mensajes que envió a los destinatarios de ese país (Partes de mensajes enviadas), el número de mensajes que se entregaron a los destinatarios en ese país (Mensajes entregados) y el precio medio que ha pagado por cada parte de mensaje que ha enviado a un destinatario de ese país (Precio medio por parte).

Message delivery errors (Errores de entrega de mensajes)

Muestra el número de errores que se produjeron como resultado de los mensajes enviados durante el periodo de tiempo seleccionado. Para ver una lista de todos los tipos de errores que se produjeron, expande la sección Mostrar todos los SMS errores. Para cada error, en esta sección se muestra el número de veces que se produjo en el periodo seleccionado (Total over period (Total del periodo)), el número medio de veces que se produjo cada día (Average over period (Media del periodo)) y el porcentaje de cambio en el número de errores que se produjeron entre el primer y el último día del periodo de tiempo (Change over period (Cambio durante el periodo)).

Gráficos de correo electrónico de transacciones

Cuando utilice el selector de canales para mostrar los datos de mensajes de correo electrónico de transacciones, verá los siguientes gráficos y métricas:

Envíos

Muestra el número de mensajes que se han enviado:

- Promedio: el número medio de mensajes que se enviaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.
- Total: el número total de mensajes que se enviaron durante el periodo de tiempo seleccionado.

- **Periodo de cambio:** el porcentaje de cambio entre el número de mensajes que se enviaron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se envió ningún mensaje el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

El gráfico muestra el número total de mensajes que se enviaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Entregas

Muestra el número de mensajes que se entregaron a los destinatarios:

- **Promedio:** el número medio de mensajes que se entregaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.
- **Total:** el número total de mensajes que se entregaron durante el periodo de tiempo seleccionado.
- **Periodo de cambio:** el porcentaje de cambio entre el número de mensajes que se entregaron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se entregó ningún mensaje el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

El gráfico muestra el número total de mensajes que se entregaron cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Existen varios factores que podrían provocar que estos valores sean distintos del número medio y total de mensajes enviados. Por ejemplo, si un mensaje se devuelve, se contabiliza como enviado, pero no como entregado.

Aperturas

El número de mensajes que han abierto los destinatarios.

- **Promedio:** el número medio de mensajes que se abrieron cada día, de los mensajes enviados durante el periodo de tiempo seleccionado.
- **Total:** el número total de mensajes que se abrieron, de los mensajes enviados durante el periodo de tiempo seleccionado
- **Periodo de cambio:** el porcentaje de cambio entre el número de mensajes que se abrieron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se abrió ningún mensaje el primer día del periodo de tiempo. Amazon

Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

El gráfico muestra el número total de mensajes que se abrieron cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Amazon Pinpoint agrega una imagen transparente muy pequeña al final de cada mensaje de transacciones que envía. Cuando un destinatario abre un mensaje que contiene una de estas imágenes, su cliente de correo electrónico descarga la imagen de nuestros servidores. Si un mensaje se abre una o varias veces en la misma hora, se contará como un mensaje abierto. Las múltiples aperturas que se realizan a distintas horas se contarán como aperturas independientes. Por ejemplo, un mensaje se abre a las 8:30 y a las 8:45, contará como una apertura, pero si se abre el enlace a las 8:30 y a las 9:05, contará como dos aperturas porque la hora ha cambiado.

Clics

Muestra el número de veces que los destinatarios hicieron clic en los enlaces de los mensajes:

- Promedio: el número medio de clics que se produjeron cada día del periodo de tiempo seleccionado.
- Total: el número total de clics que se produjeron durante el periodo de tiempo seleccionado.
- Periodo de cambio: el porcentaje de cambio entre el número de clics que se produjeron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se produjo ningún clic el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

El gráfico muestra el número total de clics de cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Cuando se envía un mensaje que contiene enlaces, Amazon Pinpoint sustituye esos enlaces por otros que hacen referencia a nuestros servidores. Cuando un destinatario hace clic en uno de estos enlaces, redirigimos al destinatario a la ubicación prevista y contabilizamos el clic. Si el destinatario de un mensaje hace clic en varios enlaces de un mensaje o hace clic en el mismo enlace más de una vez, esos clics se contarán como un clic si se producen en la misma hora. Varios clics que se realicen a distintas horas se contarán como clics independientes. Por ejemplo, si se hace clic en un enlace a las 8:30 y a las 8:45, contará como un clic, pero si se hace clic en el enlace a las 8:30 y a las 9:05, contará como dos clics porque la hora ha cambiado.

Reclamaciones

Muestra el número de mensajes que los destinatarios marcaron como spam:

- Promedio: el número medio de mensajes de los que se informó como spam cada día del periodo de tiempo seleccionado.
- Total: el número total de mensajes de los que se informó como spam durante el periodo de tiempo seleccionado.
- Periodo de cambio: el porcentaje de cambio entre el número de mensajes de los que se informó como spam en el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se informó de ningún mensaje como spam el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

El gráfico muestra el número total de mensajes que se marcaron como spam cada día del periodo de tiempo seleccionado.

Cuando un destinatario aplica la función Mark as Spam (Marcar como spam) u otra similar a un mensaje mediante su cliente de correo electrónico, el proveedor de correo electrónico del destinatario nos comunica que el mensaje se marcó como spam.

Delivery rate (Porcentaje de entregas)

Muestra el porcentaje medio de mensajes que se enviaron y entregaron a los destinatarios durante el periodo de tiempo seleccionado. Amazon Pinpoint calcula la tasa de entrega media calculando primero la tasa de entrega diaria para cada día del periodo de tiempo. (La tasa de entrega diaria es el número de mensajes que se entregaron en un día determinado dividido por el número de mensajes que se enviaron ese día). A continuación, Amazon Pinpoint calcula la suma de las tasas de envío diarias y divide la suma entre el número de días del periodo de tiempo.

En esta sección también se muestra el porcentaje de cambio entre los porcentajes de entregas diarias del primer y del último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se entregó ningún mensaje el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero por ciento (0%) durante el primer día del periodo de tiempo.

Bounce rate (Tasa de rebotes)

Muestra el porcentaje medio de mensajes devueltos durante el periodo de tiempo seleccionado. Amazon Pinpoint calcula la tasa de devolución media calculando primero la tasa de devolución diaria para cada día del periodo de tiempo que seleccione. (La tasa de devolución diaria es el número de mensajes que se devolvieron en un día determinado dividido por el número de mensajes que se enviaron ese día). A continuación, Amazon Pinpoint calcula la suma de las tasas de devolución diarias y divide la suma entre el número de días del periodo de tiempo.

En esta sección también se muestra el porcentaje de cambio entre los porcentajes de rebotes diarios del primer y del último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no devolvió ningún mensaje el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero por ciento (0%) durante el primer día del periodo de tiempo.

Complaint rate (Tasa de reclamaciones)

Muestra el porcentaje medio de mensajes de los que los destinatarios informaron como spam durante el periodo de tiempo seleccionado. Amazon Pinpoint calcula la tasa de reclamaciones media calculando primero la tasa de reclamaciones diaria para cada día del periodo de tiempo que seleccione. (La tasa de reclamaciones diaria es el número de mensajes del que se informó como spam en un día determinado dividido por el número de mensajes que se enviaron ese día). A continuación, Amazon Pinpoint calcula la suma de las tasas de reclamaciones diarias y divide la suma entre el número de días del periodo de tiempo.

En esta sección también se muestra el porcentaje de cambio entre los porcentajes de reclamaciones diarias del primer y del último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se informó de ningún mensaje como spam el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero por ciento (0%) durante el primer día del periodo de tiempo.

Unique user events (Eventos de usuario distintos)

Muestra el número de destinatarios distintos que abrieron mensajes (Unique message opens (Mensajes distintos abiertos)) e hicieron clic en enlaces de los mensajes (Unique message clicks (Clics en mensajes distintos)):

- Promedio: el número medio de eventos de apertura o clics que se produjeron cada día del periodo de tiempo seleccionado.
- Total: el número total de eventos de apertura o clics que se produjeron durante el periodo de tiempo seleccionado.
- Periodo de cambio: el porcentaje de cambio entre el número de eventos de apertura o clics que se produjeron el primer y el último día del periodo de tiempo seleccionado. Si este valor es un guion largo (—), significa que no se produjo ningún evento de apertura o clics el primer día del periodo de tiempo. Amazon Pinpoint no puede calcular el porcentaje de cambio si el valor es cero (0) durante el primer día del periodo de tiempo.

El gráfico muestra el número total de destinatarios distintos que abrieron mensajes e hicieron clic en enlaces de los mensajes cada día del periodo de tiempo seleccionado.

A diferencia de las métricas Opens (Abiertos) y Clicks (Clics), estas métricas muestran el número de destinatarios distintos que han abierto mensajes o han hecho clic en ellos, en lugar del número total de mensajes que se abrieron y de eventos de clic que se produjeron. Es decir, si un mismo usuario abre un mensaje cinco veces, el gráfico Opens (Abiertos) mostraría cinco eventos de apertura, pero este gráfico solo mostraría un único evento de apertura.

Bounce and complaint events (Eventos de rebotes y reclamaciones)

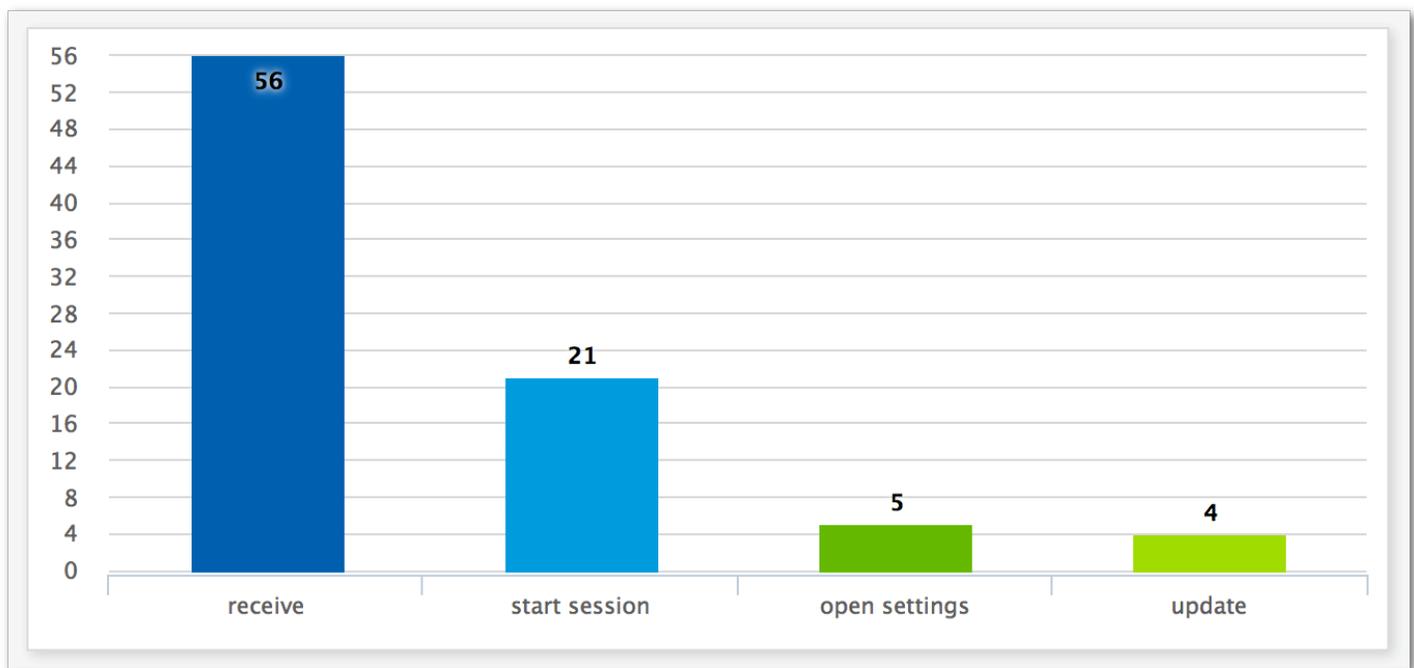
Este gráfico muestra los números de rebotes temporales, rebotes permanentes y reclamaciones que se han producido cada día del periodo seleccionado. Los rebotes temporales suelen ser de naturaleza provisional. Por ejemplo, si la bandeja de entrada del destinatario está llena o su servidor de correo electrónico se encuentra temporalmente sin conexión en el momento de intentar entregar el mensaje, lo contabilizamos como un rebote temporal. Los rebotes permanentes son definitivos. Por ejemplo, si la dirección de correo electrónico de un destinatario no existe o su servidor de correo electrónico no acepta mensajes del dominio del remitente, lo contabilizamos como un rebote permanente.

Creación de gráficos de embudo con Amazon Pinpoint

Puede utilizar Amazon Pinpoint para analizar embudos, que son gráficos que muestran cuántos usuarios completan cada paso de una serie de pasos. Por ejemplo, la serie de pasos de un embudo puede ser un proceso de conversión que resulte en una compra (como en una cesta de la compra) o en cualquier otro comportamiento de los usuarios deseado.

Al monitorear los embudos, puede evaluar si las tasas de conversión han mejorado debido a los cambios realizados en la aplicación o debido a una campaña de Amazon Pinpoint.

Después de especificar qué pasos forman parte del embudo, la página Create a funnel (Crear un embudo) muestra un gráfico como el siguiente ejemplo:



Este gráfico de ejemplo muestra el porcentaje de los usuarios que completaron cada paso del proceso de actualización de una aplicación. Si se comparan los valores entre las columnas, es posible determinar las tasas de disminución entre los pasos. En este ejemplo, existe una disminución del 35 por ciento entre los usuarios que reciben una notificación y los que inician sesión en la aplicación. Además, existe una disminución del 19 por ciento entre los usuarios que inician una sesión y los que abren la página de configuración de la aplicación.

Para crear un embudo, se especifica cada evento que forma parte del proceso de conversión que se desea analizar. Cuando se añaden eventos al embudo, es posible elegir cualquier evento notificado por la aplicación. La aplicación puede notificar los siguientes tipos de eventos:

- **Eventos estándar:** incluyen los eventos que se notifican automáticamente cuando se inicia o se detiene una sesión de la aplicación. Los nombres de los tipos de evento de los eventos estándar se indican con el prefijo de un guion bajo, como en `_session.start`. Los eventos estándar también incluyen eventos de monetización que registran las compras desde la aplicación.
- **Eventos personalizados:** usted los define para monitorear las actividades específicas en la aplicación. Algunos ejemplos son completar un nivel en un juego, publicar en redes sociales o configurar determinadas preferencias de la aplicación.

Para obtener información sobre cómo configurar la aplicación para registrar eventos, consulte [the section called “Transmisión en streaming de datos de eventos”](#).

Habilitación de embudos

Para ofrecerte la mejor experiencia posible, ocultamos estos informes de embudos si no los ha usado en los últimos 90 días.

Si la página embudos muestra un mensaje que indica que los informes de embudos están ocultos, elija Enable funnels (Habilitar embudos). Cuando lo hagas, comenzaremos a restaurar los embudos de tu cuenta en la AWS región actual. Dependiendo de la cantidad de datos asociados a su cuenta, este proceso puede tardar hasta 72 horas en completarse.

Creación de embudos

Si los datos de embudos de la cuenta de Amazon Pinpoint ya se han cargado, puede empezar a crear nuevos embudos.

Para crear un embudo

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página All projects (Todos los proyectos), elija el proyecto para el que desee crear un embudo.
3. En el panel de navegación, en Analytics (Análisis), elija Funnels (Embudos).
4. Elija Create a funnel (Crear un embudo).
5. En Funnel name (Nombre del embudo), escriba un nombre para el embudo.
6. Elija los eventos que desea añadir al gráfico de embudo. Para cada evento, especifique lo siguiente:
 - Nombre de serie: un nombre para el gráfico de eventos.
 - Evento: el tipo de evento del que se informa a Amazon Pinpoint.
 - Atributos: los pares de atributo-valor asignados a los eventos que desea agregar al gráfico.
7. Para añadir más eventos, seleccione Create another series (Crear otra serie). También puede copiar un evento seleccionando Duplicate this series (Duplicar esta serie)).

Transmisión de eventos con Amazon Pinpoint

Amazon Pinpoint puede transmitir los datos de participación y uso de las aplicaciones, conocidos como datos de eventos, a AWS servicios compatibles que ofrecen más opciones de análisis y almacenamiento. Los datos de eventos se pueden usar para solucionar problemas viendo eventos

individuales o para ver eventos individuales de clientes, consulte [Transmisión de eventos de Amazon Pinpoint a Kinesis](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Después de integrar la aplicación con Amazon Pinpoint, informa de los eventos, como el número de sesiones iniciadas por los usuarios. Amazon Pinpoint proporciona estos datos en la consola, en los gráficos de análisis y en las métricas relativos a dicha aplicación. Los datos de análisis también muestran los eventos de campaña generados por Amazon Pinpoint, como, por ejemplo, el número de dispositivos a los que una campaña ha enviado mensajes.

Amazon Pinpoint retiene estos datos durante 90 días. Para mantener estos datos durante un periodo indefinido o para analizarlos con herramientas y consultas personalizadas, puede configurar Amazon Pinpoint para que envíe datos de eventos a Amazon Kinesis.

Temas de esta sección:

- [Acerca de Amazon Kinesis](#)
- [Transmisión de eventos de Amazon Pinpoint a Kinesis](#)

Acerca de Amazon Kinesis

La plataforma Kinesis ofrece servicios que puede utilizar para cargar y analizar datos de transmisión en AWS. Puede configurar Amazon Pinpoint para enviar eventos de aplicaciones, campañas y viajes a Amazon Kinesis Data Streams o Amazon Data Firehose. Al transmitir los eventos en streaming, permitirá que las opciones de análisis de datos sean más flexibles, por ejemplo:

- Hacer converger los eventos de varias aplicaciones en una sola secuencia para poder analizar estos datos como una colección.
- Análisis de eventos con AWS servicios de consultas. Por ejemplo, puedes usar Amazon Managed Service para Apache Flink para ejecutar SQL consultas sobre datos de streaming.

Acerca de Amazon Kinesis Data Streams

Amazon Kinesis Data Streams es un servicio que se puede utilizar para crear aplicaciones personalizadas que procesen o analicen los datos de transmisión. Por ejemplo, transmitir los eventos a Kinesis Data Streams resulta útil si desea utilizar los datos de eventos en paneles personalizados, generar alertas basadas en eventos o responder a eventos de forma dinámica.

Para obtener más información, consulte la [Guía para desarrolladores de Amazon Kinesis Data Streams](#).

Acerca de Amazon Data Firehose

Amazon Data Firehose es un servicio que puede utilizar para entregar sus datos de streaming a los almacenes de AWS datos, incluidos Amazon Simple Storage Service (Amazon S3), Amazon Redshift o Amazon Service (Service). OpenSearch OpenSearch Por ejemplo, transmitir tus eventos a Firehose es útil si quieres:

- Utilice sus propias aplicaciones y herramientas de análisis para analizar los eventos en Amazon S3, Amazon Redshift o OpenSearch Service.
- Envíe sus eventos a Amazon S3 para poder escribir SQL consultas sobre estos datos con Amazon Athena.
- Realice una copia de seguridad de los datos de los eventos para almacenarlos a largo plazo en Amazon S3.

Para obtener más información, consulte la Guía para [desarrolladores de Amazon Data Firehose](#).

Transmisión de eventos de Amazon Pinpoint a Kinesis

La plataforma Kinesis ofrece servicios que puede utilizar para cargar y analizar datos de transmisión en AWS. Puede configurar Amazon Pinpoint para enviar eventos de aplicaciones, campañas y recorridos a Amazon Kinesis Data Streams para el procesamiento mediante aplicaciones externas o herramientas de análisis de terceros. También puede configurar Amazon Pinpoint para que transmita los datos de este evento a almacenes de AWS datos (como Amazon Redshift) mediante Amazon Data Firehose.

Requisitos previos

Antes de completar el procedimiento de esta sección, cree una transmisión de Amazon Kinesis o una transmisión de entrega de Firehose en la misma cuenta en la que utiliza Amazon Pinpoint. Para obtener más información sobre la creación de secuencias de Kinesis, consulte [Creación y actualización de flujos de datos](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Kinesis Data Streams. Para obtener más información sobre la creación de transmisiones de entrega de Firehose, consulte [Creación de una transmisión de entrega de Amazon Data Firehose en la Guía](#) para desarrolladores de Amazon Data Firehose.

Si lo desea, puede crear un IAM rol que otorgue permiso para enviar datos a su transmisión. Si no crea este rol, Amazon Pinpoint puede crear uno por usted. Para obtener más información sobre la

creación manual de esta política, consulte la [IAMfunción de transmisión de eventos a Kinesis en la Guía para](#) desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Configuración de la transmisión de eventos en streaming

Complete los siguientes pasos en Amazon Pinpoint para configurar la transmisión de eventos.

Note

Si aún no ha creado una transmisión de Amazon Kinesis, vaya a la consola de Amazon Kinesis en <https://console.aws.amazon.com/kinesis>. Para obtener más información sobre la creación de transmisiones, consulte la Guía para desarrolladores de [Amazon Kinesis Data Streams](#) o la [Guía para desarrolladores](#) de [Amazon Data Firehose](#).

Compruebe que tiene los permisos para configurar y enviar a la transmisión. Para obtener más información sobre los permisos, consulte la [IAMfunción de transmisión de eventos a Kinesis](#)

Para configurar la transmisión de eventos en streaming

1. Inicie sesión en la consola de Amazon Pinpoint AWS Management Console y ábrala en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En la página Todos los proyectos, elija el proyecto para el que desea configurar el flujo de datos.
3. En el panel de navegación, en Configuración, elija Secuencia de eventos.
4. En la sección Servicios, elija Editar.
5. Elija Transmisión a Amazon Kinesis.
6. En Elegir un tipo de flujo, elija una de las siguientes opciones:
 - Enviar eventos a Amazon Kinesis Data Stream: elija esta opción si desea enviar datos de eventos de Amazon Pinpoint a una aplicación externa para su análisis.
 - Enviar eventos a una transmisión de Amazon Data Firehose: elija esta opción si desea enviar los datos de los eventos a un almacén de AWS datos, como Amazon Redshift.
7. Para la transmisión de Amazon Kinesis, elija la transmisión de Amazon Kinesis que desee utilizar para exportar los datos.

Note

Si aún no ha creado una transmisión de Amazon Kinesis, vaya a la consola de Amazon Kinesis en <https://console.aws.amazon.com/kinesis>. Para obtener más información sobre la creación de transmisiones, consulte la Guía para desarrolladores de [Amazon Kinesis Data Streams](#) o la Guía para desarrolladores de [Amazon Data Firehose](#).

8. En IAM función, elija una de las siguientes opciones:
 - Usar un rol existente: elija esta opción para que Amazon Pinpoint asuma un IAM rol que ya existe en su cuenta. El rol que seleccione deberá permitir la acción de `firehose:PutRecordBatch`. Para obtener un ejemplo de una política que permite esta acción, consulte [Políticas permisos](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.
 - Crear un rol automáticamente: elija esta opción para crear automáticamente un IAM rol con los permisos necesarios. Este rol autoriza a Amazon Pinpoint a enviar datos a la secuencia que eligió en el paso 7.
9. Seleccione Guardar.

A medida que Amazon Pinpoint recibe los eventos para el proyecto, envía estos datos a la transmisión de Kinesis. Para obtener información sobre los datos que Amazon Pinpoint envía para un evento, consulte [Transmisión de eventos de Amazon Pinpoint a Kinesis](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Configuración de análisis de aplicaciones web y móviles

Utilice las páginas Análisis de aplicaciones móviles y Análisis de aplicaciones web como guías para ayudarle a integrar y configurar las aplicaciones móviles y web para enviar datos de uso a Amazon Pinpoint. Estos datos incluyen métricas que pueden ayudarle a determinar el uso que hacen los clientes de las aplicaciones. Por ejemplo, puede determinar cuántos clientes han iniciado sesión en la aplicación en los últimos 30 días, cuántos clientes utilizaron una característica específica de la aplicación y el porcentaje de clientes que entraron en la aplicación desde un tipo de dispositivo concreto. Puede utilizar estos datos para mejorar la capacidad de uso de las aplicaciones y aumentar la conexión con los clientes, su satisfacción y la permanencia.

Plantillas de mensajes de Amazon Pinpoint

Si diseña y envía con frecuencia un determinado tipo de mensaje, como un boletín semanal o un recordatorio de cita, puede crearlo y guardarlo como plantilla de mensaje. A continuación, puede utilizar la plantilla como punto de partida cada vez que necesite enviar ese tipo de mensaje, en lugar de diseñar y escribir el mensaje de nuevo.

Una plantilla de mensaje es un conjunto de contenido y configuración que puede crear, guardar y, a continuación, volver a utilizar en los mensajes que envíe para cualquiera de los proyectos de Amazon Pinpoint. Al crear una plantilla de mensaje, debe especificar el contenido que quiere reutilizar en varios componentes de los mensajes basados en la plantilla.

Estos componentes se denominan partes de la plantilla. Pueden contener texto estático, contenido personalizado, imágenes y otros elementos de diseño, en función del tipo de plantilla. Un elemento de plantilla también puede contener configuración específica del canal. Por ejemplo, un elemento de plantilla en una plantilla de notificación de inserción puede especificar un sonido personalizado que reproducir o una imagen que mostrar cuando un destinatario recibe una notificación de inserción basada en la plantilla.

Al crear un mensaje, puede elegir una plantilla que se utilizará para el mensaje. Si elige una plantilla, Amazon Pinpoint rellena el mensaje con el contenido y la configuración de la plantilla.

Puede diseñar los siguientes tipos de plantillas de mensaje en Amazon Pinpoint:

- Plantillas de correo electrónico para mensajes de correo electrónico que envíe desde campañas o recorridos, o a una audiencia limitada como mensajes directos o de prueba.
- Plantillas de notificación push para notificaciones push que envíe desde campañas o a una audiencia limitada como mensajes directos o de prueba.
- Plantillas de SMS para mensajes de texto de SMS que envíe desde campañas o a una audiencia limitada como mensajes directos o de prueba.
- Plantillas de voz para mensajes de voz que envíe como mensajes directos o de prueba.

Además de admitir varios tipos de plantillas de mensajes, Amazon Pinpoint admite el control de versiones de plantillas de mensajes. El control de versiones proporciona una forma de diseñar y cambiar una plantilla a lo largo del tiempo, al tiempo que crea y mantiene un historial de la plantilla. El control de versiones también proporciona una forma de especificar qué versión de una plantilla

se puede utilizar en los mensajes. Para obtener más información sobre las versiones de plantillas, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).

En los temas de este capítulo se explica cómo crear y administrar plantillas de mensajes para la cuenta de Amazon Pinpoint.

Temas

- [Creación de plantillas de correo electrónico](#)
- [Creación de plantillas integradas en la aplicación](#)
- [Creación de plantillas de notificaciones push](#)
- [Creación de plantillas de SMS](#)
- [Creación de plantillas de voz](#)
- [Adición de contenido personalizado a plantillas de mensajes](#)
- [Uso de ayudantes de plantillas de mensajes](#)
- [Administración de plantillas de mensaje](#)
- [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#)

Creación de plantillas de correo electrónico

Una plantilla de correo electrónico es un tipo de plantilla de mensaje que incluye el contenido y la configuración que desea crear, guardar y reutilizar en los mensajes de correo electrónico que envía para cualquiera de los proyectos de Amazon Pinpoint. Puede utilizar una plantilla de correo electrónico en cualquier tipo de mensaje de correo electrónico que cree y envíe mediante Amazon Pinpoint.

Cuando cree una plantilla de correo electrónico, deberá especificar el contenido y a configuración que quiera reutilizar en varios componentes de los mensajes de correo electrónico basados en la plantilla. Estos componentes, denominados partes de la plantilla, pueden ser el asunto del mensaje, el cuerpo del mensaje o ambos. El contenido puede ser texto estático, contenido personalizado, imágenes u otros elementos de diseño. Un elemento de plantilla también puede ser una configuración, como el cuerpo del mensaje que se va a utilizar si la aplicación de correo electrónico de un destinatario no muestra contenido HTML.

Al crear un mensaje de correo electrónico basado en una plantilla, Amazon Pinpoint rellena el mensaje con el contenido y la configuración que definió en la plantilla.

Para crear una plantilla de correo electrónico

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. Seleccione Crear plantilla.
4. En Channel (Canal), elija Email.
5. En Template details (Detalles de la plantilla), escriba el nombre de la plantilla en Template name (Nombre de plantilla). El nombre debe comenzar con una letra o un número. Puede contener un máximo de 128 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, guiones bajos (_) o guiones (-).
6. De forma opcional, en Version description (Descripción de la versión), escriba una breve descripción de la plantilla. La descripción puede contener hasta 500 caracteres.
7. En Email details (Detalles de correo electrónico), utilice las siguientes opciones para especificar el contenido de los mensajes que utilizan la plantilla:
 - En Subject (Asunto), escriba el texto que desea mostrar en la línea de asunto del mensaje.
 - En Message (Mensaje), escriba el contenido que desea mostrar en el cuerpo del mensaje.

Tip

Para el cuerpo del mensaje, puede especificar el contenido mediante la vista de HTML o de diseño. Con la vista HTML, puede introducir manualmente el contenido HTML, incluidos el formato, los enlaces y otras funcionalidades que desee incluir en el mensaje. En la vista Diseño, puede utilizar un editor de texto enriquecido para introducir el contenido. Utilice la barra de herramientas de formato para aplicar formato y agregar enlaces y otras características al contenido. Para cambiar de vista, elija HTML o Design (Diseño) en el selector de vistas situado encima del editor de mensajes.

También puede incluir contenido personalizado en el asunto y el cuerpo de la plantilla. Para ello, agregue variables de mensaje que hagan referencia a atributos específicos que usted o Amazon Pinpoint crearon como, por ejemplo, un atributo que almacena el nombre de un usuario. Al utilizar variables de mensaje, puede mostrar contenido distinto para cada destinatario de un mensaje que utiliza la plantilla. Para usar una variable de mensaje, elija el nombre de un atributo existente en el buscador de atributos. Amazon Pinpoint crea una variable de mensaje para el atributo y la copia

en el portapapeles. Pegue la variable en la ubicación que desee. Para obtener más información, consulte [Adición de contenido personalizado a plantillas de mensajes](#).

8.

Note

Debe configurar una función de envío de orquestación de correo electrónico antes de poder utilizar los encabezados de correo electrónico. Para obtener más información, consulte [Creación de una función de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#).

En Encabezados, selecciona Añadir nuevos encabezados para añadir hasta 15 encabezados para el mensaje de correo electrónico. Para obtener una lista de los encabezados compatibles, consulte los [campos de encabezado de Amazon SES](#) en la [Guía para desarrolladores de Amazon Simple Email Service](#).

- En Nombre, ingrese el nombre del encabezado.
- En Valor, introduzca el valor del encabezado.

(Opcional) Para añadir un enlace para cancelar la suscripción con un clic a un correo electrónico promocional, añada los dos encabezados siguientes:

1. Crea un encabezado con List-Unsubscribe el nombre y establece el valor en el enlace para cancelar la suscripción. El enlace debe admitir las solicitudes HTTP POST para procesar la solicitud de cancelación de suscripción del destinatario.
 2. Cree un encabezado con List-Unsubscribe-Post el nombre y defina el valor en List-Unsubscribe=One-Click.
9. De forma opcional, en Plain text version (Versión de texto sin formato), introduzca el contenido que desea mostrar en el cuerpo de los mensajes que utilizan la plantilla y que se envían a los destinatarios cuyas aplicaciones de correo electrónico no muestran contenido HTML.
 10. Si ha añadido contenido personalizado a la plantilla utilizando variables de mensaje, especifique un valor predeterminado para cada variable. Si lo hace, Amazon Pinpoint sustituye la variable por el valor que especifique, si un valor correspondiente no existe para un destinatario. Le recomendamos que haga esto para cada variable de la plantilla.

Para especificar valores predeterminados para variables, amplíe la sección Default attribute values (Valores de atributo predeterminados). A continuación, introduzca el valor predeterminado que desea utilizar para cada variable. Si no especifica un valor predeterminado y no existe ningún valor para el destinatario, Amazon Pinpoint no enviará el mensaje.

11. Cuando termine de introducir contenido y configuración para la plantilla, elija Create (Crear).

Si desea probar la plantilla antes de utilizarla en un mensaje de correo electrónico que vaya a enviar a los usuarios, puede [enviar un mensaje de prueba](#) que utilice la plantilla. Si lo hace, asegúrese de completar primero el paso 9 para especificar los valores predeterminados para todas las variables de la plantilla. De lo contrario, es posible que el mensaje no se envíe o que no se procese correctamente.

Incluir enlaces para cancelar la suscripción en las plantillas de mensajes

Incluir un enlace para cancelar la suscripción en el correo electrónico es una práctica recomendada y, en algunos países, es un requisito legal. En los enlaces para cancelar la suscripción, puede incluir un atributo especial, `ses:tags="unsubscribeLinkTag:valor"`, donde el *valor* es cualquier valor que defina. Si un destinatario hace clic en un enlace que contiene este atributo especial, Amazon Pinpoint lo cuenta como un evento de exclusión con fines analíticos (por ejemplo, en la métrica de porcentaje de exclusión de la [página de información general de análisis](#)). En el siguiente ejemplo se muestra la sintaxis para este tipo de enlace:

```
<a ses:tags="unsubscribeLinkTag:optout" href="https://www.example.com/preferences">Unsubscribe</a>
```

Si tu plantilla incluye un enlace con este atributo, aún necesitas desarrollar un sistema para gestionar las solicitudes de exclusión. Para ver un ejemplo de un sistema que procesa las solicitudes de exclusión, consulte la [solución Amazon Pinpoint Preference Center](#) en la biblioteca de AWS soluciones.

Note

La solución Amazon Pinpoint Preference Center ahora es orientativa. La solución ya no se puede implementar, pero el diagrama arquitectónico y el código se han dejado como referencia.

Creación de plantillas integradas en la aplicación

Una plantilla integrada en la aplicación es una plantilla para los mensajes que envía desde Amazon Pinpoint a los usuarios de la aplicación. Use plantillas integradas en la aplicación para crear, guardar y reutilizar la configuración y el contenido de los mensajes integrados en la aplicación.

Cuando cree una plantilla integrada en la aplicación, deberá especificar la configuración y el contenido que quiera reutilizar en el cuerpo de los mensajes integrados en la aplicación que usan la plantilla. Al crear un mensaje con la plantilla, Amazon Pinpoint rellena el mensaje con la configuración y el contenido que definió.

Los mensajes en la aplicación son altamente personalizables. Pueden incluir botones que abren sitios web o llevan a los usuarios a partes específicas de la aplicación. Puede configurar los colores de fondo y del texto, colocar el texto y agregar imágenes a la notificación. Puede enviar un solo mensaje o crear un carrusel que contenga hasta cinco mensajes únicos por los que se pueden desplazar los usuarios.

Creación de una plantilla integrada en la aplicación

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. Seleccione Crear plantilla.
4. En Canal, elija Mensajería integrada en la aplicación.
5. En Template details (Detalles de la plantilla), escriba el nombre de la plantilla en Template name (Nombre de plantilla). El nombre debe comenzar con una letra o un número. Puede contener un máximo de 128 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, guiones bajos (_) o guiones (-).
6. De forma opcional, en Version description (Descripción de la versión), escriba una breve descripción de la plantilla. La descripción puede contener hasta 500 caracteres.
7. En la sección de detalles de los mensajes integrados en la aplicación, en Diseño, elija el tipo de diseño de la plantilla de mensaje. Puede elegir entre las siguientes opciones:
 - Banner superior: un mensaje que aparece como un banner en la parte superior de la página.
 - Banner en la parte inferior: un mensaje que aparece como un banner en la parte inferior de la página.
 - Banner central: un mensaje que aparece como una notificación en el medio de la página.

- Pantalla completa: un mensaje que cubre toda la pantalla.
 - Modal: un mensaje que aparece en una ventana delante de la página.
 - Carrusel: un formato desplazable de hasta cinco mensajes únicos.
8. En Encabezado, configure el título que aparece al principio del mensaje. Si ha creado un mensaje de carrusel, debe crear el primer mensaje del carrusel, que incluye el encabezado.
 - a. Para que el texto del encabezado se muestre en el banner. Puede ingresar hasta 64 caracteres.
 - b. Para color del texto del encabezado, elija el color del texto del encabezado. Si lo desea, puede ingresar valores RGB o un código de color hexadecimal.
 - c. Para la alineación del encabezado, elija si desea que el texto esté justificado a la izquierda, en el centro o a la derecha.
 9. En Mensaje, configure el cuerpo del mensaje.
 - a. Para Mensaje, ingrese el texto del cuerpo del mensaje. El mensaje puede contener hasta 150 caracteres.
 - b. Para color del texto, elija el color del texto del cuerpo del mensaje. Si lo desea, puede ingresar valores RGB o un código de color hexadecimal.
 - c. Para la alineación del texto, elija si desea que el texto esté justificado a la izquierda, en el centro o a la derecha.
 10. (Opcional) Cambie el color de fondo del mensaje. En Fondo, elija un color de fondo para el mensaje. Si lo desea, puede ingresar valores RGB o un código de color hexadecimal.
 11. (Opcional) Agregue una imagen al mensaje. En URL de la imagen, ingrese la URL de la imagen que desea que aparezca en el mensaje. Solo se aceptan archivos .jpg y .png. Las dimensiones de la imagen dependen del tipo de mensaje:
 - Para un banner, la imagen debe ser de 100 píxeles por 100 píxeles o una relación de aspecto de 1:1.
 - Para un carrusel, la imagen debe ser de 300 píxeles por 200 píxeles o una relación de aspecto de 3:2.
 - Para un mensaje de pantalla completa, la imagen debe ser de 300 píxeles por 200 píxeles o una relación de aspecto de 3:2.
 12. (Opcional) Agregue un botón al mensaje. En el botón principal, haga lo siguiente:
 - a. Elija Agregar botón principal.

- b. En Texto del botón, ingrese el texto que se mostrará en el botón. Puede ingresar hasta 64 caracteres.
- c. (Opcional) En el color del texto del botón, elija un color para el texto del botón. Si lo desea, puede ingresar valores RGB o un código de color hexadecimal.
- d. (Opcional) Para Color de fondo, elija un color de fondo para el botón. Si lo desea, puede ingresar valores RGB o un código de color hexadecimal.
- e. (Opcional) Para el radio del borde, ingrese un valor de radio. Los valores más bajos dan como resultado esquinas más afiladas, mientras que los números más altos dan como resultado esquinas más redondeadas.
- f. En Acciones, elija el evento que se produce cuando el usuario pulsa el botón:
 - Cerrar: omite el mensaje.
 - Ir a la URL: abre un sitio web.
 - Ir al enlace profundo: abre una aplicación o abre un lugar concreto de una aplicación.

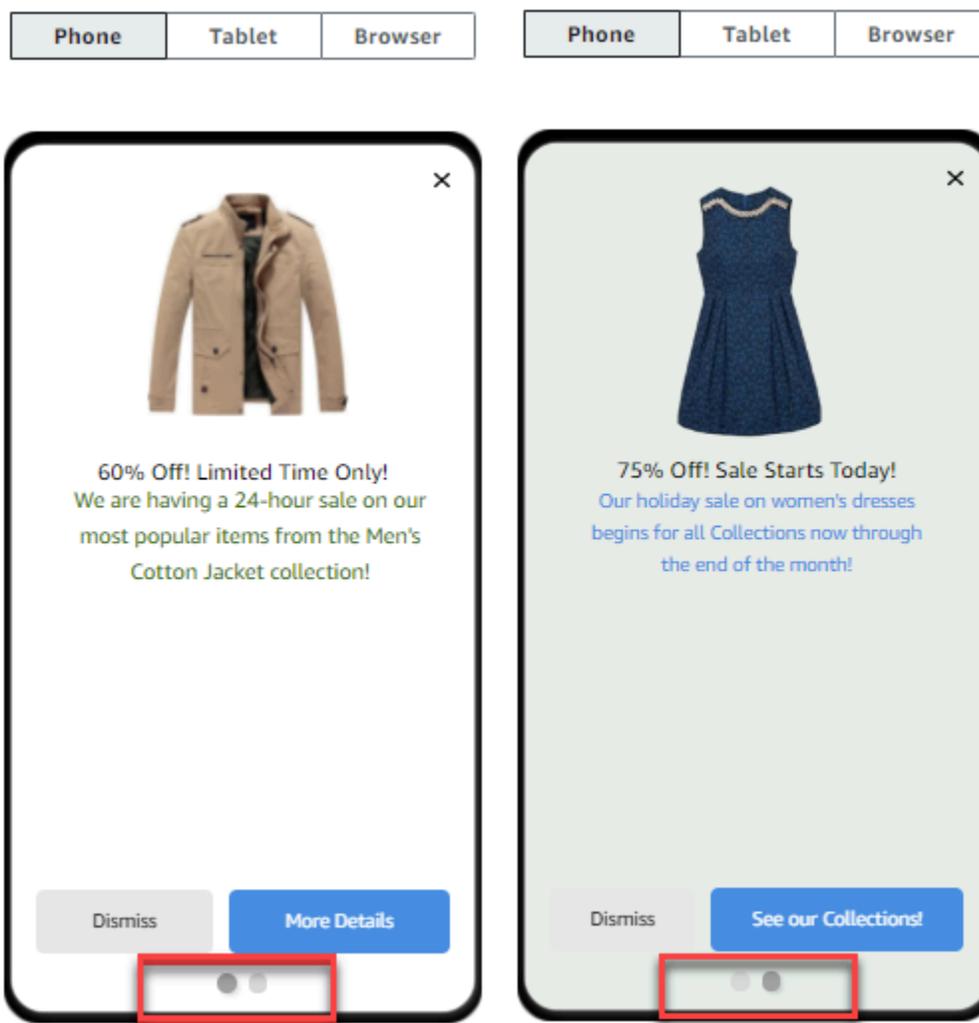
Si desea que el comportamiento de los botones sea diferente para los distintos tipos de dispositivos, puede invalidar la acción predeterminada. En Acción, utilice las pestañas para elegir el tipo de dispositivo para el que desee modificar el comportamiento de los botones. Por ejemplo, elija iOS para modificar el comportamiento de los botones de los dispositivos iOS. A continuación, elija Invalidar las acciones predeterminadas. Por último, especifique una acción.

13. (Opcional) Agregue un botón secundario al mensaje. En el botón secundario, elija Agregar botón secundario. Siga los procedimientos del paso anterior para configurar el botón secundario.
14. (Opcional) Agregue datos personalizados al mensaje. Los datos personalizados son pares clave-valor que se entregan con el mensaje. Por ejemplo, es posible que desee pasar un código promocional junto con el mensaje. Si va a enviar un mensaje de carrusel, puede agregar datos personalizados a cada uno de los mensajes de carrusel. Para agregar datos personalizados, haga lo siguiente:
 - a. En Datos personalizados, elija Agregar nuevo elemento.
 - b. Ingrese una Clave. Por ejemplo, podría ser *PromoCode*.
 - c. Ingrese un Valor para la clave. Tú *PromoCode* podrías ser *12345*.
 - d. Cuando se envía el mensaje, el código *12345* se incluye en el mensaje.

- e. Para agregar más pares clave-valor, elija Agregar nuevo elemento. Puede agregar hasta 10 pares clave-valor al mensaje. Cuando termine de agregar datos personalizados, continúe con el siguiente paso.
15. Si el mensaje es un carrusel, puede agregar hasta cuatro mensajes únicos más. Para agregar mensajes a un carrusel, expanda la sección de información general del carrusel. A continuación, elija Agregar mensaje nuevo. Repita los pasos anteriores para configurar el mensaje.

A medida que agrega mensajes al carrusel, la página de vista previa se actualiza mostrando iconos en la parte inferior de la página que muestran el número de mensajes incluidos en el carrusel.

La siguiente imagen muestra un carrusel con dos mensajes:



16. Cuando haya terminado, elija Create (Crear).

Creación de plantillas de notificaciones push

Una plantilla de notificaciones de inserción es una plantilla de mensaje que con contenido y ajustes que puede utilizar con los proyectos de Amazon Pinpoint. Al utilizar una plantilla para enviar una notificación de inserción, Amazon Pinpoint rellena la notificación con el contenido y la configuración definidos en la plantilla.

Cuando cree una plantilla de notificación push, deberá especificar el contenido y la configuración que quiera reutilizar en varios componentes de las notificaciones push basados en la plantilla. Estos componentes, denominados partes de la plantilla, pueden contener texto (como el título o el cuerpo de una notificación) o ajustes (como un sonido personalizado que se reproduce cuando un destinatario recibe una notificación).

Para personalizar una plantilla para canales de notificaciones de inserción específicos, puede crear varios conjuntos de partes de plantilla en cada plantilla: un conjunto predeterminado y, opcionalmente, uno o más conjuntos específicos del servicio. El conjunto predeterminado incluye el contenido y la configuración que desea utilizar de forma predeterminada para cualquier canal de notificación push. Un conjunto específico del servicio tiene el contenido y la configuración que desee usar para un servicio de notificaciones específico, como Apple Push Notification Service o Firebase Cloud Messaging. Al agregar configuraciones específicas de servicio a una plantilla, puede personalizar las notificaciones para que muestren contenido único a cada tipo de dispositivo de destinatario.

También puede [crear plantillas que contengan datos de mensajes sin procesar](#). Esta opción es más avanzada, pero resulta útil si desea especificar la configuración de un canal específico que no está presente en la plantilla de notificaciones de inserción estándar de Amazon Pinpoint.

Creación de una plantilla de notificaciones de inserción estándar

Complete este procedimiento si desea especificar el contenido básico del mensaje, como el título, el cuerpo del mensaje, la imagen y la acción. Si necesita especificar el contenido sin procesar del mensaje, complete el procedimiento en [Creación de una plantilla de notificación de inserción con datos de mensajes sin procesar](#) en su lugar.

Para crear una plantilla de notificación push

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en. <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).

3. Seleccione Crear plantilla.
4. En Channel (Canal), elija Push notifications (Notificaciones de inserción).
5. En Template details (Detalles de la plantilla), escriba el nombre de la plantilla en Template name (Nombre de plantilla). El nombre debe comenzar con una letra o un número. Puede contener un máximo de 128 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, guiones bajos (_) o guiones (-).
6. De forma opcional, en Version description (Descripción de la versión), escriba una breve descripción de la plantilla. La descripción puede contener hasta 500 caracteres.
7. En Detalles de notificación de inserción, haga lo siguiente:
 - En Tipo de notificación, elija Mensaje estándar.
 - Para Título, escriba el título que desea mostrar en la parte superior del cuerpo del mensaje.
 - En Body (Cuerpo), escriba el texto que desea mostrar en el cuerpo del mensaje de notificación.

 Tip

Puede incluir contenido personalizado en el título y el cuerpo de la plantilla. Para ello, agregue variables de mensaje que hagan referencia a atributos específicos como un atributo que almacena el nombre de un usuario. Al utilizar variables de mensaje, puede mostrar contenido distinto para cada destinatario de una notificación de inserción que utiliza la plantilla.

Para usar una variable de mensaje, elija el nombre de un atributo existente en el buscador de atributos. Amazon Pinpoint crea una variable de mensaje para el atributo y la copia en el portapapeles. Pegue la variable en la ubicación que desee. Para obtener más información, consulte [Adición de contenido personalizado a plantillas de mensajes](#).

- En Custom alert sound (Sonido de alerta personalizado), escriba el nombre del archivo de audio que contiene el sonido personalizado que desea reproducir cuando un destinatario reciba la notificación push. Este nombre debe coincidir con el nombre de un archivo de audio en el dispositivo del destinatario.
- En Action (Acción), elija lo que quiere que haga el dispositivo de un destinatario si este pulsa la notificación push:
 - Abrir la aplicación: abra la aplicación tráigala a primer plano si se envió al fondo.

- Ir a URL — Abra el navegador predeterminado en el dispositivo del destinatario y cargue una página web específica. Si eliges esta opción, introduce URL la página web en el URL cuadro Destino.
 - Abrir un enlace profundo: abra la aplicación y muestre la interfaz de un usuario específico en la aplicación. Si elige esta opción, introduzca URL la interfaz en el URL cuadro Destino.
8. (Opcional) Para personalizar la plantilla para servicios de notificación de inserción específicos, elija la pestaña de servicios adecuada en Personalizar contenido para servicios de inserción individuales. A continuación, elija las opciones que desee para ese servicio.

Si selecciona la casilla de verificación Invalidar contenido de inserción predeterminado en la pestaña para un servicio, Amazon Pinpoint sustituye automáticamente el contenido y la configuración predeterminados que eligió en el paso anterior por las opciones que elija en la pestaña. Si desea conservar el contenido y la configuración predeterminados y solo personalizar la plantilla para que utilice configuraciones específicas de canal adicionales, no active esta casilla de verificación.

Apple

Usa estas opciones para especificar el contenido y la configuración personalizados de las notificaciones push que envíes a través del canal del servicio de notificaciones push de Apple (APNs) a las aplicaciones que se ejecutan en dispositivos iOS.

Además del contenido y la configuración estándares, puede incluir una imagen personalizada o un vídeo en las notificaciones push que utilicen la plantilla. Para ello, introduzca el URL para el archivo de imagen o vídeo en el cuadro multimedia de iOS. URL debe ser de acceso público. De lo contrario, el dispositivo del destinatario no podrá mostrar la imagen o el vídeo.

Google

Usa estas opciones para especificar el contenido y la configuración personalizados de las notificaciones push que envíes a través del canal Google Firebase Cloud Messaging (FCM) a las aplicaciones que se ejecutan en dispositivos Android.

Además del contenido y la configuración estándares, puede elegir las siguientes opciones para mostrar imágenes personalizadas en las notificaciones push que utilicen la plantilla:

- Imagen de Android: introduce URL la imagen que quieres que aparezca en el cuerpo de la notificación push.

- Icono URL de Android: introduce la imagen del icono grande que se mostrará en la vista de contenido de la notificación push.
- Icono pequeño de Android: introduce la imagen URL del icono pequeño que se mostrará en la barra de estado y en la vista de contenido de la notificación push.

Amazon

Usa estas opciones para especificar el contenido y la configuración personalizados de las notificaciones push que envíes a través del canal Amazon Device Messaging (ADM) a las aplicaciones que se ejecutan en dispositivos Amazon, como las tabletas Kindle Fire.

Además del contenido y la configuración estándares, puede elegir las siguientes opciones para mostrar imágenes personalizadas en las notificaciones push que utilicen la plantilla:

- Imagen de Android: introduce URL la imagen que quieres que aparezca en el cuerpo de la notificación push.
- Icono URL de Android: introduce la imagen del icono grande que se mostrará en la vista de contenido de la notificación push.
- Icono pequeño de Android: introduce la imagen URL del icono pequeño que se mostrará en la barra de estado y en la vista de contenido de la notificación push.

Baidu

Utilice estas opciones para especificar el contenido personalizado y la configuración de las notificaciones push que envíe a través del canal de Baidu a las aplicaciones que utilizan la plataforma Baidu Cloud Push.

Además del contenido y la configuración estándares, puede elegir las siguientes opciones para mostrar imágenes personalizadas en las notificaciones push que utilicen la plantilla:

- Imagen de Android: introduce URL la imagen que quieres que aparezca en el cuerpo de la notificación push.
- Icono URL de Android: introduce la imagen del icono grande que se mostrará en la vista de contenido de la notificación push.
- Icono pequeño de Android: introduce la imagen URL del icono pequeño que se mostrará en la barra de estado y en la vista de contenido de la notificación push.

9. Si ha añadido contenido personalizado a la plantilla utilizando variables de mensaje, especifique un valor predeterminado para cada variable. Si lo hace, Amazon Pinpoint sustituye la variable por el valor que especifique, si un valor correspondiente no existe para un destinatario. Le recomendamos que haga esto para cada variable de la plantilla.

Para especificar valores predeterminados para variables, amplíe la sección Default attribute values (Valores de atributo predeterminados). A continuación, introduzca el valor predeterminado que desea utilizar para cada variable. Si no especifica un valor predeterminado y no existe ningún valor para el destinatario, Amazon Pinpoint no enviará el mensaje.

10. Cuando termine de introducir contenido y configuración para la plantilla, elija Create (Crear).

Creación de una plantilla de notificación de inserción con datos de mensajes sin procesar

Complete este procedimiento si desea especificar manualmente la carga del mensaje sin procesar. Solo necesita especificar la carga del mensaje sin procesar si desea utilizar una característica de un servicio de notificaciones de inserción específico que Amazon Pinpoint no le permite configurar. Si necesita especificar el contenido del mensaje sin procesar, debería completar el procedimiento en [Creación de una plantilla de notificaciones de inserción estándar](#) en su lugar.

Un ejemplo de un caso de uso que requiere el uso de una plantilla de mensaje sin procesar es cuando se desean enviar mensajes a los usuarios del navegador web Safari del escritorio. En este caso, debe incluir un atributo específico en la carga del mensaje sin procesar. Para obtener más información, consulte [Enviar un mensaje](#) en la Guía del usuario AWS final de mensajería automática.

Para crear una plantilla de notificación push

1. Abra la consola Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. Seleccione Crear plantilla.
4. En Channel (Canal), elija Push notifications (Notificaciones de inserción).
5. En Template details (Detalles de la plantilla), escriba el nombre de la plantilla en Template name (Nombre de plantilla). El nombre debe comenzar con una letra o un número. Puede contener un máximo de 128 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, guiones bajos (_) o guiones (-).
6. De forma opcional, en Version description (Descripción de la versión), escriba una breve descripción de la plantilla. La descripción puede contener hasta 500 caracteres.
7. En Detalles de las notificaciones de inserción, para Tipo de notificación, elija Mensaje sin procesar. El editor de mensajes muestra un esquema del código que se va a utilizar para la plantilla. En el editor de mensajes, escriba la configuración que desee utilizar para cada servicio

de notificaciones de inserción incluida la configuración opcional (como imágenes, sonidos y acciones) que desee especificar para la plantilla. Para obtener más información, consulte la documentación de los servicios de notificación de inserción que utiliza.

8. Cuando termine de ingresar contenido de mensaje sin formato, elija Crear.

Si desea probar la plantilla antes de utilizarla en una notificación push que vaya a enviar a los usuarios, puede [enviar una notificación de prueba](#) que utilice la plantilla. Si lo hace, asegúrese de completar primero el paso 10 para especificar los valores predeterminados para todas las variables de la plantilla. De lo contrario, es posible que la notificación push no se envíe o que no se procese correctamente.

Creación de plantillas de SMS

Una plantilla de SMS es un tipo de plantilla de mensaje que incluye contenido y configuraciones que desea crear, guardar y reutilizar en mensajes de texto SMS que envía para cualquiera de los proyectos de Amazon Pinpoint. Puede utilizar una plantilla de SMS en los mensajes de texto que envíe desde campañas o a una audiencia limitada como mensajes directos o de prueba.

Cuando cree una plantilla de SMS, deberá especificar la configuración y el contenido que quiera reutilizar en el cuerpo de los mensajes de texto basados en la plantilla. Al crear un mensaje basado en la plantilla, Amazon Pinpoint rellena el mensaje con la configuración y el contenido definidos en la plantilla.

Para crear una plantilla de SMS

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. Elija Create template (Crear plantilla).
4. En Channel (Canal), elija SMS.
5. En Template details (Detalles de la plantilla), escriba el nombre de la plantilla en Template name (Nombre de plantilla). El nombre debe comenzar con una letra o un número. Puede contener un máximo de 128 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, guiones bajos (_) o guiones (-).
6. De forma opcional, en Version description (Descripción de la versión), escriba una breve descripción de la plantilla. La descripción puede contener hasta 500 caracteres.

7. En SMS details (Detalles de SMS), para Mensaje (Message), escriba el contenido que desea mostrar en el cuerpo de los mensajes que utilizan la plantilla. El cuerpo del mensaje puede contener hasta 1600 caracteres.

 Tip

Puede incluir contenido personalizado en el cuerpo de la plantilla. Para ello, agregue variables de mensaje que hagan referencia a atributos específicos que usted o Amazon Pinpoint crearon como, por ejemplo, un atributo que almacena el nombre de un usuario. Al utilizar variables de mensaje, puede mostrar contenido distinto para cada destinatario de un mensaje que utiliza la plantilla.

Para usar una variable de mensaje, elija el nombre de un atributo existente en el buscador de atributos. Amazon Pinpoint crea una variable de mensaje para el atributo y la copia en el portapapeles. Pegue la variable en la ubicación que desee. Para obtener más información, consulte [Adición de contenido personalizado a plantillas de mensajes](#).

8. Si ha añadido contenido personalizado a la plantilla utilizando variables de mensaje, especifique un valor predeterminado para cada variable. Si lo hace, Amazon Pinpoint sustituye la variable por el valor que especifique, si un valor correspondiente no existe para un destinatario. Le recomendamos que haga esto para cada variable de la plantilla.

Para especificar valores predeterminados para variables, amplíe la sección Default attribute values (Valores de atributo predeterminados). A continuación, introduzca el valor predeterminado que desea utilizar para cada variable. Si no especifica un valor predeterminado y no existe ningún valor para el destinatario, Amazon Pinpoint no enviará el mensaje.

9. Cuando termine de introducir contenido y configuración para la plantilla, elija Create (Crear).

Si desea probar la plantilla antes de utilizarla en un mensaje que vaya a enviar a los usuarios, puede [enviar un mensaje de prueba](#) que utilice la plantilla. Si lo hace, asegúrese de completar primero el paso 8 para especificar los valores predeterminados para todas las variables de la plantilla. De lo contrario, es posible que el mensaje no se envíe o que no se procese correctamente.

Creación de plantillas de voz

Una plantilla de voz es un tipo de plantilla de mensaje que incluye contenido y configuración que desea para crear, guardar y reutilizar en mensajes de voz que envía para cualquiera de los proyectos

de Amazon Pinpoint. Puede utilizar una plantilla de voz en los mensajes de voz que envíe como mensajes directos o de prueba.

Al crear una plantilla de voz, debe especificar el contenido y la configuración que quiere reutilizar en varios componentes de los mensajes de voz basados en la plantilla. Estos componentes se denominan partes de la plantilla. Pueden contener el texto del guion del mensaje o la configuración, como la voz que se utilizará al entregar el mensaje. El guion de mensaje puede incluir texto estático y, opcionalmente, contenido personalizado que defina.

Al crear un mensaje de voz basado en una plantilla, Amazon Pinpoint rellena el mensaje con el contenido y la configuración definidos en la plantilla.

Para crear una plantilla de voz

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. Elija Create template (Crear plantilla).
4. En Channel (Canal), elija Voice (Voz).
5. En Template details (Detalles de la plantilla), escriba el nombre de la plantilla en Template name (Nombre de plantilla). El nombre debe comenzar con una letra o un número. Puede contener un máximo de 128 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, guiones bajos (_) o guiones (-).
6. De forma opcional, en Version description (Descripción de la versión), escriba una breve descripción de la plantilla. La descripción puede contener hasta 500 caracteres.
7. En Voice message details (Detalles para mensaje de voz), para Message (Mensaje), introduzca el texto que desea utilizar como guion de mensaje para los mensajes que utilizan la plantilla. El guion puede contener hasta 10 000 caracteres y debe aparecer como texto sin formato.

 Tip

Puede incluir contenido personalizado en el guion de mensaje. Para ello, agregue variables de mensaje que hagan referencia a atributos específicos que usted o Amazon Pinpoint crearon como, por ejemplo, un atributo que almacena el nombre de un usuario. Al utilizar variables de mensaje, puede reproducir contenido distinto para cada destinatario de un mensaje que utilice la plantilla.

Para usar una variable de mensaje, elija el nombre de un atributo existente en el buscador de atributos. Amazon Pinpoint crea una variable de mensaje para el atributo y

la copia en el portapapeles. Pegue la variable en la ubicación que desee. Para obtener más información, consulte [Adición de contenido personalizado a plantillas de mensajes](#).

8. En Idioma y región, elija el idioma en el que está escrito el texto del script del mensaje. Amazon Pinpoint usa esta configuración para determinar qué fonemas y otros ajustes específicos del idioma se deben usar al convertir el texto del guion en voz.
9. En Voice (Voz), elija la voz que desea que lea el mensaje a los destinatarios. Cada voz se crea con hablantes nativos del idioma, por lo que existen variaciones entre las voces, incluso dentro del mismo idioma. Por lo tanto, es buena idea probar cada voz con su guion.

La lista de voces cambia según el idioma que haya elegido en el paso 8. En la mayoría de los casos, la lista incluye al menos una voz masculina y una voz femenina. En algunos casos, solo hay una voz disponible. Admitimos continuamente idiomas adicionales y creamos voces para los idiomas admitidos.

10. Elija Play message (Reproducir mensaje) para comprobar cómo sonará el mensaje cuando se entregue a los destinatarios. Ajuste el contenido y la configuración hasta que la plantilla tenga el diseño que desee.
11. Si ha añadido contenido personalizado a la plantilla utilizando variables de mensaje, especifique un valor predeterminado para cada variable. Si lo hace, Amazon Pinpoint sustituye la variable por el valor que especifique, si un valor correspondiente no existe para un destinatario. Le recomendamos que haga esto para cada variable de la plantilla.

Para especificar valores predeterminados para variables, amplíe la sección Default attribute values (Valores de atributo predeterminados). A continuación, introduzca el valor predeterminado que desea utilizar para cada variable. Si no especifica un valor predeterminado y no existe ningún valor para el destinatario, Amazon Pinpoint no enviará el mensaje.

12. Cuando termine de introducir contenido y configuración para la plantilla, elija Create (Crear).

Adición de contenido personalizado a plantillas de mensajes

Para entregar contenido dinámico y personalizado en mensajes que utilizan una plantilla, agregue variables de mensaje a la plantilla de mensaje. Una variable de mensaje es un marcador de posición que hace referencia a un atributo específico que usted o Amazon Pinpoint ha creado para almacenar información sobre los usuarios. Cada atributo normalmente corresponde a una característica de un usuario, como, por ejemplo, el nombre del usuario o la ciudad donde vive. Al agregar variables de

mensaje a las plantillas, puede utilizar estos atributos para entregar contenido personalizado a cada destinatario de un mensaje que use una plantilla.

Si una plantilla contiene variables de mensaje, Amazon Pinpoint sustituye automáticamente cada variable por el valor actual correspondiente del atributo para cada destinatario. Lo hace cada vez que envía un mensaje que utiliza la plantilla. Esto significa que puede enviar contenido personalizado a cada destinatario sin crear varias versiones personalizadas de un mensaje o plantilla de mensaje. También puede sentirse seguro de que el mensaje contiene la información más reciente que tiene para un destinatario.

Por ejemplo, si su proyecto es una aplicación de fitness para corredores e incluye atributos para el nombre, la actividad preferida y el récord personal de cada usuario, podría usar las siguientes variables de texto y mensaje en una plantilla:

```
Hi {{User.UserAttributes.FirstName}}, congratulations  
on your new {{User.UserAttributes.Activity}} record of  
{{User.UserAttributes.PersonalRecord}}!
```

Cuando envía un mensaje que utiliza la plantilla, Amazon Pinpoint sustituye las variables por el valor actual de cada atributo para cada destinatario. Los siguientes ejemplos muestran cómo lo hace.

Ejemplo 1

```
Hi Sofia, congratulations on your new half marathon record of 1:42:17!
```

Ejemplo 2

```
Hi Alejandro, congratulations on your new 5K record of 20:52!
```

Si no existe un valor de atributo para un destinatario, Amazon Pinpoint puede sustituir una variable por un valor predeterminado que especifique para la variable. Por ejemplo, si un usuario de su aplicación de fitness no ha elegido su actividad preferida, usted podría usar `running` como valor predeterminado para la variable `{{User.UserAttributes.Activity}}`. En este caso, Amazon Pinpoint sustituye la variable tal como se muestra en los siguientes ejemplos:

Ejemplo 1

```
Hi Jane, congratulations on your new running record of 1:42:17!
```

Ejemplo 2

```
Hi John, congratulations on your new running record of 20:52!
```

Si no especifica un valor predeterminado y no existe un valor para un destinatario, Amazon Pinpoint omite todo el texto de la variable cuando envía un mensaje a dicho destinatario. Por ejemplo:

```
Hi Mary, congratulations on your new record of 20:52!
```

Se recomienda especificar un valor predeterminado para cada variable que se incluya en una plantilla.

Adición de variables de mensaje

Puede agregar atributos de mensaje a una nueva plantilla que cree o a una plantilla existente. Si agrega variables a una plantilla existente, Amazon Pinpoint no aplica necesariamente los cambios a los mensajes existentes que utilizan la plantilla y que aún no se han enviado, como los mensajes de campaña que están programados para enviarse más adelante. Esto depende de la versión de la plantilla a la que agregue variables y de cómo configuró los mensajes que utilizan la plantilla. Para obtener más información, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).

Note

Las plantillas de mensajes integrados en la aplicación no admiten el uso de variables de mensaje.

Para agregar una variable de mensaje a una plantilla de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Message templates (Plantillas de mensaje), realice una de las siguientes opciones:
 - Para crear una plantilla nueva y agregarle una variable de mensaje, elija Create template (Crear una plantilla). A continuación, en la página de plantilla, introduzca un nombre para la plantilla y, opcionalmente, una descripción de la plantilla.
 - Para agregar una variable de mensaje a una plantilla existente, elija la plantilla a la que desea agregar una variable. A continuación, en la página de plantilla, elija Edit (Editar). En Template details (Detalles de la plantilla), utilice el selector de versiones para elegir la versión de la plantilla que desea utilizar como punto de partida. Si elige la versión más reciente, puede guardar los cambios directamente en esa versión de la plantilla. De lo contrario, puede guardar los cambios como una versión nueva de la plantilla.

4. En la sección de detalles del mensaje, determine dónde desea agregar una variable de mensaje. Puede agregar una variable al cuerpo del mensaje de cualquier tipo de plantilla. Para las plantillas de notificación de inserción y correo electrónico, también puede agregar una variable al asunto o título del mensaje.
5. En el Attribute finder (Buscador de atributos), expanda la sección del tipo de atributo para el que desea agregar una variable de mensaje. Puede elegir entre los siguientes tipos de atributos:

Atributos estándar

Estos son atributos que Amazon Pinpoint crea automáticamente para cualquier proyecto. Esto significa que puede usarlos en mensajes que envíe para cualquier proyecto. Para obtener información detallada sobre cada uno de estos atributos, consulte [Atributos admitidos](#).

Para agregar una variable para un atributo estándar, elija el atributo de la lista.

Custom attributes (Atributos personalizados)

Estos son atributos que puede crear opcionalmente para proyectos individuales. Dado que es posible que estos atributos no estén disponibles para algunos de los proyectos, es posible que Amazon Pinpoint no pueda reemplazar la variable por un valor para todos y cada uno de los destinatarios de un mensaje que utiliza la plantilla. Para ayudarle a evitar este problema, Amazon Pinpoint proporciona opciones que le ayudarán a elegir un atributo que exista para proyectos específicos o para todos los proyectos.

Para agregar un atributo personalizado:

1. Elija Atributos personalizados y, a continuación, elija Cargar atributos personalizados. En la ventana que aparece, Amazon Pinpoint muestra todos los proyectos que ha creado. Al elegir cada proyecto, los atributos comunes a los proyectos seleccionados se muestran en el panel de navegación de la derecha. Si no se muestra ningún atributo, significa que no hay atributos comunes entre esos proyectos.
2. Realice una de las siguientes acciones siguientes:
 - Para usar todos los atributos comunes a los proyectos seleccionados, elija Cargar atributos personalizados.
 - Si desea utilizar un atributo específico de la lista, ingrese cualquier parte del nombre del atributo en el campo de búsqueda. Se muestran los atributos que coinciden con el texto ingresado. Elija Cargar atributos personalizados cuando se muestre el atributo

que desea utilizar. El buscador de atributos muestra los atributos personalizados recién agregados.

 Note

No puede agregar atributos comunes de diferentes conjuntos de proyectos ni modificar la sección de atributos personalizados del buscador de atributos. Si necesita realizar cambios en los atributos personalizados, elija X para borrar el buscador de atributos y, a continuación, vuelva a empezar.

3. En el Attribute finder (Buscador de atributos), elija el atributo para el que desea agregar una variable.

Recommended attributes (Atributos recomendados)

Estos son los atributos que puede crear opcionalmente para la cuenta cuando se configura Amazon Pinpoint para recuperar recomendaciones personalizadas de un modelo de recomendación. Para obtener información sobre el uso de modelos de recomendación, consulte [Modelos de aprendizaje automático](#). Puede agregar variables para este tipo de atributo a plantillas de correo electrónico, plantillas de notificación push y plantillas de SMS. No puede agregarlas a plantillas de voz.

Para agregar una variable para un atributo recomendado, elija el atributo de la lista. Si el Attribute finder (Buscador de atributos) no muestra ningún atributo recomendado, tendrá que conectar primero la plantilla a un modelo de recomendación.

Para agregar un atributo recomendado:

1. Elija Conectar modelo.
 2. Seleccione el modelo del que desea recuperar las recomendaciones cuando envíe mensajes que utilicen la plantilla.
 3. Elija Conectar modelo.
6. Cuando elige un atributo del Buscador de atributos, Amazon Pinpoint crea una variable de mensaje para el atributo y la copia en el portapapeles. Pegue la variable en la ubicación que desee. Si tiene una lista larga de atributos, ingrese el texto de búsqueda para reducir la lista. Elija X para borrar el campo de búsqueda.

Tras pegar la variable, Amazon Pinpoint la muestra como el nombre del atributo asociado, entre dos conjuntos de llaves, por ejemplo, `{{User.UserAttributes.FirstName}}`.

7. Repita los pasos 4 a 6 para cada variable de mensaje que desee agregar.
8. Para especificar un valor predeterminado para una variable de mensaje, expanda la sección Default attribute values (Valores de atributo predeterminados). A continuación, en la lista de variables, introduzca el valor predeterminado que desea utilizar para la variable.

 Note

Le recomendamos que haga esto para cada variable de la plantilla. De lo contrario, es posible que Amazon Pinpoint no pueda enviar un mensaje que utilice la plantilla o que el mensaje se muestre de formas inesperadas o no deseadas.

9. Cuando termine, realice una de las siguientes acciones:
 - Si ha agregado variables de mensaje a una plantilla nueva, elija Create (Crear).
 - Si ha agregado variables de mensaje a una plantilla existente y desea guardar los cambios como una versión nueva de la plantilla, elija Save as new version (Guardar como versión nueva).
 - Si ha agregado variables de mensaje a una plantilla existente y desea guardar los cambios como una actualización de la versión más reciente de la plantilla, elija Update version (Actualizar versión). Esta opción solo está disponible si ha abierto la versión más reciente de la plantilla en el paso 3.

Atributos admitidos

Cada proyecto puede tener atributos estándar y atributos personalizados. Los atributos estándar son atributos que Amazon Pinpoint crea automáticamente para cualquier proyecto. Los atributos personalizados son atributos que puede definir opcionalmente para un proyecto. Hay tres tipos de atributos personalizados:

- **Atributos de usuario:** estos atributos describen a un usuario, por ejemplo, el nombre, los apellidos y la fecha de nacimiento. Un usuario es un individuo que tiene un ID de usuario único para un proyecto.
- **Atributos de punto de conexión:** estos atributos describen un punto de conexión específico para un usuario. Un punto de conexión es un destino al que puede enviar mensajes, como una dirección de correo electrónico, un número de teléfono o un dispositivo móvil. Cada usuario se puede asociar a uno o varios puntos de enlace. Por ejemplo, si se comunica con un usuario por correo electrónico, SMS y teléfono, el usuario podría estar asociado a tres puntos de conexión: uno para

la dirección de correo electrónico del usuario, otro para el número de teléfono móvil del usuario y otro para el número de teléfono de casa (fijo) del usuario.

- **Atributos de métricas:** estos atributos son métricas numéricas de las que la aplicación informa a Amazon Pinpoint para puntos de conexión individuales, como el número de sesiones de una aplicación móvil o el número de artículos que quedan en la cesta.
- **Atributos Pinpoint:** estos atributos son identificadores únicos para su aplicación, campaña o recorrido.

Además de los atributos personalizados y estándar que usted o Amazon Pinpoint crean para los proyectos, Amazon Pinpoint admite atributos recomendados. Un atributo recomendado es un atributo que almacena temporalmente las recomendaciones personalizadas para los usuarios o puntos de conexión. Amazon Pinpoint recupera estas recomendaciones de los modelos recomendados para los que se configura. Los atributos recomendados no están asociados a proyectos específicos. En su lugar, están asociados a la cuenta de Amazon Pinpoint. Para obtener información sobre el uso de modelos de recomendación, consulte [Modelos de aprendizaje automático](#).

Puede utilizar cualquier atributo estándar, personalizado o recomendado en una variable de mensaje. La tabla siguiente indica el texto que aparece en una variable de mensaje para cada atributo admitido y describe cada atributo. En la tabla, *custom_attribute* indica texto que aparece en una variable para un atributo personalizado. En esos casos, reemplace *custom_attribute* por el nombre del atributo personalizado. Por ejemplo, si el proyecto almacena los nombres de los usuarios en un atributo de usuario personalizado denominado `FirstName` y agrega una variable para ese atributo, el texto de la variable es `{{User.UserAttributes.FirstName}}`.

Atributo	Descripción
<code>Address</code>	La dirección de destino de los mensajes o las notificaciones de inserción que envía al punto de conexión, por ejemplo, una dirección de correo electrónico, un número de teléfono o un token de dispositivo.
<code>Pinpoint.ApplicationId</code>	El identificador único de la aplicación.
<code>Attributes. <i>custom_attribute</i></code>	Un atributo de punto de enlace personalizado que describe el punto de enlace.

Atributo	Descripción
Pinpoint.CampaignId	El identificador único de la campaña.
ChannelType	<p>El canal que se va a utilizar al enviar mensajes o notificaciones de inserción al punto de enlace. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • APNS: para un punto de conexión que puede recibir notificaciones de inserción que envíe a través del canal de Apple Push Notification service (APNs) a aplicaciones que se ejecutan en dispositivos iOS. • EMAIL: para un punto de conexión que puede recibir mensajes de correo electrónico. • GCM: para un punto de conexión que puede recibir notificaciones de inserción que envíe a través del canal de Firebase Cloud Messaging (FCM) a aplicaciones que se ejecutan en dispositivos Android. • SMS: para un punto de conexión que puede recibir mensajes de texto SMS. • VOICE: para un punto de conexión que puede recibir mensajes de voz.
CreationDate	La fecha y hora en que se agregó el punto de enlace al proyecto, en formato ISO 8601 . Por ejemplo, 2019-06-30T11:45:25.220Z para las 11:45 UTC 30 de junio de 2019.
Demographic.AppVersion	El número de versión de la aplicación que está asociada al punto de enlace.

Atributo	Descripción
Demographic.Locale	La configuración regional del punto de enlace, en el formato siguiente: el código ISO 639-1 alfa-2 seguido de un guion bajo (_), seguido de un valor ISO 3166-1 alfa-2 . Por ejemplo, en_US es la configuración regional en inglés para los Estados Unidos.
Demographic.Make	El fabricante del dispositivo del punto de enlace, como, por ejemplo, apple o samsung.
Demographic.Model	Nombre o número del modelo del dispositivo del punto de enlace, como iPhone o SM-G900F.
Demographic.ModelVersion	La versión de modelo del dispositivo del punto de enlace.
Demographic.Platform	El sistema operativo del dispositivo del punto de enlace, como, por ejemplo, ios o android.
Demographic.PlatformVersion	La versión del sistema operativo en el dispositivo del punto de enlace.
Demographic.Timezone	La zona horaria del punto de enlace, como un valor de base de datos de zona horaria . Por ejemplo, America/Los_Angeles para la hora del Pacífico (América del Norte).
EffectiveDate	La fecha y la hora de la última actualización del punto de enlace, en formato ISO 8601 . Por ejemplo, 2019-08-23T10:54:35.220Z para 10:54 UTC 23 de agosto de 2019.
EndpointId	El identificador único para el punto de enlace.

Atributo	Descripción
EndpointStatus	Si desea enviar mensajes o notificaciones de inserción al punto de enlace: ACTIVE, enviar mensajes al punto de enlace; o INACTIVE, no enviar mensajes al punto de enlace.
Id	El identificador único para el punto de enlace.
Pinpoint.JourneyId	El identificador único del viaje.
Location.City	La ciudad en la que se encuentra el punto de enlace.
Location.Country	El código de dos caracteres, en formato ISO 3166-1 alfa-2 , del país o región en que se encuentra el punto de enlace. Por ejemplo, US para los Estados Unidos.
Location.Latitude	La coordenada de latitud de la ubicación del punto de enlace, redondeada a un decimal.
Location.Longitude	La coordenada de longitud de la ubicación del punto de enlace, redondeada a un decimal.
Location.PostalCode	El código postal del área donde se encuentra el punto de enlace.
Location.Region	El nombre de la región, como un estado o una provincia, en la que se encuentra ubicado el punto de enlace.
Metrics. <i>custom_attribute</i>	Una métrica numérica personalizada de la que la aplicación informa a Amazon Pinpoint para el punto de conexión.

Atributo	Descripción
OptOut	Si un usuario ha cancelado la opción de recibir sus mensajes y notificaciones push: ALL, el usuario ha cancelado la opción de recibir mensajes o notificaciones push; o NONE, el usuario no ha cancelado la opción de recibir mensajes y desea recibir todos los mensajes y notificaciones push.
RecommendationItems	Un atributo recomendado estándar que almacena una recomendación para el punto de enlace o el usuario. Este atributo contiene texto proporcionado directamente por un modelo de recomendación.
RecommendationItems.[#]	<p>Un atributo recomendado estándar que almacena una lista ordenada de 2-5 recomendaciones para el punto de conexión o el usuario. Este atributo contiene texto proporcionado directamente por un modelo de recomendación.</p> <p>El marcador de posición numérico (. [#]) indica que el atributo contiene varios valores. Una variable de mensaje para este atributo puede hacer referencia a un valor específico de la lista.</p>
Recommendations. <i>custom_attribute</i>	Un atributo recomendado personalizado que almacena una recomendación para el punto de enlace o el usuario. Este atributo contiene contenido proporcionado por un modelo de recomendación y mejorado por una AWS Lambda función.

Atributo	Descripción
Recommendations. <i>custom_attribute</i> . [#]	<p>Un atributo recomendado personalizado que almacena varias recomendaciones para el punto de enlace o el usuario. Este atributo incluye contenido proporcionado por un modelo de recomendación y mejorado por una función de AWS Lambda .</p> <p>El marcador de posición numérico (. [#]) indica que el atributo contiene varios valores. Una variable de mensaje para este atributo puede hacer referencia específicamente a uno de esos valores.</p>
RequestId	El identificador único de la solicitud más reciente para actualizar el punto de enlace.
User.UserAttributes. <i>custom_attribute</i>	Un atributo de usuario personalizado que describe al usuario.
User.UserId	Un identificador único para el usuario.

Uso de ayudantes de plantillas de mensajes

Con las plantillas de Pinpoint, los clientes pueden crear plantillas de mensajes reutilizables basadas en el lenguaje Handlebars.js. Los ayudantes ofrecen una variedad de características, como dar formato a un precio según la moneda de una región específica o agregar una ubicación basada en la zona horaria. Un ayudante puede usar una cadena o un entero específicos para el valor o una variable de mensaje de Amazon Pinpoint específica.

Estas son las categorías de ayudantes, que se describen en las secciones siguientes:

Ayudantes predeterminados

En esta sección se describen los ayudantes integrados que proporciona Handlebars. Para ver la lista completa, consulte los [ayudantes integrados](#) en handlebarsjs.com. Estos son los ayudantes integrados:

- `each`: itera una lista.

Note

El tamaño máximo de la lista es de 15 elementos.

- `if`: evalúa una instrucción.

cada

Itera una lista. Este ayudante usa solo una instrucción de bloque. Si lo desea, puede

- Pase `@index` en la solicitud para hacer referencia al índice de bucle actual.
- Use el ayudante `this` para hacer referencia al elemento actual que está iterando.
- Devuelva la respuesta del ayudante en una lista, con la etiqueta ``.

Uso

```
{{#each value}}
```

El valor en la posición `{{@index}}` es `{{this}}`.

```
{{else}}
```

La condición es falsa.

```
{{/each}}
```

`each` debe ir precedido de un signo de almohadilla (`#`) y concluir con `{{/each}}` de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En este ejemplo, `each` se utiliza para devolver una lista de los colores favoritos de un usuario. Para `false`, se devuelve una instrucción `else`. Si la solicitud es esta

```
{{#each User.UserAttributes.FavoriteColors}}
```

```
<li>{{this}}</li>
```

```
{{else}}
```

No tiene colores favoritos.

{{/each}} devuelve

- *red*
- *azul*
- *amarillo*

para una declaración verdadera.

if

Evalúa si algo es cierto y devuelve una respuesta en función de la evaluación.

Uso

```
{{#if value}}
```

El valor no es indefinido

```
{{else}}
```

El valor es indefinido

```
{{/if}}
```

if debe ir precedido de un signo de almohadilla (#) y concluir con {{/if}} de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En este ejemplo, el ayudante if se utiliza para evaluar si el nombre de un usuario es el primero. Si se encuentra el nombre, se devuelve un saludo que pasa por el nombre del usuario en la respuesta. De lo contrario, la instrucción else devuelve un saludo alternativo.

```
{{#if User.UserAttributes.FirstName.[0]}}
```

```
Hello {{User.UserAttributes.FirstName.[0]}},
```

```
{{else}}
```

```
Hola,
```

```
{{/if}}
```

devuelve *Hola, Jane* si el ayudante `if` es verdadero.

Ayudantes condicionales

En esta sección se describen los ayudantes condicionales.

Los ayudantes condicionales se pueden usar en una sola línea o en una instrucción de bloque. Puede personalizar la respuesta independientemente del método de ayudante que utilice. Puede pasar ayudantes condicionales adicionales en las instrucciones de una sola línea y en las de bloque. Los siguientes asistentes condicionales muestran el uso primero de una sola línea y, después, de una instrucción de bloque mediante una cláusula `else` opcional. Estos son los ayudantes condicionales:

- `and`: compara si todos los elementos pasados son iguales o no.
- `eq`: comprueba si dos elementos son iguales.
- `gt`: comprueba si un elemento es mayor que otro.
- `gte`: comprueba si un elemento es mayor que otro o igual a otro.
- `if`: evalúa si algo es verdadero.
- `lt`: comprueba si un elemento es inferior a otro.
- `lte`: comprueba si un elemento es inferior o igual a otro.
- `neq`: evalúa si dos elementos no son iguales.
- `not`: invierte la respuesta de una operación booleana.
- `or`: compara si alguno de los elementos del argumento es igual.

y

Compara si todos los elementos transferidos en un argumento son iguales y, a continuación, devuelve la respuesta en función del resultado. Este ayudante se puede utilizar para valores no booleanos. Debe transferir al menos dos elementos para la condición.

Uso

- `{{and valuea valueb valuec valued yes='y' no='n'}}`

Puede sustituir *s* y *n* por otros valores, como *sí* y *no* o por cualquier otra cadena que desee que se devuelva, en función de la condición.

- `{{#and valuea valueb}}`

La condición es verdadera.

```
{{else}}
```

La condición es falsa.

```
{{/and}}
```

and debe ir precedido de un signo de almohadilla (#) y concluir con `{{/and}}` de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En este ejemplo, `eq` se utiliza en la instrucción de bloque `and` para determinar si las dos cadenas pasadas para los atributos `Location.City` y `Location.Country` son verdaderas. Si ambas condiciones son iguales, se devuelve una instrucción verdadera. Si alguno de esos atributos es falso, se devuelve una instrucción `else`.

```
{{#and (eq Location.City "Los Angeles") (eq Location.Country "US")}}
```

Vive en Los Ángeles y EE. UU.

```
{{else}}
```

No vive en Los Ángeles y EE. UU.

```
{{/and}}
```

eq

Comprueba si dos elementos son iguales o si el valor de un elemento es igual al de una cadena pasada.

Uso

- `{{eq valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Puede sustituir *s* y *n* por otros valores, como *sí* y *no* o por cualquier otra cadena que desee que se devuelva, en función de la condición.

- `{{#eq valuea valueb}}`

La condición es verdadera.

```
{{else}}
```

La condición es falsa.

```
{{/eq}}
```

eq debe ir precedido de un signo de almohadilla (#) y concluir con `{{/eq}}` de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En este ejemplo, eq se usa para evaluar si el valor de `User.UserAttributes.FavoriteColors.[0]` es *rojo*. Si la respuesta es true, se devuelve una instrucción verdadera. Si la respuesta es false, se devuelve una instrucción else.

```
{{#eq User.UserAttributes.FavoriteColors.[0] "red"}}
```

Su color favorito es el rojo.

```
{{else}}
```

No le gusta el rojo.

```
{{/eq}}
```

gt

Prueba si el valor de un elemento es mayor que otro.

Uso

- `{{gt valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Puede sustituir *s* y *n* por otros valores, como *sí* y *no* o por cualquier otra cadena que desee que se devuelva, en función de la condición.

- `{{#gt valuea valueb}}`

La condición es verdadera.

```
{{else}}
```

La condición es falsa.

```
{{/gt}}
```

`gt` debe ir precedido de un signo de almohadilla (#) y concluir con `{/gt}` de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En este ejemplo, el ayudante compara el valor del atributo `User.UserAttributes.UserAge.[0]` con una cadena, `17`, para comprobar si la edad del usuario es mayor de 17 años. Si la respuesta es `true`, se devuelve una instrucción verdadera. Si la respuesta es `false`, se devuelve una instrucción `else`.

```
{{#gt User.UserAttributes.UserAge.[0] "17"}}
```

Tiene edad suficiente para alquilar un coche.

```
{{else}}
```

No tiene edad suficiente para alquilar un coche.

```
{/gt}}
```

gte

Prueba si el valor de un elemento es mayor o igual que otro.

Usage

- `{{gte valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Puede sustituir `s` y `n` por otros valores, como `sí` y `no` o por cualquier otra cadena que desee que se devuelva, en función de la condición.

- `{{#gte valuea valueb}}`

La condición es verdadera.

```
{{else}}
```

La condición es falsa.

```
{/gte}}
```

`get` debe ir precedido de un signo de almohadilla (#) y concluir con `{/gte}` de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En este ejemplo, el ayudante compara el atributo `User.UserAttributes.UserAge.[0]` con una cadena, `18`, para comprobar si la edad del usuario es mayor o igual que 18. Si la respuesta es `true`, se devuelve una instrucción verdadera. Si la respuesta es `false`, se devuelve una instrucción `else`.

```
{{#gte User.UserAttributes.UserAge.[0] "18"}}
```

Tiene edad suficiente para alquilar un coche.

```
{{else}}
```

No tiene edad suficiente para alquilar un coche.

```
{{/gte}}
```

if

Evalúa si algo es cierto y devuelve una respuesta en función de la evaluación.

Uso

- `{{#if value}}`

Puede sustituir `s` y `n` por otros valores, como `sí` y `no` o por cualquier otra cadena que desee que se devuelva, en función de la condición.

- `{{#if value}}`

La condición es verdadera.

```
{{else}}
```

La condición es falsa.

```
{{/if}}
```

`if` debe ir precedido de un signo de almohadilla (`#`) y concluir con `{{/if}}` de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En este ejemplo, el ayudante `if` se utiliza para evaluar si el nombre de un usuario es el primero. Si se encuentra el nombre, se devuelve un saludo que pasa por el nombre del usuario en la respuesta. De lo contrario, la instrucción `else` devuelve un saludo alternativo.

```

{{#if User.UserAttributes.FirstName.[0]}}
Hola {{User.UserAttributes.FirstName.[0]}},
{{else}}
Hola,
{{/if}}

```

devuelve *Hola, Jane* si el ayudante es verdadero.

It

Prueba si el valor de un elemento es inferior al valor de otro.

Uso

- `{{lt valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Puede sustituir *s* y *n* por otros valores, como *sí* y *no* o por cualquier otra cadena que desee que se devuelva, en función de la condición.

- `{{#lt valuea valueb}}`

La condición es verdadera.

```

{{else}}

```

La condición es falsa.

```

{{/lt}}

```

It debe ir precedido de un signo de almohadilla (#) y concluir con `{{/lt}}` de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En este ejemplo, el ayudante compara el atributo `User.UserAttributes.UserAge.[0]` con una cadena, *18*, para comprobar si la edad del usuario es menos de 18. Si la respuesta es `true`, se devuelve una instrucción verdadera. Si la respuesta es `false`, se devuelve una instrucción `else`.

```

{{#lt User.UserAttributes.UserAge.[0] "18"}}

```

No tiene edad suficiente para alquilar un coche.

```
{{else}}
```

Tiene edad suficiente para alquilar un coche.

```
{{/lt}}
```

lte

Prueba si el valor de un elemento es inferior o igual que otro.

Uso

- `{{lte valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Puede sustituir *s* y *n* por otros valores, como *sí* y *no* o por cualquier otra cadena que desee que se devuelva, en función de la condición.

- `{{#lte valuea valueb}}`

La condición es verdadera.

```
{{else}}
```

La condición es falsa.

```
{{/lte}}
```

`lte` debe ir precedido de un signo de almohadilla (#) y concluir con `{{/lte}}` de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En este ejemplo, el ayudante compara el atributo `User.UserAttributes.UserAge.[0]` con una cadena, `17`, para comprobar si la edad del usuario es igual a 17 o más joven. Si la respuesta es `true`, se devuelve una instrucción verdadera. Si la respuesta es `false`, se devuelve una instrucción `else`.

```
{{#lte User.UserAttributes.Age.[0] "17"}}
```

No tiene edad suficiente para alquilar un coche.

```
{{else}}
```

Tiene edad suficiente para alquilar un coche.

```
{{/lte}}
```

neq

Pruebe si dos elementos no son iguales.

Uso

- `{{neq valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Puede sustituir *s* y *n* por otros valores, como *sí* y *no* o por cualquier otra cadena que desee que se devuelva, en función de la condición.

- `{{#neq valuea valueb}}`

La condición es verdadera.

```
{{else}}
```

La condición es falsa.

```
{{/neq}}
```

neq debe ir precedido de un signo de almohadilla (#) y concluir con `{{/neq}}` de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En esta instrucción de bloque, el atributo `User.UserAttributes.FavoriteColors.[0]` se compara con una cadena, *Red*. Si la respuesta es `true`, se devuelve una instrucción verdadera. Si la respuesta es `false`, se devuelve una instrucción `else`.

```
{{#neq User.UserAttributes.Favorite.Colors.[0] "red"}}
```

No le gusta el rojo.

```
{{else}}
```

Le gusta el rojo.

```
{{/neq}}
```

no

Invierte la respuesta de una operación booleana, de modo que si `not` es una comparación positiva, se devuelve una instrucción `true`. Si la respuesta es falsa, se devuelve una instrucción `else`.

Uso

- `{{not value yes='y' no='n'}}`

Puede sustituir *s* y *n* por otros valores, como *sí* y *no* o por cualquier otra cadena que desee que se devuelva, en función de la condición.

- `{{#not value}}`

La condición es verdadera.

```
{{else}}
```

La condición es falsa.

```
{{/not}}
```

`not` debe ir precedido de un signo de almohadilla (#) y concluir con `{{/not}}` de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En esta instrucción de bloque, el atributo `User.UserAttributes.FavoriteColors.[0]` se comprueba con una cadena, *roja*, con el ayudante `eq`. A continuación, el ayudante `not` devuelve lo contrario del ayudante `eq`. Si la respuesta devuelve un color que no sea *rojo*, se devuelve una instrucción `true`. Si la respuesta devuelve *rojo*, se devuelve una instrucción `else` que indica una instrucción falsa.

```
{{#not (eq User.UserAttributes.Favorite.Colors.[0] "red")}}
```

No le gusta el rojo.

```
{{else}}
```

Le gusta el rojo.

```
{{/not}}
```

Ejemplo

En este ejemplo,

```
{{not (eq User.UserAttributes.FavoriteColors.[0] "red")}}
```

devuelve falso si `User.UserAttributes.FavoriteColors.[0]` es *rojo*.

o

Compara si algunos de los elementos en el argumento son iguales y, a continuación, devuelve la respuesta en función del resultado. Este ayudante se puede utilizar para valores no booleanos.

Uso

- `{{or valuea valueb valuec valued yes='y' no='n'}}`

Puede sustituir *s* y *n* por otros valores, como *sí* y *no* o por cualquier otra cadena que desee que se devuelva, en función de la condición. Debe transferir al menos dos elementos para la condición.

- `{{#or valuea valueb}}`

La condición es verdadera.

`{{else}}`

La condición es falsa.

`{{/or}}`

`or` debe ir precedido de un signo de almohadilla (#) y concluir con `{{/or}}` de cierre en la instrucción de bloque.

Ejemplo

En esta instrucción de bloque `or`, se comparan adicionalmente dos cadenas del atributo `Location.City` mediante el ayudante `eq`. Si alguno de esos atributos es `true`, se devuelve una instrucción. Si una o más de las respuestas es `false`, se devuelve una instrucción `else`.

`{{#or (eq Location.City "Los Angeles") (eq Location.City "Seattle")}}`

Vive en la costa oeste de Estados Unidos.

`{{else}}`

No vive en la costa oeste de Estados Unidos.

`{{/or}}`

Ayudantes de cadenas

En esta sección se describen los siguientes ayudantes de cadenas:

- `abbreviate`: trunca un valor.
- `capitalize`: escribe en mayúscula cada palabra entre espacios en blanco.
- `capitalizeFirst`: pone en mayúscula el primer carácter de un valor.
- `center`: centra un valor.
- `cut`: recorta un valor.
- `dateFormat`: establece el estilo de fecha.
- `inflect`: devuelve una cadena singular o plural en función del recuento.
- `join`: se une a una matriz, un iterador o un objeto iterable.
- `ljust`: justifica un valor en el margen izquierdo.
- `lower`: convierte un valor a minúsculas.
- `now`: imprime la fecha actual.
- `ordinalize`: ordinaliza un valor numérico.
- `replace`: sustituye una cadena por otra.
- `rjust`: justifica un valor en el margen derecho.
- `slugify`: convierte un valor a minúsculas y elimina los caracteres que no son palabras, convierte los espacios en guiones y elimina los espacios en blanco del final.
- `stripTags`: elimina las etiquetas [X]HTML de un valor.
- `substring`: devuelve una nueva cadena como subcadena de un valor pasado.
- `upper`: convierte el valor pasado a mayúsculas.
- `yesno`: sustituye verdadero, falso y no por Sí, No y Quizás.

abreviar

Trunca un valor si el valor supera el número especificado. Los espacios en blanco se incluyen en el recuento de longitudes. Se muestra una elipsis en la respuesta para indicar un valor truncado. La elipsis cuenta para el valor truncado de la respuesta. Este tipo de ayudante es útil si tiene una tabla grande y un espacio mínimo. Al truncar los valores de una celda, se obtiene un aspecto más uniforme de la tabla.

Uso

{{abbreviate *value X*}}, que sustituye *X* por un valor numérico que indique el número de caracteres que se deben conservar. Los números negativos no se admiten.

Ejemplo

En este ejemplo, `abbreviate` se utiliza para truncar `User.UserAttributes.LastName.[0]` a seis (6) caracteres. La respuesta incluye una elipsis, cuyos puntos cuentan para el total de seis caracteres.

{{abbreviate *User.UserAttributes.LastName.[0] 6*}} devuelve

Ale... si *Alejandro* es el valor de `[0]`.

escribir en mayúsculas

Escriba en mayúsculas cada palabra entre espacios en blanco.

Uso

{{capitalize *value*}}

Ejemplo

En este ejemplo, se aplica el uso inicial de mayúsculas a cada palabra de la entrada `Attributes.description.[0]`.

{{capitalize *Attributes.description.[0]*}}

Si `Attributes.description.[0]` devuelve

Mi primera publicación, si el valor de `Attributes.description.[0]` es *mi primera publicación*.

capitalizeFirst

Escribe en mayúsculas el primer carácter de un valor.

Uso

{{capitalizeFirst *value*}}

Ejemplo

En este ejemplo, el uso de mayúsculas se aplica al primer carácter de la primera palabra de la entrada `Attributes.description.[0]`.

`{{capitalizeFirst Attributes.description.[0]}}` devuelve

Mi primera publicación, si el valor de `Attributes.description.[0]` es *mi primera publicación*.

Ejemplo

centro

Centra el valor en un campo de un ancho determinado mediante el número especificado. Si lo desea, puede pasar un carácter para que se muestre como relleno o dejar el campo en blanco. Si no se pasa ningún carácter, se utiliza un espacio en blanco.

Uso

`{{center value size=X [pad=" "]}}`, que sustituye *X* por un valor numérico.

Si `pad` se mantiene en blanco, se utiliza un espacio en blanco como relleno en la respuesta. Si pasa un carácter, ese carácter se muestra en cada espacio del relleno. Los números negativos no se admiten.

Ejemplo

En este ejemplo, el valor de `Location.City` se centra con un tamaño de *19*.

`{{center Location.City size=19}}` devuelve

" Los Ángeles " Si `Location.City` es *Los Ángeles*. Tenga en cuenta que las comillas que se muestran en el resultado del ejemplo se proporcionan solo para enfatizar.

cortar

Elimina el valor especificado de una cadena.

Uso

`{{cut value [" "]}}`, que sustituye el espacio dentro del parámetro de comillas por el valor que se va a cortar. Si no se pasa ningún valor de parámetro, se utiliza un espacio en blanco.

Ejemplo

En este ejemplo, se elimina la letra *e* del atributo `Location.City`.

`{{cut Location.City "e"}}` devuelve

Los Angls si `[Location.City es Los Ángeles]`.

dateFormat

Establece el estilo de fecha predeterminado para la fecha en cualquier respuesta.

Para obtener una lista de los ID de zona horaria, consulte https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_tz_database_time_zones.

Uso

```
{{dateFormat date [inputFormat="format1"] [outputFormat="format2"]
[tz=timeZoneId] [locale=localeID]}}
```

El parámetro `format` debe ser uno de:

- “full”: formato de fecha completo. Por ejemplo: *martes 19 de septiembre de 2020*
- “long”: formato de fecha largo. Por ejemplo: *19 de septiembre de 2020*
- “medium”: formato de fecha medio. Por ejemplo: *19 de septiembre de 2020*
- “short”: formato de fecha corto. Por ejemplo: *19/9/20*
- “pattern”: utiliza un formato de patrón de fechas personalizado. Para obtener más información acerca de patrones de fecha, consulte <https://docs.oracle.com/javase/8/docs/api/java/text/SimpleDateFormat.html>.

“locale”: utiliza un formato de fecha basado en una configuración local determinada. Para obtener más información sobre configuraciones locales, consulte <https://commons.apache.org/proper/commons-lang/apidocs/org/apache/commons/lang3/LocaleUtils.html#toLocale-java.lang.String->.

Si no se pasa un formato, `medium` se utiliza de forma predeterminada.

Ejemplo

En este ejemplo, la entrada `[0]` para `User.UserAttributes.StartDate.[0]` es **09/19/2020** y se envía un mensaje a un usuario con el formato de fecha `full` en función de la zona horaria de `América/Los_Angeles`.

```
We can meet with you any time on {{dateFormat
User.UserAttributes.StartDate.[0] inputFormat="MM/dd/yyyy"
outputFormat="full" tz=America/Los_Angeles}}. devuelve
```

Podemos reunirnos con usted en cualquier momento el martes 19 de septiembre de 2020.

modular

Devuelve una cadena singular o plural en función del valor del recuento.

Uso

```
{{inflect count singular plural [includeCount=false]}}
```

- Ingrese las formas singular y plural de la cadena que desee incluir en el argumento.
- Si `includeCount` se establece en `false`, no se devuelve ningún recuento en la respuesta. Si se establece en `true`, `count` se incluye en la respuesta.

Ejemplo

Los siguientes ejemplos muestran la inflexión de una compra de manzanas, con y sin `includeCount`.

Thank you for your purchase of `{{inflect 3 apple apples includeCount=false}}`. devuelve:

Le agradecemos la compra de manzanas.

Si `includeCount` está establecido en `true`, entonces la respuesta es

Le agradecemos la compra de 3 manzanas.

unirse

Se une a una matriz, un iterador o un objeto iterable. La respuesta devuelve una lista en la que cada valor de la lista está concatenado por el carácter que pase en `join`. Por ejemplo, es posible que separe los valores con una coma (,). El valor de este ayudante debe ser una lista sin un índice de posición de atributos. Por ejemplo, podría ser `Attributes.custom_attribute`.

Uso

```
{{join value " // " [prefix=""] [suffix=""]}}
```

Ejemplo

En este ejemplo, se devuelve una lista de colores, separada por una coma y un espacio (" , "):

```
{{join Attributes.favorite_colors ", "}} devuelve
```

azul, rojo, verde si `Attributes.favorite_colors` es la lista *azul, rojo, verde*.

ljust

Justifica el valor en el margen izquierdo y agrega espacio a la derecha para que la longitud del valor coincida con el número. Los números negativos no se admiten.

Si lo desea, puede pasar un carácter para mostrar para pad o dejar el campo en blanco. Si deja en blanco el valor pad, el valor predeterminado es un espacio en blanco.

Uso

`{{ljust value size=X [pad=" "]}}`, donde *X* es la longitud total del valor, incluido el espacio en blanco.

Ejemplo

En este ejemplo, se aplica un valor de justificación izquierdo de *15* a `Location.City`.

`{{ljust Location.City size=15}}` devuelve

"Los Ángeles " si el valor de `Location.City` es *Los Ángeles*. Tenga en cuenta que las comillas que se muestran en el resultado del ejemplo se proporcionan solo para enfatizar.

lower

Convierte un valor a minúsculas.

Uso

`{{lower value}}`

Ejemplo

En este ejemplo, la entrada `[0]` para `User.UserAttributes.LastName.[0]` se cambia a minúscula.

`{{lower User.UserAttributes.LastName.[0]}}` devuelve

santos si *Santos* es el valor de `[0]`.

now

Imprime la fecha actual en función del ID de zona horaria pasado. Para obtener una lista de los ID de zona horaria, consulte https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_tz_database_time_zones.

Uso

```
{{now ["format"] [tz=timeZoneId] [locale=localeID]}}
```

El parámetro `format` debe ser uno de:

- “full”: formato de fecha completo. Por ejemplo: *martes 19 de septiembre de 2020*
- “long”: formato de fecha largo. Por ejemplo: *19 de septiembre de 2020*
- “medium”: formato de fecha medio. Por ejemplo: 19 de septiembre de 2020
- “short”: formato de fecha corto. Por ejemplo: 19/9/20
- “pattern”: un patrón de fechas. Para obtener más información acerca de patrones de fecha, consulte <https://docs.oracle.com/javase/8/docs/api/java/text/SimpleDateFormat.html>.

“locale”: utiliza un formato de fecha basado en una configuración local determinada. Para obtener más información sobre configuraciones locales, consulte <https://commons.apache.org/proper/commons-lang/apidocs/org/apache/commons/lang3/LocaleUtils.html#toLocale-java.lang.String->.

Si no se pasa un formato, `medium` se utiliza de forma predeterminada.

Ejemplo

En este ejemplo, se devuelve la fecha actual de Los Ángeles con un formato `medium`.

```
{{now "medium" tz=America/Los_Angeles}}
```

 devuelve

19 de septiembre de 2020.

ordinalizar

Ordinaliza el valor numérico pasado en el argumento. Por ejemplo, *1* se ordinaliza como *primero*, *2* como *segundo*, etc. Solo se admiten valores numéricos.

Uso

```
{{ordinalize [number]}}
```

Ejemplo

En este ejemplo, la entrada `[0]` de `User.UserAttributes.UserAge` se ordinaliza y se devuelve junto con un mensaje.

Congratulations on your `{{ordinalize User.UserAttributes.UserAge.[0]}}` birthday! devuelve *22* ordinalizado como *vigesimosegundo*.

Enhorabuena por su vigesimosegundo cumpleaños.

replace

Sustituye una cadena por otra. Una cadena o un valor numérico deben ser literales. No se admiten caracteres comodín.

Uso

```
{{replace stringToReplace replacementValue}}
```

Ejemplo

En este ejemplo, un guion bajo (`_`) sustituye un espacio en blanco.

```
{{replace Location.City " " "_"}} devuelve
```

Los_Angeles si `Location.City` es *Los Ángeles*.

rjust

Justifica el valor en el margen derecho y agrega espacio a la derecha para que la longitud del valor coincida con el número. Los números negativos no se admiten.

Si lo desea, puede pasar un carácter para mostrar para pad o mantener el campo en blanco. Si mantiene en blanco el valor de pad, el valor predeterminado es un espacio en blanco.

Uso

```
{{rjust value size=X [pad=" "]}}, donde X es la longitud total del valor, incluido el espacio en blanco.
```

Ejemplo

En este ejemplo, se aplica un valor de justificación derecho de *15* al atributo `Location.City`.

```
{{rjust Location.City size=15}} devuelve
```

" Los Ángeles". Si `Location.City` es *Los Ángeles*. Tenga en cuenta que las comillas que se muestran en el resultado se proporcionan solo para enfatizar.

slugify

Convierte el valor pasado a minúsculas, elimina los caracteres que no son palabras (alfanuméricos y guiones bajos), convierte los espacios en guiones y elimina los espacios en blanco del principio y del final.

Uso

```
{{slugify value}}
```

Ejemplo

En este ejemplo, slugify se realiza para el atributo `Location.City`.

```
{{slugify Location.City}}
```

 devuelve

los-angeles si `Location.City` es *Los Ángeles*.

stripTags

Elimina las etiquetas [X]HTML de un valor.

Uso

```
{{stripTags value}}
```

Ejemplo

En este ejemplo, se eliminan las etiquetas HTML de `User.UserAttributes.interest.[0]`.

```
{{stripTags User.UserAttributes.interests.[0]}}
```

 devuelve

Art, si `User.UserAttributes.interests.[0]` es `<h1>Art</h1>`.

subcadena

Devuelve una nueva cadena como subcadena del valor pasado. La longitud y la posición vienen determinadas por los parámetros `startOffset` y `endOffset`, que deben ser números enteros. Los números negativos no se admiten. Si `endOffset` no se transfiere, la subcadena utiliza el valor final original de la cadena.

Uso

```
{{substring value startOffset [endOffset]}}
```

Ejemplo

En este ejemplo, se aplica un desplazamiento de 4 y un endOffset de 9 al atributo Location.City.

`{{substring Location.City 4 9}}` devuelve

Angel si Los Ángeles es el valor de Location.City es *Los Ángeles*.

upper

Convierte el valor pasado a mayúsculas.

Uso

`{{upper value}}`

Ejemplo

En este ejemplo, la entrada [0] del atributo User.UserAttributes.LastName se convierte completamente en mayúsculas.

`{{upper User.UserAttributes.LastName.[0]}}` devuelve

ROE si el valor User.UserAttributes.LastName.[0] es *Roe*.

yesno

Sustituye true, false y NULL con Yes, No y Maybe.

Uso

`{{yesno value [yes="yes"] [no="no"] maybe=["maybe"]}}`

Ejemplo

En este ejemplo, el atributo IsUserSubscribed devuelve si un usuario está suscrito a una lista determinada.

`{{yesno Attributes.IsUserSubscribed}}` devuelve

sí si Attributes.IsUserSubscribed es *verdadero*.

Ayudantes matemáticos y codificación

En esta sección se describen los ayudantes matemáticos y de codificación.

- `add`: devuelve la suma de dos números.
- `ceiling`: redondea un entero hasta su límite matemático.
- `decode64`: decodifica un valor codificado en Base64 en una cadena.
- `divide`: devuelve el cociente de dos números.
- `encode64`: codifica una cadena con Base64.
- `floor`: redondea un entero hasta su límite matemático.
- `md5`: coloca una cadena pasada mediante el algoritmo MD5.
- `modulo`: devuelve el resto de dos números utilizando puntos flotantes.
- `multiply`: devuelve el producto de dos números.
- `round`: redondea un decimal al número entero más cercano.
- `sha256`: coloca una cadena pasada mediante SHA-256.
- `sha512`: coloca una cadena pasada mediante SHA-512.
- `subtract`: devuelve la diferencia de dos números.
- `uuid`: genera al azar un UUID en formato de 128 bits.

agregar

Devuelve la suma de dos números junto con los puntos flotantes.

Uso

```
{{add arg1 arg2}}
```

Ejemplo

```
{{add 5 2.3}} devuelve
```

7,3

límite

Redondea un entero hasta su límite matemático, que es el número entero más alto más cercano al valor pasado.

Uso

```
{{ceiling value}}
```

Ejemplo

```
{{ceiling 5.23}} devuelve
```

6

decode64

Decodifica un valor codificado en Base64 en una cadena.

Uso

```
{{decode64 "string"}}
```

Ejemplo

```
{{decode64 "SGVsbG8gd29ybGQ="}} devuelve
```

Hello World

dividir

Devuelve el cociente de dos números, incluidos los puntos flotantes.

Uso

```
{{divide arg1 arg2}}
```

Ejemplo

```
{{divide 5 2.3}} devuelve
```

2,17391304

encode64

Codifica la cadena pasada en el argumento mediante Base64.

Uso

```
{{encode64 "string"}}
```

Ejemplo

```
{{encode64 "Hello World"}}
```

SGVsbG8gd29ybGQ=

floor

Redondea un entero hasta su límite matemático, que es el número entero más bajo más cercano al valor pasado.

Uso

```
{{floor value}}
```

Ejemplo

```
{{floor 5.23}}
```

 devuelve

5

md5

Coloca una cadena pasada mediante el algoritmo MD5.

Uso

```
{{md5 "string"}}
```

Ejemplo

```
{{md5 "Hello World"}}
```

3e25960a79dbc69b674cd4ec67a72c62

módulo

Devuelve el resto de dos números utilizando puntos flotantes.

Uso

```
{{modulo arg1 arg2}}
```

Ejemplo

```
{{modulo 7 2}}
```

 devuelve

1

multiplicar

Devuelve el producto de dos números, con los puntos flotantes.

Uso

```
{{multiply arg1 arg2}}
```

Ejemplo

```
{{multiply 5 2.3}}
```

 devuelve

11.5

round

Redondea un decimal al número entero más cercano.

Uso

```
{{round value}}
```

Ejemplo

You spent an average of

```
{{round 19.21}}
```

 minutes on our website each day.
devuelve:

Pasó una media de 19 minutos en nuestro sitio web cada día.

sha256

Coloca una cadena pasada mediante la seguridad criptográfica SHA-256.

Uso

```
{{sha256 "string"}}
```

Ejemplo

```
{{sha256 "Hello World"}}
```

 devuelve

a591a6d40bf420404a011733cfb7b190d62c65bf0bcda32b57b277d9ad9f146e

sha512

Coloca una cadena pasada mediante la seguridad criptográfica SHA-512.

Uso

```
{{sha512 "string"}}
```

Ejemplo

```
{{sha512 "Hello World"}} devuelve
```

```
2c74fd17edafd80e8447b0d46741ee243b7eb74dd2149a0ab1b9246fb30382f27e853d8585719e
```

restar

Devuelve la diferencia de dos números, con los puntos flotantes.

Uso

```
{{subtract arg1 arg2}}
```

Ejemplo

```
{{subtract 5 2.3}} devuelve
```

```
2,7
```

uuid

Genera al azar un UUID en formato de 128 bits estándar. No es necesario ingresar ningún valor en el argumento.

Uso

```
{{uuid}}
```

Ejemplo

```
{{uuid}} devuelve
```

```
95f36680-152c-4052-99ec-cc3cdf7ca594
```

Parciales insertados

Aunque técnicamente no son una ayuda, los parciales integrados son una forma de Handlebar de simplificar las plantillas que incluyen cadenas repetidas, lo que facilita la reutilización. Para obtener más información, consulte [Parciales insertados](#) en handlebarsjs.com.

Uso

```
{{#* inline "inlineName"}}Content to reuse{{/inline}}
```

Para hacer referencia al contenido del parcial insertado en otro lugar, use:

```
{{> inlineName}}
```

Ejemplo

En el siguiente ejemplo se crea una función parcial insertada que incluye el nombre del destinatario y, si está disponible, los apellidos agregando el siguiente código al principio de la plantilla:

```
{{#* inline "fullName"}}  
  
{{User.UserAttributes.FirstName.[0]}} {{#if User.UserAttributes.LastName.  
[0]}} {{User.UserAttributes.LastName.[0]}} {{/if}}  
  
{{/inline}}
```

Después de crear la función parcial `fullName`, puede incluirla en cualquier lugar de la plantilla agregando delante del nombre de la función parcial un símbolo `>` (mayor que), seguido de un espacio, como en el siguiente ejemplo: `{{> fullName}}`.

```
Hello {{> fullName}}
```

devuelve el nombre y apellidos del usuario si es verdadero, por ejemplo, *Hola Jane Doe*. De lo contrario, si no se encuentra ningún apellido, se devuelve *Hola Jane*.

Handlebars incluye características adicionales además de las documentadas aquí. Para obtener más información, consulte handlebarsjs.com.

Uso de variables con ayudantes de plantillas de mensajes

Los atributos personalizados de Amazon Pinpoint, por ejemplo

`User.UserAttributes.LastName`, se almacenan como una lista, independientemente de si hay un solo elemento o varios. Al pasar una lista a un ayudante que espera una cadena, debe especificar el valor del índice del atributo junto con el nombre del atributo. Este valor del índice de atributos indica la posición de un valor de la lista de atributos: `. [0]` para la primera entrada de la lista, `. [1]` para la segunda, `. [2]` para la tercera, etc. Por ejemplo, supongamos que está utilizando el asistente `upper` para convertir la primera entrada (`[0]`) de `User.UserAttributes.LastName` en mayúsculas. El uso del ayudante es `{{upper value}}` y el atributo tiene el formato correspondiente `User.UserAttributes.LastName`. Sustituya el *valor* por el nombre del atributo y el valor del índice del atributo `. [0]` de la siguiente manera: `{{upper User.UserAttributes.LastName.[0]}}`. A continuación, la respuesta devuelve la entrada `[0]` de la lista, formateada en mayúsculas. Por ejemplo, si el valor de `[0]` es *Santos*, la respuesta devuelve *SANTOS*.

Los nombres de los atributos personalizados de Amazon Pinpoint admiten espacios. Para tener un atributo personalizado llamado "Last Name", debe formatear el atributo como `User.UserAttributes.[Last Name]`. Para acceder a la primera entrada de la lista de índices de atributos, el formato es `User.UserAttributes.[Last Name].[0]`.

Un nombre de atributo personalizado puede contener hasta 50 caracteres. Un valor de atributo puede contener hasta 100 caracteres. Al definir el nombre de un atributo personalizado, evite utilizar los siguientes caracteres: signo numérico (#), dos puntos (:), signo de interrogación (?), barra diagonal inversa (\) y barra diagonal (/). La consola Amazon Pinpoint no puede mostrar nombres de atributos que contengan estos caracteres. Esta restricción no se aplica a los valores de atributo.

Uso de ayudantes anidados

Puede agrupar varios ayudantes de plantillas de mensajes uno dentro del otro. El siguiente ejemplo muestra cómo aplicar formato a dos ayudantes: `{{ first helper (second helper)}}`. El segundo ayudante se procesa primero, seguido del primer ayudante. Recuerde que el primer ayudante siempre determina el resultado. Los ayudantes posteriores deben estar anidados dentro del ayudante anterior de la siguiente manera: `{{ first helper (second helper (third helper))}}`.

El siguiente ejemplo muestra cómo anidar dos ayudantes para cambiar **JANE** a **Jane**: `{{capitalizeFirst (lower "JANE")}}`. `lower` primero convierte **JANE** en **jane**. Luego `capitalizeFirst` convierte **jane** en **Jane**.

Administración de plantillas de mensaje

La página Plantillas de mensaje de la consola de Amazon Pinpoint proporciona una única ubicación para crear, ver y administrar todas las plantillas de mensaje de la cuenta de Amazon Pinpoint en la región de AWS actual. Mediante esta página, puede administrar las plantillas de mensajes como una sola colección. Esto puede ayudarle a diseñar mensajes coherentes y reutilizar el contenido de forma más fácil y eficaz. Puede utilizar esta página para realizar tareas de administración, como ver y editar plantillas o copiar, eliminar y crear plantillas.

Temas

- [Visualización de su colección de plantillas de mensaje](#)
- [Abrir una plantilla de mensaje](#)
- [Editar una plantilla de mensaje](#)

- [Copiar una plantilla de mensaje](#)
- [Eliminar una plantilla de mensaje](#)
- [Agregar una etiqueta a una plantilla](#)
- [Eliminación de una etiqueta de una plantilla](#)

Para obtener información sobre cómo crear una plantilla de mensaje, consulte [Creación de plantillas de correo electrónico](#), [Creación de plantillas de notificaciones push](#), [Creación de plantillas de SMS](#) o [Creación de plantillas de voz](#) según el tipo de plantilla que desee crear.

Para obtener información sobre cómo ver y administrar versiones de plantillas, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).

Visualización de su colección de plantillas de mensaje

En la página Plantillas de mensaje se muestra una lista de todas las plantillas de mensaje de la cuenta de Amazon Pinpoint en la región de AWS actual. Para examinar la lista con mayor facilidad o encontrar plantillas específicas rápidamente, puede ordenar y filtrar la lista, elegir las columnas que desea mostrar y cambiar otros ajustes de visualización de la lista.

Para ver la colección de plantillas de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje). Se abre la página Message templates (Plantillas de mensaje) y se muestra el número de plantillas de la colección y una lista de dichas plantillas.
3. Para personalizar la lista o encontrar una plantilla específica rápidamente, elija cualquiera de las siguientes opciones:
 - Para ordenar la lista por un tipo específico de valor, haga clic en el encabezado de la columna correspondiente a ese valor. Para cambiar el orden de clasificación de ascendente a descendente o viceversa, haga clic de nuevo en el encabezado de la columna.
 - Para aplicar un filtro que muestre solo un tipo específico de plantilla, utilice el selector de canales en la parte superior de la página para elegir el canal. Para eliminar el filtro, seleccione All message channels (Todos los canales de mensajes) en el selector de canales.
 - Para aplicar un filtro que muestre solo las plantillas cuyos nombres contengan texto específico, escriba el texto en el cuadro Search (Buscar) situado encima de la lista. Para quitar el filtro, elija la X en el cuadro Search (Buscar).

- Para cambiar el número de plantillas que se muestran en la lista, elija el icono de configuración en la parte superior de la página. A continuación, en Page size (Tamaño de la página), elija el número de plantillas que desea mostrar y elija Save changes (Guardar cambios).
- Para agregar o quitar columnas de la lista, elija el icono de configuración en la parte superior de la página. A continuación, en Choose visible columns (Elegir columnas visibles), active o desactive cada columna y elija Save changes (Guardar cambios).

Abrir una plantilla de mensaje

En la página Message templates (Plantillas de mensaje) puede buscar y abrir rápidamente una plantilla de mensaje específica para ver el contenido de la plantilla y la información sobre la plantilla. Por ejemplo, puede ver las versiones actuales y anteriores de la plantilla y determinar cuándo se actualizó por última vez. Tras abrir una plantilla, también puede [editarla](#).

Para abrir una plantilla de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Message templates (Plantillas de mensaje) elija la plantilla que desea abrir. Se abre la página de la plantilla con información sobre la misma. También aparece el contenido de la versión activa de la plantilla.
4. Para ver una versión diferente de la plantilla, utilice el selector de versiones en Template details (Detalles de la plantilla) para elegir la versión que desea ver.

Editar una plantilla de mensaje

Puede abrir una plantilla de mensaje para editarla de dos maneras: al crear un mensaje que utiliza la plantilla y desde la página Message templates (Plantillas de mensaje). En este tema se explica cómo abrir y editar una plantilla desde la página Message templates (Plantillas de mensaje).

Si edita una plantilla, Amazon Pinpoint podría aplicar los cambios a los mensajes existentes que la utilicen y que aún no se hayan enviado, como mensajes de campaña programados para enviarse más adelante. Esto depende de si edita la versión activa de la plantilla y de cómo configuró los mensajes que la utilizan. Para obtener más información, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).

Para editar una plantilla de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Message templates (Plantillas de mensaje) elija la plantilla que desee editar. Se abre la página de la plantilla con información sobre la misma. También muestra el contenido y la configuración de la versión activa de la plantilla.
4. Elija Edit (Editar).
5. En Template details (Detalles de la plantilla), utilice el selector de versiones para elegir la versión de la plantilla que desea utilizar como punto de partida para los cambios. Si elige la versión más reciente de la plantilla, puede guardar los cambios directamente en esa versión de la plantilla. De lo contrario, puede guardar los cambios como una versión nueva de la plantilla.
6. Haga los cambios que desee. Puede cambiar cualquier contenido o configuración de la plantilla, excepto el nombre de la plantilla. Para cambiar el nombre de la plantilla, puede [crear una copia de la plantilla](#), guardar la copia con el nombre que desee y, a continuación, eliminar la plantilla original, si lo desea.
7. Cuando termine de realizar cambios, haga lo siguiente:
 - Para guardar los cambios como una versión nueva de la plantilla, elija Save as new version (Guardar como versión nueva). Para asegurarse de que los cambios no afecten a ningún mensaje existente, le recomendamos que elija esta opción.
 - Para guardar los cambios como una actualización de la versión más reciente de la plantilla, elija Update version (Actualizar versión). Esta opción solo está disponible si ha elegido la versión más reciente de la plantilla en el paso 5. Si elige esta opción, los cambios pueden afectar a los mensajes existentes que utilizan la plantilla.

Copiar una plantilla de mensaje

Para crear rápidamente una nueva plantilla de mensaje similar a una plantilla existente, puede crear una copia de la plantilla. A continuación, puede editar la copia de la plantilla sin cambiar la plantilla original.

Para copiar una plantilla de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).

3. En la página Message templates (Plantillas de mensaje) seleccione la casilla de verificación situada junto a la plantilla que desea copiar.
4. En el menú Actions (Acciones), elija Duplicate (Duplicar).
5. En Template name (Nombre de plantilla), escriba un nombre para la copia de la plantilla. El nombre debe comenzar con una letra o un número. Puede contener un máximo de 128 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, guiones bajos (_) o guiones (-).
6. Cuando termine de escribir el nombre, elija Duplicate template (Duplicar plantilla). Se abre la página de la plantilla con todo el contenido y la configuración de la versión activa copiada.
7. (Opcional) Para cambiar la copia de la plantilla, elija Edit (Editar), realice los cambios que desee y, a continuación, elija Save as new version (Guardar como versión nueva).

Eliminar una plantilla de mensaje

Si desea eliminar una plantilla de mensaje de Amazon Pinpoint por completo, puede eliminarla. Si elimina una plantilla, ello no afectará a los mensajes existentes que la utilicen, como mensajes de campaña programados para enviarse más adelante.

Warning

Si elimina una plantilla, Amazon Pinpoint elimina todas las versiones, el contenido y la configuración de la plantilla. Además, la plantilla dejará de estar disponible para todos los mensajes futuros. No se puede recuperar una plantilla una vez eliminada.

Para eliminar una plantilla de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Message templates (Plantillas de mensaje) active la casilla de verificación situada junto a cada plantilla que desee eliminar.
4. En el menú Actions, elija Delete.

Agregar una etiqueta a una plantilla

Una etiqueta es una etiqueta que puede definir y asociar con recursos de AWS, incluidos determinados tipos de recursos de Amazon Pinpoint.

Agregar una etiqueta a una plantilla puede ayudarle a clasificar y administrar plantillas de distintas formas, como, por finalidad, propietario, entorno u otros criterios. Puede usar etiquetas para encontrar fácilmente las plantillas existentes o para controlar qué usuarios pueden acceder a plantillas específicas. Puede agregar como máximo 50 pares de clave-valor, siendo cada clave única.

Para agregar una etiqueta

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Plantillas de mensaje, elija la plantilla a la que desea agregar una etiqueta.
4. En Tags (Etiquetas), elija Manage tags (Administrar etiquetas).
5. Elija Add new tag (Agregar nueva etiqueta).
6. Escriba la clave de etiqueta y el par del valor que desea agregar.
7. (Opcional) Para agregar etiquetas adicionales, elija Agregar nueva etiqueta.
8. Cuando termine, elija Guardar etiquetas.

Eliminación de una etiqueta de una plantilla

Si ya no necesita una etiqueta para aplicarla a una plantilla, puede eliminarla a través de la consola.

Para eliminar una etiqueta

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Plantillas de mensaje, elija la plantilla a la que desea eliminar una etiqueta.
4. En Tags (Etiquetas), elija Manage tags (Administrar etiquetas).
5. Junto a la etiqueta que desea eliminar, elija Eliminar.
6. Elija Guardar etiquetas.

Para obtener más información sobre cómo utilizar las etiquetas en las políticas de IAM, consulte [Administración de etiquetas](#).

Administración de versiones de plantillas de mensajes

Para ayudarle a administrar el desarrollo y el uso de plantillas de mensajes individuales, Amazon Pinpoint admite el control de versiones de todos los tipos de plantillas de mensajes. El control de versiones le proporciona una forma de crear un historial de cambios en una plantilla: cada versión es una instantánea de una plantilla en un momento determinado. El control de versiones también proporciona una forma de controlar el contenido y la configuración de los mensajes que utilizan una plantilla.

Cada vez que modifique una plantilla, puede especificar si desea guardar los cambios como una nueva versión de la plantilla o como una actualización de la versión existente más reciente de la plantilla. A medida que diseña, desarrolla y refina una plantilla, cada una de estas versiones sirve como instantánea que puede ayudarle a realizar un seguimiento del progreso y el estado de la plantilla. Es decir, puede usar el control de versiones para almacenar, realizar un seguimiento y administrar una plantilla a medida que cambia con el tiempo. Puede hacer lo siguiente:

- Realizar un seguimiento del historial de una plantilla: para cada plantilla, Amazon Pinpoint proporciona una lista de las versiones de la plantilla. La lista muestra el nombre de cada versión e indica cuándo se modificó por última vez cada versión. La lista se ordena en orden cronológico descendente con la versión más reciente enumerada en primer lugar.
- Consultar y comparar las versiones de una plantilla: al usar la lista de versiones, puede buscar versiones anteriores de una plantilla. Si elige una versión de la lista, Amazon Pinpoint muestra el contenido y la configuración almacenados en esa versión.
- Restaurar una versión anterior de una plantilla: si encuentra problemas en la versión más reciente de una plantilla, puede abrir y editar una versión anterior que no contenga los problemas. A continuación, puede guardar esa versión anterior como una nueva versión de la plantilla. La nueva versión se convierte entonces en la versión más reciente de la plantilla.

También puede utilizar el control de versiones para controlar qué versión de una plantilla se puede utilizar en los mensajes. Para ello, debe designar una versión específica como la versión activa de una plantilla. La versión activa suele ser la versión revisada y aprobada más recientemente para su uso en mensajes, dependiendo del flujo de trabajo de desarrollo y administración de plantillas de la organización.

Cuando designa una versión como la versión activa, habilita dicha versión para su uso en mensajes. A medida que una plantilla cambia con el tiempo, puede designar una versión diferente como la versión activa y puede cambiar esa designación en múltiples ocasiones.

Temas

- [Cómo funciona el control de versiones](#)
- [Visualización de las versiones de una plantilla de mensaje](#)
- [Visualización de la versión activa de una plantilla de mensaje](#)
- [Designación de la versión activa de una plantilla de mensaje](#)
- [Edición de la versión activa de una plantilla de mensaje](#)

Cómo funciona el control de versiones

En un flujo de trabajo de desarrollo normal, una plantilla de mensaje tiene muchas versiones. Estas versiones abarcan desde el inicio del diseño y el desarrollo hasta las pruebas, revisiones y, en última instancia, aprobación para su uso en mensajes. En algunos casos, puede crear y aprobar versiones adicionales después de la aprobación inicial, a medida que refina y actualiza una plantilla. Por ejemplo, puede agregar vínculos o cambiar el diseño de una plantilla en respuesta a los datos de análisis de una campaña que utiliza la plantilla.

Numeración de versiones

Al crear una plantilla, solo hay una versión de la plantilla: la versión 1. Cada vez que modifique una plantilla más adelante, puede especificar si desea guardar los cambios como una nueva versión de la plantilla o como una actualización de la versión más reciente de la plantilla.

Si guarda los cambios como una versión nueva, Amazon Pinpoint incrementa automáticamente el número de versión en 1 y asigna ese número de versión a la versión: versión 1 para la primera versión, versión 2 para la segunda versión, versión 3 para la tercera versión, etc. Los números de versión nunca se reutilizan. Puede guardar hasta 5000 versiones de una plantilla.

Si guarda los cambios como una actualización de la versión más reciente, Amazon Pinpoint sobrescribe la versión más reciente para incluir los cambios. Para asegurarse de tener una vista precisa del historial de una plantilla, solo se puede sobrescribir la versión más reciente de una plantilla mediante la consola de Amazon Pinpoint. No es posible sobrescribir ninguna versión anterior de una plantilla mediante la consola.

Versiones actuales y activas

Para apoyar el desarrollo continuo y a largo plazo de plantillas, dos versiones de una plantilla pueden estar actualizadas al mismo tiempo. Son: la versión más reciente que es la versión que se modificó más recientemente; y la versión activa, que es la versión que se puede usar en los mensajes.

Según el flujo de trabajo de su organización, la versión activa suele ser la versión revisada y aprobada más recientemente para su uso en mensajes. No es necesariamente la última versión de una plantilla. Además, cualquier versión que no sea la versión activa se considera una versión provisional o archivada de una plantilla. Esto significa que solo puede utilizar la versión activa de una plantilla en los mensajes que cree mediante la consola de Amazon Pinpoint.

Por ejemplo, puede crear varias versiones de una plantilla mientras diseña y desarrolla la plantilla. Cuando se haya completado la versión más reciente de la plantilla y se haya aprobado para su uso en mensajes, puede designar esa versión como la versión activa de la plantilla. A continuación, puede utilizar esa versión activa de la plantilla en los mensajes. Si posteriormente decide modificar la plantilla, puede crear versiones adicionales para esos cambios, sin que ello afecte a la versión activa de la plantilla ni a los mensajes existentes que la utilizan.

De todas las versiones de una plantilla, se debe designar una versión como la versión activa de la plantilla. A medida que una plantilla cambia con el tiempo, puede designar una versión diferente como la versión activa y puede cambiar esa designación en múltiples ocasiones.

Configuración de la versión para mensajes

Para utilizar una versión específica de una plantilla en un mensaje, la versión debe ser la versión activa de la plantilla cuando se crea el mensaje o cuando Amazon Pinpoint envía el mensaje. Esto depende de cómo configura el mensaje para que use una plantilla. Cuando crea un mensaje y elige una plantilla para él, tiene dos opciones:

- Utilizar la versión que esté activa actualmente: si elige esta opción, Amazon Pinpoint siempre envía el mismo contenido y la misma configuración del mensaje, tal y como se especifica en la versión de la plantilla que está activa al crear el mensaje. Esto significa que el mensaje sigue siendo el mismo, independientemente de los cambios que realice en la plantilla más adelante.
- Usar la versión que esté activa cuando se envíe el mensaje: si elige esta opción, Amazon Pinpoint actualizará automáticamente el contenido y la configuración del mensaje para que coincidan con la versión de la plantilla que esté activa cuando envíe el mensaje. Esto significa que el mensaje cambia si designa una versión diferente como versión activa después de crear el mensaje.

Por ejemplo, si hace lo siguiente:

1. Crear la Versión 1 de una plantilla.
2. Designar la Versión 1 como versión activa de la plantilla.
3. Crear un mensaje que utilice la plantilla y programar el mensaje para que se envíe más adelante.

4. Modificar la plantilla varias veces.
5. Designar una nueva versión (Versión 5) como versión activa de la plantilla.

Amazon Pinpoint hace lo siguiente para cada opción cuando envía el mensaje:

- Usar la versión que esté activa actualmente: si elige esta opción para el mensaje, Amazon Pinpoint utiliza el contenido y la configuración especificados en la versión 1 de la plantilla. Esto es así porque la Versión 1 era la versión activa de la plantilla cuando se creó el mensaje.
- Usar la versión que esté activa cuando se envíe el mensaje: si eligió esta opción para el mensaje, Amazon Pinpoint actualiza automáticamente el mensaje para usar el contenido y la configuración especificados por la versión 5 de la plantilla. Esto es así porque la Versión 5 es la versión activa de la plantilla cuando se envía el mensaje.

Si desea asegurarse de que los cambios realizados en una plantilla no afectan a ningún mensaje existente que aún no haya enviado, le recomendamos que configure los mensajes para que utilicen la versión de la plantilla que está activa cuando se crean los mensajes, no cuando se envían. Como alternativa, si desea continuar desarrollando una plantilla después de empezar a usarla en mensajes, puede [crear una copia de la plantilla](#) y, a continuación, editar y utilizar la copia de la plantilla en mensajes nuevos.

Visualización de las versiones de una plantilla de mensaje

Mediante la página Message templates (Plantillas de mensajes) puede buscar y abrir rápidamente una plantilla de mensaje determinada. A continuación, puede ver una lista de las versiones existentes de esa plantilla. En la lista, puede elegir una versión específica para ver el contenido y la configuración de esa versión de la plantilla.

Para ver las versiones de una plantilla de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Message templates (Plantillas de mensaje) elija la plantilla cuyas versiones desea ver. Se abre la página de la plantilla con información sobre la misma. También muestra el contenido y la configuración de la versión activa de la plantilla.
4. En Template details (Detalles de la plantilla), abra el selector de versiones para mostrar una lista de versiones de la plantilla.

5. Para ver el contenido y la configuración de una versión concreta, utilice el selector de versiones para elegir la versión. Después de elegir una versión, Amazon Pinpoint muestra el contenido y la configuración de esa versión de la plantilla.

Visualización de la versión activa de una plantilla de mensaje

Puede ver la versión activa de una plantilla de mensaje de dos maneras: mientras crea un mensaje que utiliza la plantilla y mediante la página Message templates (Plantillas de mensaje). Para ver la versión activa de una plantilla mientras crea un mensaje, elija la plantilla para el mensaje. Amazon Pinpoint muestra automáticamente una vista previa de la versión activa de la plantilla.

Para ver la versión activa de una plantilla mediante la página Message templates (Plantillas de mensajes) siga los pasos de este tema.

Para ver la versión activa de una plantilla de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Message templates (Plantillas de mensaje) elija la plantilla cuya versión activa desea ver. Se abre la página de la plantilla con información sobre la misma. También muestra el contenido y la configuración de la versión activa de la plantilla. En Template details (Detalles de la plantilla), observe si aparece ACTIVE VERSION (VERSIÓN ACTIVA) (en verde) junto al nombre de la versión y el selector de versiones.
4. Para ver una versión diferente de la plantilla, utilice el selector de versiones en Template details (Detalles de plantilla) para elegir la versión que desee. Para volver a ver la versión activa, utilice el selector de versiones para elegir la versión que muestra VERSION ACTIVE (VERSIÓN ACTIVA) (en verde) junto al nombre de la versión.

Designación de la versión activa de una plantilla de mensaje

Al crear una plantilla de mensaje, Amazon Pinpoint designa automáticamente la primera versión de la plantilla como la versión activa de la plantilla. A medida que crea y desarrolla versiones posteriores de una plantilla, puede designar una versión diferente como la versión activa de la plantilla. Puede cambiar esa designación en múltiples ocasiones.

Antes de designar una versión como la versión activa de una plantilla, es conveniente asegurarse de que todo el contenido y la configuración de la versión activa propuesta estén completos y listos para su uso.

También es una buena idea verificar que las diferencias entre la versión activa actual y la propuesta no afecten a los mensajes existentes de formas inesperadas o no deseadas. Si designa una versión diferente como versión activa, Amazon Pinpoint podría aplicar el cambio a los mensajes existentes que utilizan la plantilla y que aún no se han enviado. Esto depende de cómo haya configurado los mensajes que utilizan la plantilla. Para obtener más información, consulte [the section called “Configuración de la versión para mensajes”](#).

Si la plantilla se está utilizando en mensajes que aún no se han enviado, compare la versión que está activa actualmente con la versión que desea activar. Además, revise las campañas y actividades de recorrido que utilizan la plantilla. A continuación, edite la plantilla según sea necesario para solucionar cualquier problema que encuentre antes de designar una versión diferente como la versión activa.

Si le preocupan los efectos que podría tener designar una versión diferente como versión activa, puede [crear una copia de la plantilla](#) en su lugar. A continuación, puede editar y utilizar la copia de la plantilla en mensajes nuevos.

Para designar la versión activa de una plantilla de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Message templates (Plantillas de mensaje) elija la plantilla para la que desea designar la versión activa. Se abre la página de la plantilla con información sobre la misma. También muestra el contenido y la configuración de la versión que está actualmente activa de la plantilla.
4. En Template details (Detalles de plantilla), utilice el selector de versiones para elegir la versión que desea designar como versión activa. Después de elegir una versión, Amazon Pinpoint muestra el contenido y la configuración de esa versión de la plantilla.
5. Elija Make active version (Activar versión).

La nueva versión activa de la plantilla ya está disponible para su uso en mensajes nuevos. Además, se utiliza en los mensajes existentes que aún no se han enviado y están configurados para usar la versión de la plantilla que está activa cuando se envía el mensaje.

Edición de la versión activa de una plantilla de mensaje

Antes de editar la versión activa de una plantilla, es importante recordar que solo puede utilizar la versión activa de una plantilla en los mensajes que cree mediante la consola de Amazon Pinpoint. Por este motivo, es una buena idea comprobar primero que los cambios están completos y listos para su uso.

También es buena idea para verificar que los cambios no afecten a los mensajes existentes de formas inesperadas o no deseadas. Es posible que Amazon Pinpoint aplique los cambios a los mensajes existentes que utilizan la plantilla y que aún no se han enviado. Esto depende de cómo haya configurado los mensajes que utilizan la plantilla. Para obtener más información, consulte [the section called “Configuración de la versión para mensajes”](#).

Para determinar cómo pueden afectar los cambios a los mensajes existentes, revise el contenido y la configuración de la versión de la plantilla que está activa actualmente. Además, revise las campañas y actividades de recorrido que utilizan la plantilla. A continuación, considere los cambios que planea realizar y asegúrese de que los cambios concuerdan con los objetivos de los mensajes existentes que utilizan la plantilla.

Por último, si le preocupan los efectos que podría tener editar la versión activa de la plantilla, puede [crear una copia de la plantilla](#) en su lugar. A continuación, puede editar y utilizar la copia de la plantilla en los mensajes que cree posteriormente.

Para editar la versión activa de una plantilla de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Message templates (Plantillas de mensaje) elija la plantilla cuya versión activa desea editar. Se abre la página de la plantilla con información sobre la misma. También muestra el contenido y la configuración de la versión que está designada actualmente como versión activa de la plantilla.
4. Elija Edit (Editar).
5. En Template details (Detalles de plantilla), utilice el selector de versiones para asegurarse de que está editando la versión activa de la plantilla. Aparece ACTIVE VERSION (VERSIÓN ACTIVA) (en verde) junto al nombre de la versión activa.
6. Realice los cambios que desee y, a continuación, elija Save as new version (Guardar como nueva versión).

7. En **Template details** (Detalles de plantilla), utilice el selector de versiones para elegir la versión de la plantilla que creó en el paso anterior.
8. Elija **Make active version** (Activar versión).

La nueva versión activa de la plantilla ya está disponible para su uso en mensajes nuevos. Además, se utiliza en los mensajes existentes que aún no se han enviado y están configurados para usar la versión de la plantilla que está activa cuando se envía el mensaje.

Modelos de machine learning en Amazon Pinpoint

Un modelo de aprendizaje automático (ML) es una representación matemática de un problema del mundo real. Un modelo de ML encuentra patrones en los datos y genera predicciones basadas en los patrones que encuentra. Estas predicciones suelen mejorar con el tiempo, ya que un modelo ML recibe más datos y las personas vuelven a entrenar o ajustan el modelo para refinar y optimizar el análisis de datos del modelo.

En Amazon Pinpoint, puede conectarse a un determinado tipo de modelo de machine learning, denominado modelo de recomendación, para predecir con qué elementos interactuará un usuario y enviar esos elementos a los destinatarios del mensaje como recomendaciones personalizadas. Un modelo de recomendación es un modelo de ML diseñado para responder a la pregunta: «¿Qué le gustará o le interesará a un usuario?» Predice lo que un usuario en particular preferirá de un determinado conjunto de productos o elementos, y proporciona esa información como un conjunto de recomendaciones para el usuario. Mediante el uso de modelos de recomendación con Amazon Pinpoint, puede enviar recomendaciones personalizadas a los destinatarios de mensajes en función de los atributos y el comportamiento de cada destinatario.

Para utilizar un modelo de recomendación con Amazon Pinpoint, comience por trabajar con el equipo de ciencia de datos para crear e implementar el modelo como una campaña de Amazon Personalize. A continuación, configure Amazon Pinpoint para usar los datos de la recomendación de la campaña de Amazon Personalize. Para ello, configure una conexión entre Amazon Pinpoint y la campaña de Amazon Personalize. Cuando configure la conexión, especifique cómo desea recuperar y utilizar los datos de la campaña de Amazon Personalize.

Después de configurar la conexión a la campaña de Amazon Personalize, puede comenzar a agregar recomendaciones a los mensajes. Para ello, cree una plantilla de mensaje. En la plantilla, agregue variables de mensaje para las recomendaciones que desee utilizar. Puede agregar estas variables a los siguientes tipos de plantillas:

- Plantillas de correo electrónico, para los mensajes de correo electrónico que envía desde campañas o recorridos.
- Plantillas de notificaciones push, para notificaciones push que envía desde campañas.
- Plantillas de SMS, para mensajes de texto SMS que envía desde campañas.

A continuación, cree una campaña o recorrido para enviar mensajes que utilicen la plantilla. Cuando envía los mensajes, Amazon Pinpoint recupera los datos más recientes de la campaña de

Amazon Personalize y sustituye cada variable por los valores que recomienda el modelo para cada destinatario del mensaje.

Esta característica está disponible en las siguientes regiones de AWS:

- Este de EE. UU. (Norte de Virginia)
- Oeste de EE. UU. (Oregón)
- Asia-Pacífico (Bombay)
- Asia-Pacífico (Sídney)
- Asia-Pacífico (Seúl)
- Asia-Pacífico (Singapur)
- Asia-Pacífico (Tokio)
- Europa (Irlanda)
- Canadá (centro)

En los temas de este capítulo se explica cómo configurar Amazon Pinpoint para utilizar los datos de recomendación de una campaña de Amazon Personalize. También explican cómo incluir esos datos en los mensajes.

Temas

- [Cómo funcionan las recomendaciones en Amazon Pinpoint](#)
- [Preparación para usar un modelo de recomendación con Amazon Pinpoint](#)
- [Configuración de un modelo de recomendación en Amazon Pinpoint](#)
- [Uso de recomendaciones en mensajes](#)
- [Administración de modelos de machine learning en Amazon Pinpoint](#)

Cómo funcionan las recomendaciones en Amazon Pinpoint

En un flujo de trabajo normal, el equipo realiza una serie de actividades para crear y utilizar un modelo de recomendación con Amazon Pinpoint. En general, estas actividades son:

1. En Amazon Personalize, cree una solución para el modelo e impleméntela como una campaña de Amazon Personalize. A continuación, entrene, evalúe y actualice el modelo en un ciclo continuo para refinar las predicciones y recomendaciones que hace.

2. Configure Amazon Pinpoint para conectarse a la campaña de Amazon Personalize. Utilice los ajustes de configuración de la conexión para especificar cómo desea recuperar y procesar los datos de la campaña de Amazon Personalize.
3. Cree una o más plantillas de correo electrónico, notificaciones push o mensajes de SMS. Diseñe esas plantillas para incluir variables de mensaje que hagan referencia a los atributos recomendados. Una variable de mensaje es un marcador de posición que hace referencia a un atributo específico. Un atributo recomendado es un atributo que almacena temporalmente los datos que Amazon Pinpoint recupera de una campaña de Amazon Personalize.
4. Cree una o varias campañas de Amazon Pinpoint que utilicen las plantillas de mensajes. O bien, si ha creado plantillas de correo electrónico en la actividad anterior, cree una o varias actividades de recorrido que utilicen esas plantillas.

Una vez que el equipo realiza estas actividades, Amazon Pinpoint realiza lo siguiente cada vez que envía un mensaje que incluye recomendaciones del modelo:

1. Evalúa la configuración y el contenido del mensaje y de la plantilla de mensaje.
2. Determina que ha conectado la plantilla de mensaje a un modelo de recomendación.
3. Comprueba los valores de configuración introducidos para utilizar el modelo de recomendación.
4. Busca una o más variables de mensaje para los atributos recomendados que ha creado para el modelo de recomendación.
5. Se conecta a la campaña de Amazon Personalize que especificó en la configuración del modelo de recomendación.
6. Para cada destinatario del mensaje:
 - a. Recupera las recomendaciones de la campaña de Amazon Personalize.
 - b. Agrega las recomendaciones a los atributos recomendados que ha creado para el modelo de recomendación.
 - c. Reemplaza cada variable de mensaje con el valor correspondiente del atributo recomendado. Si ha configurado el modelo para mejorar las recomendaciones mediante una función de AWS Lambda, Amazon Pinpoint utiliza esa función como parte de este paso.
7. Envía una versión del mensaje que contiene las recomendaciones personalizadas para cada destinatario del mensaje.

Preparación para usar un modelo de recomendación con Amazon Pinpoint

Para trabajar con Amazon Pinpoint, se debe implementar un modelo de recomendación como una campaña de Amazon Personalize. Además, es preciso establecer determinados roles y políticas de AWS Identity and Access Management (IAM). Si desea mejorar las recomendaciones que Amazon Pinpoint recibe del modelo, también debe haber una función de AWS Lambda para procesar las recomendaciones.

Antes de configurar un modelo de recomendación en Amazon Pinpoint, trabaje con los equipos de desarrollo y ciencia de datos para diseñar y crear estos recursos. Además, trabaje con esos equipos para asegurarse de que el modelo cumple ciertos requisitos técnicos para trabajar con Amazon Pinpoint. Después de crear estos recursos, trabaje con el administrador para asegurarse de que usted y Amazon Pinpoint pueden acceder a ellos. A medida que siga estos pasos, recopile la información que necesitará para configurar el modelo en Amazon Pinpoint.

Temas

- [Campañas de Amazon Personalize](#)
- [Roles y políticas de AWS Identity and Access Management](#)
- [Funciones de AWS Lambda](#)

Campañas de Amazon Personalize

Amazon Personalize es un servicio de AWS diseñado para ayudarle a crear modelos de machine learning que ofrezcan recomendaciones personalizadas en tiempo real para los clientes que utilizan las aplicaciones. Amazon Personalize le guía a través del proceso de creación y entrenamiento de un modelo de machine learning, principalmente mediante una combinación de datos y una receta. Una receta es un algoritmo que está configurado para admitir un caso de uso específico, como predecir los elementos que van a gustarle a una persona y con los que va a interactuar.

Esta combinación de datos y una receta se conoce como solución. Una vez entrenada una solución, se convierte en una versión de solución. La versión de solución se prueba, se refina y se prepara para su uso. Cuando una versión de solución está lista para su uso, se implementa como una campaña de Amazon Personalize. A continuación, la campaña se utiliza para proporcionar recomendaciones personalizadas en tiempo real. Para obtener más información sobre Amazon Personalize, consulte la [Guía para desarrolladores de Amazon Personalize](#).

Para que Amazon Pinpoint recupere recomendaciones de una campaña de Amazon Personalize, la campaña y sus componentes deben cumplir los siguientes requisitos:

- La receta tiene que ser una receta `USER_PERSONALIZATION`. Puede usar cualquier configuración de algoritmo compatible (hiperparámetros) para este tipo de receta. Para obtener información sobre este tipo de receta, consulte [Uso de recetas predefinidas](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Personalize.
- La solución debe entrenarse con ID de usuario que puedan correlacionarse con los ID de punto de conexión o los ID de usuario en los proyectos de Amazon Pinpoint. Amazon Pinpoint utiliza el campo `userId` en Amazon Personalize para correlacionar los datos entre los usuarios de Amazon Personalize y los puntos de conexión o los usuarios de los proyectos de Amazon Pinpoint.
- La solución debe ser compatible con el uso de la operación [GetRecommendations](#) de la API de tiempo de ejecución de Amazon Personalize.
- La campaña tiene que utilizar la versión de la solución de la que desea recuperar las recomendaciones.
- La campaña tiene que estar implementada y tener un estado activo.
- La campaña tiene que estar en marcha en la misma región de AWS que los proyectos de Amazon Pinpoint que utilizarán las recomendaciones de la misma. De lo contrario, Amazon Pinpoint no podrá recuperar recomendaciones de la campaña, lo que podría provocar un error en una actividad de campaña o recorrido de Amazon Pinpoint.

Además de estos requisitos, recomendamos configurar la campaña para que admita al menos 20 transacciones aprovisionadas por segundo.

A medida que trabaje con el equipo para implementar una campaña de Amazon Personalize que cumpla con los requisitos anteriores, asegúrese también de responder a las siguientes preguntas:

¿Qué campaña?

Para configurar el modelo en Amazon Pinpoint, deberá conocer el nombre de la campaña de Amazon Personalize de la que se van a recuperar las recomendaciones. Más adelante, si colabora con su administrador para configurar el acceso a la campaña, también tendrá que conocer el nombre de recurso de Amazon (ARN) de la campaña.

¿Qué tipo de ID?

Al configurar el modelo en Amazon Pinpoint, puede elegir si desea asociar los usuarios de la campaña de Amazon Personalize a los puntos de conexión o a los usuarios de los proyectos

de Amazon Pinpoint. Esto permite que el modelo proporcione recomendaciones que son verdaderamente específicas para un destinatario de mensaje concreto.

En una campaña de Amazon Personalize, cada usuario tiene un ID de usuario (`userId` o `USER_ID` en función del contexto). Se trata de una secuencia de caracteres que identifica de forma única a un usuario concreto de la campaña. En un proyecto de Amazon Pinpoint, un destinatario de mensaje puede tener dos tipos de ID:

- ID de punto de conexión: es una secuencia de caracteres que identifica de forma exclusiva un destino al que puede enviar mensajes, como una dirección de correo electrónico, un número de teléfono móvil o un dispositivo móvil.
- ID de usuario: se trata de una secuencia de caracteres que identifica de forma única a un usuario concreto. Cada usuario se puede asociar a uno o varios puntos de enlace. Por ejemplo, si se comunica con un usuario por correo electrónico, SMS y aplicación móvil, el usuario podría estar asociado a tres puntos de conexión: uno para la dirección de correo electrónico del usuario, otro para el número de teléfono móvil del usuario y otro para el dispositivo móvil del usuario.

Cuando elija el tipo de ID de Amazon Pinpoint que desea asociar con los ID de usuario de Amazon Personalize, elija el tipo que utilice de forma más coherente en los proyectos de Amazon Pinpoint. Si usted o la aplicación no han asignado un ID a un punto de conexión o usuario, Amazon Pinpoint no puede recuperar recomendaciones para el punto de conexión o usuario. Esto podría impedir que Amazon Pinpoint envíe mensajes al punto de conexión o al usuario. O bien, es posible que provoque que Amazon Pinpoint envíe mensajes que se muestran de formas inesperadas o no deseadas.

¿Cuántas recomendaciones?

Cada vez que Amazon Pinpoint recupera recomendaciones, Amazon Personalize devuelve una lista ordenada de recomendaciones para cada destinatario de un mensaje. Puede configurar Amazon Pinpoint para recuperar entre 1 y 5 de estas recomendaciones para cada destinatario. Si elige una recomendación, Amazon Pinpoint recupera solo el primer elemento de la lista para cada destinatario, por ejemplo, la película más recomendada para un destinatario. Si elige dos recomendaciones, recupera solo el primer y segundo elemento de la lista para cada destinatario, por ejemplo, las dos películas más recomendadas para un destinatario. Y así sucesivamente.

Su elección para esta configuración depende principalmente de sus objetivos para los mensajes que incluyen recomendaciones del modelo. Sin embargo, también puede depender de cómo su equipo diseñó la solución y de la evaluación de su equipo del rendimiento de la solución. Por

este motivo, trabaje con su equipo para asegurarse de que elija un número adecuado para esta configuración.

¿Qué contiene una recomendación?

Cuando Amazon Pinpoint recupera recomendaciones, Amazon Personalize devuelve una lista ordenada de 1 a 5 elementos recomendados, en función del número de recomendaciones que elija recuperar para cada destinatario del mensaje. Cada elemento consta únicamente de texto, como un ID de producto o un título de película. Sin embargo, la naturaleza y el contenido de estos elementos puede variar de una campaña de Amazon Personalize a otra, en función del diseño de la solución subyacente y de la campaña.

Por lo tanto, es una buena idea preguntar a tu equipo exactamente qué contenido proporciona la campaña para los elementos recomendados. Su respuesta probablemente afectará a la forma en que diseñe los mensajes que utilizan las recomendaciones de la campaña. Si desea mejorar el contenido que proporciona la campaña, también podría optar por implementar una función de AWS Lambda que pueda realizar esta tarea.

Roles y políticas de AWS Identity and Access Management

AWS Identity and Access Management (IAM) es un servicio de AWS que ayuda a los administradores a controlar el acceso a los recursos de AWS. Para obtener más información acerca de IAM y de cómo funciona con Amazon Pinpoint, consulte [Administración de identidades y accesos para Amazon Pinpoint](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Cuando se configura un modelo de recomendación en Amazon Pinpoint, se especifica de qué campaña de Amazon Personalize se desea recuperar las recomendaciones. Para elegir la campaña, el administrador primero debe permitirle ver las campañas de la cuenta de AWS de su organización. De lo contrario, la campaña no aparecerá en la lista de campañas entre las que puedes elegir. Si no ve la campaña en la lista, solicite al administrador que le proporcione este acceso.

Además, usted o el administrador deben crear un rol de IAM y una política que permita a Amazon Pinpoint recuperar recomendaciones de las campañas de Amazon Personalize. Cuando configura un modelo de recomendación, puede elegir que Amazon Pinpoint cree este rol y la política automáticamente. Otra opción es que usted o el administrador creen este rol y esta política manualmente, antes de configurar el modelo de recomendación en Amazon Pinpoint. Para obtener información sobre cómo hacerlo, consulte [Rol de IAM para recuperar recomendaciones](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Funciones de AWS Lambda

Para algunos modelos, es posible que desee mejorar las recomendaciones que Amazon Pinpoint recibe de Amazon Personalize. Por ejemplo, en lugar de incluir solo un valor recomendado (como un nombre de producto) en los mensajes, es posible que desee incluir contenido adicional (como el nombre, la descripción y la imagen de un producto) en los mensajes. Puede hacerlo trabajando con su equipo para diseñar y crear una función de AWS Lambda que transforme los datos de recomendación en el contenido que desee.

AWS Lambda es un servicio de AWS diseñado para ayudar a las personas a ejecutar código sin aprovisionar ni administrar servidores. Usted o su equipo desarrolla y empaqueta código, y lo carga en AWS Lambda como una función de Lambda. AWS Lambda luego ejecuta la función cada vez que una aplicación o servicio invoca la función, como Amazon Pinpoint. Para obtener más información acerca de AWS Lambda, consulte la [Guía para desarrolladores de AWS Lambda](#).

Cuando configura un modelo de recomendación en Amazon Pinpoint, especifica cómo desea que Amazon Pinpoint procese las recomendaciones que recibe. Una opción es usar una función de Lambda. Si desea utilizar una función de Lambda, trabaje con el equipo para:

- Definir lo que hace la función.
- Defina los atributos recomendados personalizados que desea que utilice la función cuando procese las recomendaciones. Esto incluye el número de atributos, el nombre y la finalidad de cada uno. Una función de Lambda puede usar hasta 10 atributos personalizados para cada destinatario del mensaje. Deberá introducir información sobre estos atributos cuando configure el modelo de recomendación en Amazon Pinpoint.
- Asegúrese de que la función esté alojada en la misma región de AWS que los proyectos de Amazon Pinpoint que la utilizarán. De lo contrario, Amazon Pinpoint no podrá enviar datos de recomendación a la función, lo que podría provocar un error en una campaña o actividad de recorrido de Amazon Pinpoint.

Por último, trabaje con el administrador para crear una política que permita a Amazon Pinpoint invocar la función de Lambda cada vez que envíe mensajes que incluyan recomendaciones del modelo.

Para obtener información detallada sobre el uso de una función de Lambda para procesar recomendaciones, consulte [Personalización de recomendaciones con AWS Lambda](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Configuración de un modelo de recomendación en Amazon Pinpoint

Un modelo de recomendación es un tipo de modelo de aprendizaje automático (ML) que está diseñado para predecir lo que un usuario en particular preferirá de un conjunto determinado de productos o elementos. Proporciona esa información como un conjunto de recomendaciones para el usuario. En Amazon Pinpoint, puede utilizar estos modelos para enviar recomendaciones personalizadas a los destinatarios de mensajes en función de los atributos y del comportamiento de cada destinatario.

Antes de poder utilizar un modelo de recomendación de esta manera, debe configurar una conexión entre Amazon Pinpoint y la campaña de Amazon Personalize que tiene el modelo a utilizar. Cuando configure la conexión, especifique cómo desea recuperar y usar las recomendaciones de la campaña de Amazon Personalize. También puede agregar configuraciones para los atributos que almacenan temporalmente las recomendaciones de la campaña.

Antes de empezar

Antes de configurar un modelo de recomendación en Amazon Pinpoint, revise la información en [Preparación para usar un modelo de recomendación con Amazon Pinpoint](#). Esto le ayudará a recopilar los recursos y la información que necesita para configurar el modelo en Amazon Pinpoint.

Paso 1: Configurar el modelo

Para este paso, especifique de qué campaña de Amazon Personalize desea recuperar las recomendaciones. También puede elegir la configuración que especifique cómo desea recuperar y utilizar esas recomendaciones.

Para configurar un modelo de recomendación

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático).
3. En la página Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático) seleccione Add recommender model (Agregar modelo de recomendación).
4. En Detalles del modelo, para Nombre del modelo de recomendación, escriba un nombre para el modelo en Amazon Pinpoint. El nombre debe comenzar con una letra o un número. Puede contener un máximo de 128 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, guiones bajos (_) o guiones (-).

5. (Opcional) En Recommender model description (Descripción del modelo de recomendación), introduzca una breve descripción del modelo. La descripción puede contener hasta 128 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, espacios o los siguientes símbolos: _ ; () , -.
6. En Configuración del modelo, para Rol de IAM, elija el rol de IAM (AWS Identity and Access Management) que autoriza a Amazon Pinpoint a conectarse y recuperar recomendaciones de la campaña de Amazon Personalize que utiliza el modelo. Dispone de las opciones siguientes:
 - Usar un rol existente: elija esta opción para usar un rol de IAM que ya existe para la cuenta de AWS. A continuación, en la lista de roles, elija el rol que desee.
 - Crear automáticamente un rol: elija esta opción para crear automáticamente un rol de IAM que tenga los permisos requeridos. A continuación, especifique un nombre para el rol.

Otra opción es colaborar con su administrador para crear el rol manualmente. Para obtener información sobre cómo crear el rol manualmente, consulte [Rol de IAM para recuperar recomendaciones](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

7. Para Modelo de recomendación, elija la campaña de Amazon Personalize de la que desee recuperar recomendaciones.

Esta lista muestra todas las campañas de Amazon Personalize a las que puede acceder con la cuenta de AWS en la región de AWS actual. Si la lista no incluye la campaña que desea, pida al administrador que le dé acceso a la campaña y verifique que ha elegido el rol de IAM correcto en el paso anterior. Además, compruebe que la campaña existe en la región de AWS actual.

8. En Configuración, para Identificador que utilizar para recomendaciones, especifique si desea asociar a usuarios únicos en la campaña de Amazon Personalize con puntos de conexión (ID de punto de conexión) o usuarios (ID de usuario) en los proyectos de Amazon Pinpoint.
9. En Número de recomendaciones por mensaje, elija el número de elementos recomendados que desea recuperar para cada punto de conexión o usuario en los proyectos de Amazon Pinpoint, en función de la elección del paso anterior.

Esta configuración determina cuántas recomendaciones recupera Amazon Pinpoint y se pueden agregar a mensajes individuales. Puede recuperar hasta cinco elementos recomendados. Si elige 1, Amazon Pinpoint recupera solo el primer elemento de la lista de recomendaciones para cada destinatario de mensajes, por ejemplo, la película más recomendada para un destinatario. Si elige 2, recupera solo el primer y segundo elemento de la lista para cada destinatario, por

ejemplo, las dos películas más recomendadas para un destinatario. Y así sucesivamente, para un máximo de cinco recomendaciones.

10. Para Método de procesamiento, elija una de las siguientes opciones para especificar cómo desea que Amazon Pinpoint procese las recomendaciones que recupera:

- Usar el valor devuelto por el modelo: con esta opción, los mensajes muestran el texto exacto de las recomendaciones que proporciona la campaña de Amazon Personalize. Además, todas las recomendaciones para cada punto de enlace o usuario se almacenan temporalmente en un atributo estándar recomendado para cada punto de enlace o usuario.
- Utilizar una función de Lambda: con esta opción, los mensajes pueden mostrar recomendaciones mejoradas en lugar o además del texto de las recomendaciones que proporciona la campaña de Amazon Personalize. Si elige esta opción, Amazon Pinpoint envía recomendaciones a una función de AWS Lambda para su procesamiento adicional, antes de que envíe un mensaje que incluya las recomendaciones. Además, puede almacenar temporalmente recomendaciones en hasta 10 atributos recomendados personalizados para cada punto de enlace o usuario.

Si elige esta opción, utilice también la lista de funciones de Lambda para elegir la función que desee utilizar. Esta lista muestra todas las funciones de Lambda a las que puede acceder con la cuenta de AWS en la región de AWS actual. Si la lista no incluye la función que desea, pida al administrador que le dé acceso a la función. Si la función aún no existe, elija Crear nueva función de Lambda y trabaje con el equipo de desarrollo para crear la función. Para obtener más información, consulte [Personalización de las recomendaciones con AWS Lambda](#) en la Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

11. Cuando termine de ingresar esta configuración, elija Siguiente para continuar con el siguiente paso: agregar la configuración de atributos para el modelo de recomendación.

Paso 2: Agregar atributos al modelo

Después de elegir la configuración para conectarse y recuperar recomendaciones de la campaña de Amazon Personalize, estará listo para escribir la configuración de los atributos que almacenarán los datos de recomendación. Estas opciones varían en función del método de procesamiento que haya elegido en el paso anterior:

Use the value returned by the model (Utilizar el valor devuelto por el modelo)

Si elige esta opción, las recomendaciones se almacenan temporalmente en un atributo. Se trata de un atributo estándar recomendado para cada punto de enlace o usuario, en función de la opción que haya elegido para el valor Identifier to use for recommendations (Identificador que utilizar para las recomendaciones) en el paso anterior. El nombre subyacente de este atributo es `RecommendationItems`.

En Display name (Nombre para mostrar), introduzca un nombre descriptivo para el atributo. Este nombre aparecerá en el Attribute finder (Buscador de atributos) del editor de plantillas cuando agregue una variable para el atributo a una plantilla de mensaje. El nombre puede contener hasta 25 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, espacios, guiones bajos (_) o guiones (-).

Utilizar una función de Lambda

Si elige esta opción, puede usar hasta 10 atributos para almacenar datos para cada recomendación. Estos son atributos recomendados personalizados para cada punto de enlace o usuario, en función de la opción que haya elegido para el valor Identifier to use for recommendations (Identificador que utilizar para las recomendaciones) en el paso anterior. Por ejemplo, si recupera una recomendación de producto para cada punto de conexión o usuario, la función de Lambda puede procesar la recomendación y agregar los resultados a tres atributos personalizados para la recomendación: nombre del producto, precio e imagen.

Para cada atributo personalizado que desee agregar, elija Add attribute (Agregar atributo), y, a continuación, haga lo siguiente:

- En Attribute name (Nombre de atributo), introduzca un nombre para el atributo. Este nombre, precedido por el prefijo `Recommendations`, aparecerá en el editor de plantillas después de agregar una variable para el atributo a una plantilla de mensaje. El nombre debe coincidir con el nombre de un atributo que la función de Lambda utiliza para almacenar datos de recomendación.

El nombre de atributo debe comenzar por una letra o un número y puede contener hasta 50 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, guiones bajos (_) o guiones (-). Los nombres de atributo distinguen entre mayúsculas y minúsculas y deben ser únicos.

- En Display name (Nombre para mostrar), introduzca un nombre descriptivo para el atributo. Este nombre aparecerá en el Attribute finder (Buscador de atributos) del editor de plantillas cuando agregue una variable para el atributo a una plantilla de mensaje. El nombre debe

comenzar por una letra o un número y puede contener hasta 25 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, espacios, guiones bajos (_) o guiones (-).

Cuando termine de ingresar la configuración de atributos, elija **Siguiente** para continuar con el siguiente paso: revisar y publicar los ajustes de configuración para el modelo de recomendación.

Paso 3: Revisar y publicar el modelo

Una vez que haya terminado de escribir todos los valores para conectarse y utilizar el modelo de recomendación, estará listo para revisar los ajustes.

Cuando termine de revisar la configuración, elija **Publicar** para guardarla. A continuación, Amazon Pinpoint comprueba la configuración para asegurarse de que es correcta. Si falta algún valor o es incorrecto, muestra un mensaje para cada error que le ayudará a determinar la configuración que se debe corregir. Si necesita corregir una configuración, utilice el panel de navegación para ir directamente a la página que contiene la configuración.

Después de publicar la configuración, puede comenzar a usar recomendaciones en los mensajes.

Uso de recomendaciones en mensajes

Para agregar recomendaciones dinámicas y personalizadas a los mensajes, cree y use plantillas de mensajes que incluyan variables de mensaje para los atributos recomendados. Una variable de mensaje es un marcador de posición que hace referencia a un atributo específico que usted o Amazon Pinpoint ha creado para almacenar información sobre los usuarios. Un atributo recomendado es un atributo que almacena temporalmente las recomendaciones para los usuarios. Amazon Pinpoint recupera estas recomendaciones de un modelo de recomendación que implementó como una campaña de Amazon Personalize y configuró Amazon Pinpoint para su uso.

Si una plantilla contiene variables de mensaje, Amazon Pinpoint sustituye automáticamente cada variable por el valor actual correspondiente del atributo para cada destinatario. Para las recomendaciones, este proceso incluye la recuperación de las recomendaciones más recientes para cada destinatario de una campaña de Amazon Personalize. Amazon Pinpoint lo hace cada vez que envía un mensaje que utiliza la plantilla. Esto significa que puede tener la certeza de que el mensaje contiene las recomendaciones más recientes para un destinatario.

Por ejemplo, si el proyecto es una aplicación que recomienda películas y programas de TV a los usuarios, es posible que tenga los siguientes atributos para cada usuario:

- El nombre del usuario.
- La calificación que el usuario ha enviado más recientemente.
- El título de la película o programa que el usuario calificó más recientemente.
- Los títulos de las tres películas y programas principales que el modelo recomienda para el usuario.

Para este proyecto, puede usar las siguientes variables de texto y mensaje en una plantilla:

```
Hi {{User.UserAttributes.FirstName}}, based on your recent
{{User.UserAttributes.LatestRating}}-star rating for
{{User.UserAttributes.LatestRatedTitle}}, we think you might also
enjoy: {{RecommendationItems.[0]}}, {{RecommendationItems.[1]}}, and
{{RecommendationItems.[2]}}
```

Cuando envía un mensaje que utiliza la plantilla, Amazon Pinpoint sustituye las variables por el valor actual de cada atributo para cada destinatario. Los siguientes ejemplos muestran cómo lo hace.

Ejemplo 1

```
Hi Sofia, based on your recent 5-star rating for The Marvelous Mrs.
Maisel - Season 3, we think you might also enjoy: Fleabag, Late Night,
and Catastrophe.
```

Ejemplo 2

```
Hi Alejandro, based on your recent 4-star rating for Tom Clancy's Jack
Ryan - Season 2, we think you might also enjoy: Hanna, Hunters, and
Agatha Christie's The ABC Murders.
```

Si ha configurado un modelo de recomendación para mejorar las recomendaciones mediante una función de AWS Lambda, una plantilla y el mensaje resultante podrían utilizar variables adicionales y atributos recomendados. Por ejemplo, también pueden utilizar variables para atributos que proporcionan una imagen y una dirección URL para cada película o programa recomendado.

Para obtener más información sobre el uso de variables de mensaje en las plantillas, consulte [Adición de contenido personalizado a plantillas de mensajes](#).

Agregar recomendaciones a mensajes

Para agregar recomendaciones personalizadas a los mensajes, cree y use plantillas de mensajes que incluyan variables de mensaje para las recomendaciones que desee utilizar. Puede agregar estas variables a los siguientes tipos de plantillas de mensaje:

- Plantillas de correo electrónico, para los mensajes de correo electrónico que envía desde campañas o recorridos.
- Plantillas de notificaciones push, para notificaciones push que envía desde campañas.
- Plantillas de SMS, para mensajes de texto SMS que envía desde campañas.

Cada plantilla puede usar variables y atributos recomendados de un modelo de recomendación a la vez.

Puede agregar variables de mensaje a una nueva plantilla al crear la plantilla o a una plantilla existente. Si agrega variables a una plantilla existente, Amazon Pinpoint no aplica necesariamente los cambios a los mensajes existentes que utilizan la plantilla y que aún no se han enviado, como los mensajes de campaña que están programados para enviarse más adelante. Esto depende de la versión de la plantilla a la que agregue variables y de cómo configuró los mensajes que utilizan la plantilla. Para obtener más información, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).

Para agregar recomendaciones a una plantilla de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Message templates (Plantillas de mensaje), realice una de las siguientes opciones:
 - Para crear una nueva plantilla y agregarle recomendaciones, elija Create template (Crear plantilla). A continuación, en la página de plantilla, introduzca un nombre para la plantilla y, opcionalmente, una descripción de la plantilla.
 - Para agregar recomendaciones a una plantilla existente, elija la plantilla que desee. A continuación, en la página de plantilla, elija Edit (Editar). En Template details (Detalles de la plantilla), utilice el selector de versiones para elegir la versión de la plantilla que desea utilizar como punto de partida. Si elige la versión más reciente, puede guardar los cambios directamente en esa versión de la plantilla. De lo contrario, puede guardar los cambios como una versión nueva de la plantilla.

4. En el Attribute finder (Buscador de atributos), amplíe la sección Recommended attributes (Atributos recomendados).

Si aún no ha seleccionado un modelo de recomendación para la plantilla, elija Connect model (Conectar modelo). A continuación, seleccione el modelo del que desea recuperar las recomendaciones cuando envíe mensajes que utilicen la plantilla. A continuación, elija Connect model (Conectar modelo).

5. En Atributos recomendados, elija el atributo para el que quiere agregar una variable de mensaje. Amazon Pinpoint crea una variable para el atributo y la copia en el portapapeles. A continuación, en el editor de mensajes, pegue la variable donde desea que aparezca la recomendación en los mensajes.

Tras pegar la variable, Amazon Pinpoint la muestra como el nombre del atributo asociado, entre dos conjuntos de llaves, por ejemplo, `{{RecommendationItems}}`.

6. Si el modelo de recomendación proporciona más de un atributo recomendado, repita el paso anterior para cada atributo adicional para el que desee agregar una variable.

También puede agregar variables para otros tipos de atributos. Para ello, expanda otras secciones en Attribute finder (Buscador de atributos), elija cada atributo adicional que desee y, a continuación, pegue la variable en la ubicación que desee. Para obtener información sobre el uso de variables para otros tipos de atributos, consulte [Adición de contenido personalizado a plantillas de mensajes](#).

7. Para especificar un valor predeterminado para una variable de mensaje, expanda la sección Default attribute values (Valores de atributo predeterminados). A continuación, en la lista de variables, introduzca el valor predeterminado que desea utilizar para la variable. Le recomendamos que haga esto para cada variable de la plantilla.
8. Cuando termine, realice una de las siguientes acciones:
 - Si ha agregado variables de mensaje a una plantilla nueva, elija Create (Crear).
 - Si ha agregado variables de mensaje a una plantilla existente y desea guardar los cambios como una versión nueva de la plantilla, elija Save as new version (Guardar como versión nueva).
 - Si ha agregado variables de mensaje a una plantilla existente y desea guardar los cambios como una actualización de la versión más reciente de la plantilla, elija Update version (Actualizar versión). Esta opción solo está disponible si ha abierto la versión más reciente de la plantilla en el paso 3.

Ahora puede usar la plantilla para incluir recomendaciones personalizadas en mensajes que envíe desde campañas y recorridos.

Tenga en cuenta que no puede incluir recomendaciones en los mensajes que envíe a una audiencia limitada como mensajes directos o de prueba. Aunque se pueden utilizar plantillas en estos mensajes de forma más general, Amazon Pinpoint no puede correlacionar las recomendaciones de un modelo con los destinatarios de un mensaje directo o de prueba. Para probar el aspecto y el formato de una plantilla que utiliza recomendaciones, especifique un valor predeterminado para cada variable de mensaje que hace referencia a un atributo recomendado y, a continuación, envíe un mensaje de prueba que utilice la plantilla.

Eliminación de recomendaciones de mensajes

Para quitar recomendaciones personalizadas de los mensajes, actualice la plantilla de mensajes que utilizan los mensajes. Al actualizar la plantilla, quite todas o solo algunas variables de mensaje para las recomendaciones.

Si elimina recomendaciones de una plantilla, Amazon Pinpoint no aplica necesariamente los cambios a los mensajes existentes que utilizan la plantilla y que aún no se han enviado, como los mensajes de campaña que están programados para enviarse más adelante. Esto depende de la versión de la plantilla de la que quite las recomendaciones y de cómo configuró los mensajes que utilizan la plantilla. Para obtener más información, consulte [Administración de versiones de plantillas de mensajes](#).

Para quitar las recomendaciones de una plantilla de mensaje

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Message templates (Plantillas de mensaje).
3. En la página Message templates (Plantillas de mensajes) elija la plantilla de la que desea quitar recomendaciones. A continuación, en la página de plantilla, elija Edit (Editar).
4. En Template details (Detalles de la plantilla), utilice el selector de versiones para elegir la versión de la plantilla que desea utilizar como punto de partida. Si elige la versión más reciente, puede guardar los cambios directamente en esa versión de la plantilla. De lo contrario, puede guardar los cambios como una versión nueva de la plantilla.
5. En el editor de mensajes, elimine todo el texto de la variable de mensaje para cada atributo recomendado que desee quitar. Cada variable de mensaje consta de dos conjuntos de llaves y el nombre del atributo asociado, por ejemplo, `{{RecommendationItems}}`.

Para eliminar completamente el modelo de recomendación de la plantilla, elimine todas las variables de los atributos recomendados que proporciona el modelo. A continuación, en Attribute finder (Buscador de atributos), expanda la sección Recommended attributes (Atributos recomendados) y elija X junto al nombre del modelo.

6. Cuando termine, realice una de las siguientes acciones:

- Para guardar los cambios como una versión nueva de la plantilla, elija Save as new version (Guardar como versión nueva).
- Para guardar los cambios como una actualización de la versión más reciente de la plantilla, elija Update version (Actualizar versión). Esta opción solo está disponible si ha elegido la versión más reciente de la plantilla en el paso 4.

Administración de modelos de machine learning en Amazon Pinpoint

La página Modelos de machine learning en la consola de Amazon Pinpoint proporciona una ubicación única para que vea, cambie y administre los ajustes de configuración de Amazon Pinpoint de todos los modelos de machine learning (ML) que ha conectado a la cuenta de Amazon Pinpoint en la región de AWS actual. Mediante esta página, puede realizar tareas de administración como ver, cambiar y eliminar valores de configuración para conexiones a modelos de ML. También puede configurar Amazon Pinpoint para conectarse y utilizar datos de modelos de ML adicionales.

Temas

- [Visualización de su colección de modelos](#)
- [Visualización de la configuración de un modelo](#)
- [Cambio de la configuración de un modelo](#)
- [Copia de un modelo](#)
- [Eliminación de un modelo](#)

Para obtener información sobre cómo agregar y configurar una conexión a un modelo, consulte [Configuración de un modelo de recomendación en Amazon Pinpoint](#).

Visualización de su colección de modelos

La página de modelos de machine learning muestra una lista de todas las configuraciones que ha creado para habilitar a Amazon Pinpoint a que se conecte y utilice los datos de modelos de machine learning específicos para la cuenta. Para examinar la lista con mayor facilidad o encontrar configuraciones específicas rápidamente, puede ordenar y filtrar la lista, elegir las columnas que desea mostrar y cambiar otros ajustes de visualización de la lista.

Para ver su colección de modelos de ML

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático). Se abre la página Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático) y muestra el número de configuraciones de la colección y una lista de dichas configuraciones.
3. Para personalizar la lista o encontrar una configuración específica rápidamente, elija cualquiera de las siguientes opciones:
 - Para ordenar la lista por un tipo específico de valor, haga clic en el encabezado de la columna correspondiente a ese valor. Para cambiar el orden de clasificación de ascendente a descendente o viceversa, haga clic de nuevo en el encabezado de la columna.
 - Para aplicar un filtro que muestre solo las configuraciones cuyos nombres contengan texto específico, escriba el texto en el cuadro Search (Buscar) situado encima de la lista. Para quitar el filtro, elija la X en el cuadro Search (Buscar).
 - Para cambiar el número de plantillas que se muestran en la lista, elija el icono de configuración en la parte superior de la página. A continuación, en Page size (Tamaño de la página), elija el número de plantillas que desea mostrar y elija Save changes (Guardar cambios).
 - Para agregar o quitar columnas de la lista, elija el icono de configuración en la parte superior de la página. A continuación, en Choose visible columns (Elegir columnas visibles), active o desactive cada columna y elija Save changes (Guardar cambios).

Visualización de la configuración de un modelo

Mediante la página Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático) puede buscar y abrir rápidamente una configuración específica para ver sus ajustes y otra información. Por ejemplo,

puede ver una lista de los atributos que el modelo proporciona para su uso en mensajes. Después de abrir una configuración para ver sus valores, también puede [cambiar los valores de la configuración](#).

Para ver la configuración de un modelo de ML

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático).
3. En la página Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático) elija la configuración cuyos valores desea ver.

Se abre la página de configuración y muestra los valores actuales de la configuración.

Cambio de la configuración de un modelo

Antes de cambiar los valores de configuración de un modelo de machine learning, es importante tener en cuenta que Amazon Pinpoint aplica automáticamente los cambios a las plantillas de mensajes que utilizan el modelo. (Aplica los cambios tanto a la versión activa como a las últimas versiones de la plantilla.) Esto significa que los cambios también afectan a los mensajes que utilizan esas plantillas y que aún no se han enviado, como los mensajes de campaña que están programados para enviarse más adelante.

Por este motivo, los cambios pueden impedir que Amazon Pinpoint envíe mensajes que utilizan la configuración y que aún no se han enviado. O bien, los cambios podrían provocar que esos mensajes se muestren de formas inesperadas o no deseadas. Esto depende de los valores de configuración que cambie. También depende de cómo diseñó las plantillas que utilizan el modelo.

Si cambia los valores de configuración de un modelo de ML, asegúrese de revisar y realizar los cambios adecuados en cualquier plantilla que utilice la configuración actual para el modelo. Por ejemplo, si elimina un atributo, asegúrese de quitar o reemplazar ese atributo en todas las plantillas que lo utilicen. Además, asegúrese de realizar esos cambios en las versiones adecuadas de cada plantilla de mensaje. Para obtener más información, consulte [Editar una plantilla de mensaje](#).

Si no desea aplicar los cambios a plantillas y mensajes existentes, puede [crear una copia de la configuración](#) y guardar la copia con los cambios que desee. A continuación, puede utilizar la copia de configuración en nuevas plantillas o actualizar las plantillas existentes para utilizar la copia de configuración.

Para cambiar la configuración de un modelo de ML

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático).
3. En la página Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático) elija la configuración que desea cambiar. Se abre la página de configuración y muestra los valores actuales de la configuración.
4. Seleccione Edit model (Editar modelo).
5. En la página Set up model (Configurar modelo) realice los cambios que desee. Puede cambiar cualquiera de los parámetros, excepto el nombre de la configuración. Para cambiar el nombre de la configuración, puede [crear una copia de la configuración](#), guardar la copia con el nombre que desee y, a continuación, [eliminar opcionalmente la configuración original](#).
6. Cuando termine de realizar cambios en esta configuración, elija Next (Siguiente).
7. En la página Add attributes (Agregar atributos) realice los cambios que desee y, a continuación, elija Next (Siguiente).
8. En la página Review and publish (Revisar y publicar) revise la nueva configuración y asegúrese de que sea la que desea. Si lo es, elija Publish (Publicar) para guardar los cambios.

Copia de un modelo

Para crear rápidamente una nueva configuración similar a una configuración existente para un modelo de ML, puede crear una copia de la configuración. A continuación, puede cambiar la configuración de la copia de configuración, sin cambiar la configuración original.

Para copiar un modelo de ML

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático).
3. En la página Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático), seleccione la casilla de verificación situada junto a la configuración que desea copiar.
4. En el menú Actions (Acciones), elija Duplicate (Duplicar).
5. En Recommender model name (Nombre del modelo de recomendación), introduzca un nombre para la copia de configuración. El nombre debe comenzar con una letra o un número. Puede contener un máximo de 128 caracteres. Los caracteres pueden ser letras, números, guiones bajos (_) o guiones (-).

6. Cuando termine de escribir el nombre, elija Duplicate model (Duplicar modelo). Se abre la página de configuración y muestra los valores actuales de la configuración copiada.
7. (Opcional) Para cambiar la copia de configuración, elija Edit model (Editar modelo), y, a continuación, realice los cambios que desee. Cuando termine, elija Publish (Publicar).

Eliminación de un modelo

Si desea eliminar completamente la configuración de un modelo de machine learning de Amazon Pinpoint, puede eliminar la configuración. Cuando elimina una configuración, Amazon Pinpoint elimina todos los valores de la configuración y la configuración deja de estar disponible para su uso en plantillas de mensajes nuevas y existentes. No se puede recuperar una configuración después de eliminarla.

Warning

Si elimina una configuración, Amazon Pinpoint no podrá enviar mensajes que la utilicen y que aún no se hayan enviado, como los mensajes de campaña que están programados para enviarse más adelante. Antes de eliminar una configuración, revise y actualice el contenido y los valores de las plantillas de mensajes que utilizan la configuración. Además, revise las actividades de campañas y recorrido que utilicen esas plantillas y actualícelas según sea necesario.

Si elimina una configuración, Amazon Pinpoint no elimina los recursos o datos utilizados por la configuración y almacenados en otros servicios de AWS. Esto incluye soluciones y campañas de Amazon Personalize y cualquier función de AWS Lambda.

Para eliminar un modelo de ML

1. Abra la consola de Amazon Pinpoint en <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. En el panel de navegación, elija Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático).
3. En la página Machine learning models (Modelos de aprendizaje automático), seleccione la casilla de verificación situada junto a cada configuración que desee eliminar.
4. En el menú Actions, elija Delete.
5. En la ventana que aparece, escriba **delete** para confirmar que desea eliminar las configuraciones seleccionadas y, a continuación, elija Delete models (Eliminar modelos).

Configuración de Amazon Pinpoint

Note

Hemos actualizado nuestra documentación mediante la consolidación y el traslado de los siguientes temas. Cada enlace lo lleva a la nueva ubicación del tema.

Se han trasladado los siguientes temas de la sección Configuración general:

- [Configuración general](#)
- [Configurar los ajustes predeterminados de un proyecto](#)
- [Eliminar un proyecto](#)

Se han movido los siguientes temas de la sección Configuración de correo electrónico:

- [Configuración de correo electrónico](#)
- [Ver detalles sobre el uso del correo electrónico](#)
- [Activación y desactivación del canal de correo electrónico](#)
- [Verificación de identidades](#)
- [Creación de una función de envío de orquestación de correo electrónico en Amazon Pinpoint](#)

Se han trasladado los siguientes temas SMSy la configuración de voz:

- [SMSy ajustes de voz](#)
- [Configuración de administración SMS y voz](#)

Se han trasladado los siguientes temas de la sección Configuración de análisis de aplicaciones web y móviles:

- [Configuración de análisis de aplicaciones móviles y web](#)

Se han trasladado los siguientes temas de la configuración de la transmisión de eventos:

- [Configuración de transmisión de eventos](#)

Por lo general, configura las opciones de cada proyecto y esta configuración se aplica de forma predeterminada a todas las campañas y recorridos del proyecto. Si desea adaptar una campaña o recorrido individuales para satisfacer necesidades específicas, puede cambiar determinados ajustes para la campaña o recorrido. Los cambios anulan seguidamente la configuración predeterminada del proyecto y la campaña o recorrido utiliza la configuración personalizada que haya elegido.

Además de la configuración específica de un proyecto, campaña o recorrido individuales, también hay algunas configuraciones en el nivel de cuenta. Esta configuración a nivel de cuenta se aplica a todos los proyectos de su cuenta de Amazon Pinpoint y, en algunos casos, a otros servicios. AWS Esta configuración incluye:

- Acceso de producción y cuotas de envío para canales.
- SMTP credenciales y otros ajustes para enviar correos electrónicos mediante la interfaz Amazon Pinpoint SMTP.
- Números de teléfono exclusivos para enviar mensajes de voz SMS y para recibir SMS mensajes.
- Identidades verificadas para enviar correos electrónicos y SMS mensajes.
- SMS información como códigos cortos, códigos largos, 10DLC, palabras clave y remitente registrado IDs para enviar SMS mensajes.

Para ver toda la configuración de la cuenta de Amazon Pinpoint, abra un proyecto de Amazon Pinpoint, elija Configuración en el panel de navegación y, a continuación, elija el tipo de configuración que desea ver.

Monitoreo de Amazon Pinpoint con Amazon CloudWatch

Puede utilizar Amazon CloudWatch para recopilar, ver y analizar varias métricas importantes relacionadas con la cuenta y los proyectos de Amazon Pinpoint. Al configurar CloudWatch para Amazon Pinpoint, obtendrá información detallada sobre la entrega de las campañas de Amazon Pinpoint, así como del estado de los registros de puntos de conexión y los trabajos de importación. También puede utilizar CloudWatch para crear alarmas que le avisen cuando determinadas métricas superen los valores que defina. Por ejemplo, puede crear una alarma que le envíe un mensaje de correo electrónico de forma automática si un determinado número de mensajes de la campaña se envían un período de tiempo específico.

Para obtener instrucciones sobre cómo transmitir eventos y registros, consulte [Transmisión de eventos de Amazon Pinpoint a Kinesis](#) en la [Guía para desarrolladores de Amazon Pinpoint](#).

Temas de este capítulo:

- [Métricas de Amazon Pinpoint que se exportan a CloudWatch](#)
- [Consultar métricas de Amazon Pinpoint en CloudWatch](#)
- [Crear alarmas de CloudWatch para las métricas de Amazon Pinpoint](#)

Métricas de Amazon Pinpoint que se exportan a CloudWatch

En los siguientes temas se describen las métricas a las que Amazon Pinpoint exporta. CloudWatch

Temas de esta sección:

- [Métricas relacionados con la entrega de mensajes](#)
- [Métricas relacionados con los puntos de enlace](#)
- [Métricas relacionadas con los trabajos de importación](#)
- [Métricas relacionadas con las contraseñas de un solo uso](#)
- [Métricas relacionadas con eventos](#)

Métricas relacionados con la entrega de mensajes

Métrica	Descripción
<code>DirectSendMessagePermanentFailure</code>	<p>El número de mensajes que no se enviaron debido a un problema permanente.</p> <p>Este tipo de problema se produce normalmente cuando un punto de conexión ha caducado o no es válido. Cuando este tipo de problema se produce, Amazon Pinpoint no intenta entregar el mensaje de nuevo.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId canal</p>
<code>DirectSendMessageTemporaryFailure</code>	<p>El número de mensajes directos que no se enviaron debido a un problema temporal.</p> <p>Este tipo de problema normalmente indica que un problema interno con el servicio de Amazon Pinpoint impidió que el mensaje se enviara. Cuando este tipo de problema se produce, Amazon Pinpoint no intenta entregar el mensaje de nuevo.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId, canal</p>
<code>CampaignSendMessagePermanentFailure</code>	<p>El número de mensajes de campaña que no se enviaron debido a un problema permanente.</p> <p>Este tipo de problema se produce normalmente cuando un token de enlace ha caducado o no es válido.</p> <p>Unidades: recuento</p>

Métrica	Descripción
	Dimensiones: ApplicationId, canal
CampaignSendMessageTemporaryFailure	<p>El número de mensajes que una campaña intentó enviar pero que no envió debido a un problema temporal.</p> <p>Este tipo de problema normalmente indica que un problema interno con el servicio de Amazon Pinpoint impidió que el mensaje se enviara. Cuando este tipo de problema se produce, Amazon Pinpoint no intenta entregar el mensaje de nuevo.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId, canal</p>
DirectSendMessageThrottled	<p>El número de mensajes directos que no se enviaron porque se limitó la capacidad de enviar mensajes de su cuenta.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId, canal</p>
CampaignSendMessageThrottled	<p>El número de mensajes de campaña que no se enviaron porque se limitó la capacidad de enviar mensajes de su cuenta.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId, canal</p>

Métrica	Descripción
CampaignSendMessageLatency	<p>El periodo de tiempo, en segundos, que transcurre entre el momento en que comenzó a ejecutar la campaña y el momento en que finalizó.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId, canal</p>

Métricas relacionados con los puntos de enlace

Métrica	Descripción
EndpointRegistrationFailure	<p>El número de registros de puntos de conexión enviados a través de un AWS SDK o la API de Amazon Pinpoint que no se pudo importar.</p> <p>Este tipo de problema se produce normalmente cuando un registro de punto de enlace entrante no es válido.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId</p>

Métricas relacionadas con los trabajos de importación

Métrica	Descripción
ImportedEndpointFailure	<p>El número de puntos de enlace en un trabajo de importación que no se pudieron importar porque que no eran válidos.</p> <p>Unidades: recuento</p>

Métrica	Descripción
	Dimensiones: ApplicationId
ImportJobFailure	<p>El número de trabajos de importación que no se llevaron a cabo por cualquier motivo.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId</p>
ImportJobDuration	<p>El periodo de tiempo, en segundos, transcurrido entre el comienzo y el final de cada trabajo de importación.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId</p>

Métricas relacionadas con las contraseñas de un solo uso

Métrica	Descripción
OTPVerificationSuccess	<p>El número de solicitudes de verificación de contraseñas de un solo uso (OTP) que se han realizado correctamente.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId</p>
OTPVerificationAttempt	<p>El número total de intentos para verificar una OTP.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId</p>
OTPVerificationFailure	<p>El número total de solicitudes de verificación de OTP que produjeron un error.</p>

Métrica	Descripción
	<p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId</p>
OTPVerificationFailureFinalAttempt	<p>El número total de solicitudes de verificación de OTP que produjeron un error en el intento final.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId</p>

Métricas relacionadas con eventos

Métrica	Descripción
TotalEvents	<p>El número total de eventos que Amazon Pinpoint registró. Esta métrica incluye los eventos registrados por AWS los SDK o por la API Amazon Pinpoint.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId</p>
ExportedEvents	<p>El número total de eventos que se escribieron correctamente en la secuencia de eventos de exportación.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: ApplicationId</p>
ExportEventErrors	<p>El número total de errores que se produjeron después de escribir en la secuencia de eventos. Estos errores pueden incluir problemas no relacionados con Amazon Pinpoint.</p>

Métrica	Descripción
	<p>Por ejemplo, este error puede producirse cuando el volumen de eventos que transmite a Firehose supera el rendimiento aprobado.</p> <p>Unidades: recuento</p> <p>Dimensiones: , ApplicationId ErrorCode</p>

Consultar métricas de Amazon Pinpoint en CloudWatch

Puede monitorear las métricas para Amazon Pinpoint mediante la consola de Amazon CloudWatch o la API de Amazon CloudWatch. En el siguiente procedimiento se explica cómo ver las métricas mediante la consola de CloudWatch.

Para consultar métricas mediante la consola de CloudWatch, siga estos pasos:

1. Abra la consola de CloudWatch en <https://console.aws.amazon.com/cloudwatch/>.
2. En el panel de navegación, seleccione Metrics (Métricas).
3. En la pestaña All metrics (Todas las métricas), elija Pinpoint.
4. Seleccione el tipo de métrica que desea ver.
5. Seleccione una métrica para añadirla al gráfico.

También puede utilizar CloudWatch para crear alarmas que envíen notificaciones relacionadas con cambios en estas métricas. Para obtener más información, consulte [Crear alarmas de CloudWatch para las métricas de Amazon Pinpoint](#).

Crear alarmas de CloudWatch para las métricas de Amazon Pinpoint

En Amazon CloudWatch, puede crear una alarma que envíe una notificación cuando el valor de una métrica determinada esté dentro o fuera de cierto umbral. Por ejemplo, puede crear una alarma que le notifique si no se han enviado más de un determinado número de mensajes de campaña debido

a un problema temporal. En este ejemplo, la alarma envía una notificación si el valor de la métrica CampaignSendMessageTemporaryFailure es mayor que el valor especificado.

En este tema se explica cómo crear una alarma para una métrica de Amazon Pinpoint mediante la consola de CloudWatch. Para obtener más información acerca de la creación de alarmas, incluida información detallada sobre las opciones de configuración de las alarmas, consulte [Uso de alarmas de Amazon CloudWatch](#) en la Guía del usuario de Amazon CloudWatch.

Para crear una alarma para una métrica de Amazon Pinpoint

1. Abra la consola de CloudWatch en <https://console.aws.amazon.com/cloudwatch/>.
2. En el panel de navegación, elija Alarms.
3. Elija Create alarm (Crear alarma).
4. Elija Select Metric (Seleccionar métrica).
5. En la pestaña All metrics (Todas las métricas), elija Pinpoint, y, a continuación, elija el tipo de métrica para la que desea crear una alarma. Los tipos de métricas disponibles dependen de las características de Amazon Pinpoint que utilice.
6. Seleccione la métrica para la que desea crear una alarma y, a continuación, elija Select metric (Seleccionar métrica). Aparece la página Specify metric and conditions (Especificar métrica y condiciones), que muestra un gráfico y otra información sobre la métrica.
7. En Conditions (Condiciones), siga estos pasos:
 - En Threshold type (Tipo de umbral), elija Static (Estático).
 - En Cuando **metric** sea, especifique si desea que el valor de la métrica sea mayor que, mayor o igual que, menor que, o menor o igual que el umbral para desencadenar la alarma. A continuación, en than (que), escriba el valor del umbral que desea utilizar para activar la alarma.
8. En Additional configuration (Configuración adicional), siga estos pasos:
 - En Datapoints to alarm (Puntos de datos para alarma), escriba el número de periodos de evaluación (puntos de datos) durante los que el valor de la métrica debe cumplir las condiciones del umbral para activar la alarma.
 - En Missing data treatment, (Tratamiento de los datos que faltan), elija lo que desea que haga la alarma si faltan algunos datos.
9. Elija Next (Siguiente).
10. En Notification (Notificación), siga los pasos que se describen a continuación:

- En **Whenever this alarm state is** (Siempre que el estado de esta alarma sea), elija **in Alarm** (en alarma).
 - Para Seleccionar un tema de SNS, elija o cree un tema de Amazon Simple Notification Service (Amazon SNS) al que desee que se envíe la notificación de alarma.
11. Elija **Next** (Siguiente).
 12. Escriba un nombre y, si lo desea, una descripción de la alarma y, a continuación, elija **Next** (Siguiente).
 13. En **Preview and create** (Obtener vista previa y crear), revise y confirme que las opciones de la alarma son las correctas y después elija **Create alarm** (Crear alarma).

Resolución de problemas

Note

Se han trasladado los siguientes temas de solución de problemas:

- [Solución de problemas](#) en la Guía de usuario de AWS End User Messaging Push.
- [Solución de problemas del canal de correo electrónico](#)
- [Solución de problemas del canal SMS](#)
- [Solución de problemas del canal de voz](#)
- [segmentos de solución de problemas](#)
- [Resolución de problemas de campañas](#)
- [Solución de problemas de viajes](#)

Familiarícese con la información de solución de problemas y las posibles soluciones para ayudar a resolver los problemas al utilizar Amazon Pinpoint.

Monitoreo y registro

Como práctica recomendada, considere la posibilidad de registrar eventos en Amazon Pinpoint de la siguiente manera:

- Para activar Events Streams, Amazon Kinesis Data Streams siga las instrucciones que se indican en [Transmisión de eventos con Amazon Pinpoint](#).
- Uso de una solución de registro personalizada. Para obtener más información, consulte [Base de datos de eventos de participación de usuarios digitales](#). Varios servicios están involucrados y se generan costos adicionales.
- Uso de Amazon CloudWatch métricas compatibles con Amazon Pinpoint. Para obtener más información, consulte [Monitoreo de Amazon Pinpoint con Amazon CloudWatch](#).
- Uso de API llamadas de Amazon Pinpoint iniciadas. CloudTrail Para obtener más información, consulte [Registro de API llamadas de Amazon Pinpoint AWS CloudTrail en la Guía](#) para desarrolladores de Amazon Pinpoint.

Temas

- [CLLejemplos de tareas comunes](#)

CLLejemplos de tareas comunes

Los siguientes ejemplos son CLI comandos comunes para Amazon Pinpoint.

- [Obtenga datos de puntos de conexión: get-endpoint](#) CLI

```
aws pinpoint get-endpoint --application-id AppId --endpoint-id EndpointId
```

En el comando anterior, realice los siguientes cambios:

- Reemplazar *AppId* con el ID del proyecto Amazon Pinpoint que contiene el punto final.
- Reemplazar *EndpointId* con el ID de un punto final existente que está recuperando.
- Obtenga datos de usuario: [get-user-endpoints](#) CLI

```
aws pinpoint get-user-endpoints --application-id AppId --user-id UserId
```

En el comando anterior, realice los siguientes cambios:

- Reemplazar *AppId* con el ID del proyecto Amazon Pinpoint que contiene el punto final.
- Reemplazar *UserId* con el ID del usuario.
- Actualizar o crear un nuevo punto final: [update-endpoint](#) CLI

```
aws pinpoint update-endpoint --application-id AppId --endpoint-id EndpointId  
--endpoint-request '{"ChannelType":"SMS","Address":"+12345678","Location":  
{"Country":"USA"},"User":{"UserId":"UserId"}'}
```

En el comando anterior, realice los siguientes cambios:

- Reemplazar *AppId* con el ID del proyecto Amazon Pinpoint que contiene el punto final.
- Reemplazar *EndpointId* con el ID de un punto final existente que esté creando o actualizando.
- Reemplazar *UserId* con el ID del usuario.
- Eliminar punto final: [delete-endpoint](#) CLI

```
aws pinpoint delete-endpoint --application-id AppId --endpoint-id EndpointId
```

En el comando anterior, realice los siguientes cambios:

- Reemplazar *AppId* con el ID del proyecto Amazon Pinpoint que contiene el punto final.
- Reemplazar *EndpointId* con el ID de un punto final existente que vaya a eliminar.
- Valida un número de teléfono: [phone-number-validate](#)CLI

```
aws pinpoint phone-number-validate --number-validate-request PhoneNumber=+12065550100
```

En el comando anterior, realice los siguientes cambios:

- Reemplazar *+12065550100* con el número de teléfono que desea validar.
- Ejemplos [de envío de mensajes](#)CLI: SMS a un número

```
aws pinpoint send-messages --application-id AppID --message-request
'{"MessageConfiguration": {"SMSMessage":{"Body":"This is a test
message"}}, "Addresses": {"DestinationPhoneNumber": {"ChannelType":"SMS"}}}'
```

En el comando anterior, realice los siguientes cambios:

- Reemplazar *AppId* con el ID del proyecto Amazon Pinpoint que contiene el punto final.
- Reemplazar *DestinationPhoneNumber* con el número de teléfono al que desea enviar el dinero.
- Ejemplos [de envío de mensajes](#)CLI: número de origen a SMS

```
aws pinpoint send-messages --application-id AppID --message-request
'{"MessageConfiguration": {"SMSMessage":{"Body":"hello, how are
you?","OriginationNumber": "OriginPhoneNumber"}}, "Addresses":
{"DestinationPhoneNumber": {"ChannelType":"SMS"}}}'
```

En el comando anterior, realice los siguientes cambios:

- Reemplazar *AppId* con el ID del proyecto Amazon Pinpoint que contiene el punto final.
- Reemplazar *OriginPhoneNumber* con el número de teléfono desde el que desea enviar el mensaje.
- Reemplazar *DestinationPhoneNumber* con el número de teléfono al que quieres enviarlo.
- Ejemplos [de envío de mensajes](#)CLI: SMS a un punto final

```
aws pinpoint send-messages --application-id AppID --message-request
'{"MessageConfiguration": {"SMSMessage":{"Body":"This is a test
message"}}, "Endpoints": {"EndPointId": {}}}'
```

En el comando anterior, realice los siguientes cambios:

- Reemplazar *AppID* con el ID del proyecto Amazon Pinpoint que contiene el punto final.
- Reemplazar *EndPointId* con el ID de un punto final existente al que está realizando el envío.
- Ejemplos [de envío de mensajes](#) CLI: SMS a un userId

```
aws pinpoint send-users-messages --application-id AppID --send-users-message-request
'{"MessageConfiguration": {"SMSMessage":{"Body":"This is a test"}}, "Users":
{"UserId": {}}}'
```

En el comando anterior, realice los siguientes cambios:

- Reemplazar *AppID* con el ID del proyecto Amazon Pinpoint que contiene el punto final.
- Reemplazar *UserId* con el ID del usuario.
- Creación de campañas con [Plantillas de mensajes de Amazon Pinpoint create-campaign](#) CLI

```
aws pinpoint create-campaign --application-id AppId --write-campaign-request file://
campaignclirequest.json
```

```
file://campaignclirequest.json
{
  "Description": "CLITestCampaign",
  "HoldoutPercent": 0,
  "MessageConfiguration":
  {
    "DefaultMessage":
    {
      "Body": "TestFromCLI"
    }
  },
  "Name": "TestingCLICampaign",
  "Schedule":
  {
    "StartTime": "IMMEDIATE"
  },
  "TemplateConfiguration":
```

```
{
  "EmailTemplate":
  {
    "Name": "TemplateName",
    "Version": "Version"
  }
},
"SegmentId": "SegmentID",
"SegmentVersion": 1
}
```

En el comando y archivo anteriores, realice los siguientes cambios:

- Reemplazar *AppId* con el ID del proyecto Amazon Pinpoint que contiene el punto final.
- Reemplazar *TemplateName* con el nombre de la plantilla.
- Reemplazar *Version* con la versión de la plantilla.
- Reemplazar *SegmentID* con el ID del segmento al que dirigirse.

Historial de documentos para Amazon Pinpoint

En la siguiente tabla se describen los cambios importantes en cada versión de la Guía del usuario de Amazon Pinpoint después de diciembre de 2018. Para recibir notificaciones sobre las actualizaciones de esta documentación, puede suscribirse a un RSS feed.

- Última actualización de la documentación: 16 de noviembre de 2023

Cambio	Descripción	Fecha
Amazon Pinpoint ha actualizado la documentación de su guía del usuario	Para obtener la información más reciente sobre cómo crear, configurar y administrar sus recursos Push, consulte la nueva Guía del usuario final de mensajería push .	24 de julio de 2024
Encabezados de correo electrónico	Puedes añadir encabezados de correo electrónico a tus plantillas y mensajes de correo electrónico. Para obtener más información, consulta Crear plantillas de correo electrónico .	7 de mayo de 2024
Orquestación del correo electrónico	Amazon Pinpoint ha actualizado la forma en que utiliza los SES recursos de Amazon para enviar correos electrónicos. Para obtener más información, consulte el canal de correo electrónico .	30 de abril de 2024
Tamaño del mensaje de correo electrónico	Amazon Pinpoint ha actualizado el tamaño máximo de un correo electrónico que no haya sido generado por una	9 de abril de 2024

plantilla de correo electrónico.
Para obtener más información, consulte [Configurar el mensaje](#).

[Amazon Pinpoint ha actualizado la documentación de su guía del usuario](#)

SMSy los temas de administración de recursos de voz ahora se redirigen a la Guía del SMSusuario de Amazon Pinpoint. Para obtener más información, consulte la Guía del [SMSusuario de Amazon Pinpoint](#).

6 de febrero de 2024

[SMSSandbox](#)

Se te cobrará por los mensajes de SMS verificación después de enviar el primer mensaje de verificación. Para obtener más información, consulte [Acerca del entorno de pruebas de Amazon Pinpoint SMS](#).

28 de noviembre de 2023

[Amazon Pinpoint ha actualizado la documentación de su guía del usuario](#)

Para obtener la información más reciente sobre cómo crear, configurar y administrar sus recursos de voz SMS y Amazon Pinpoint, consulte la nueva Guía del usuario de [Amazon SMS Pinpoint](#).

16 de noviembre de 2023

[Requisitos y proceso de registro de números gratuitos en EE. UU.](#)

Los operadores de telefonía móvil estadounidenses han cambiado sus políticas y exigen que todos los números gratuitos (TFNs) estén registrados antes de poder enviar mensajes. Encontrará más información en [Requisitos y proceso de registro de números gratuitos en EE. UU.](#)

8 de noviembre de 2023

[Países y regiones compatibles \(canal\) SMS](#)

Se actualizó la tabla de países y regiones compatibles con el SMS canal en los territorios estadounidenses de Puerto Rico, Guam, las Islas Vírgenes y Samoa Americana. Se requiere un número específico, como el 10, DLC o un número gratuito. Encontrará más información en [los países y regiones compatibles \(canal\) SMS](#)

30 de agosto de 2023

[Credenciales de token](#)

La autenticación de notificaciones de inserción se ha actualizado para admitir credenciales de token. Puede encontrar más información en [Administración de canales de inserción móviles con Amazon Pinpoint.](#)

28 de julio de 2023

Crear un recorrido	Se han actualizado las instrucciones para utilizar la estimación de zonas horarias. Puede encontrar más información en Crear un recorrido .	26 de junio de 2023
Solución de problemas	Se ha agregado una nueva sección. Puede encontrar más información en Solución de problemas .	13 de abril de 2023
¿Cómo registrar una DLC campaña de 10	Se han actualizado las instrucciones para registrar una DLC campaña de 10\$ y se han añadido dos nuevas estatuas de 10 DLC campañas. Encontrarás más información en Registrar una DLC campaña de 10\$.	11 de abril de 2023
Configurar una actividad del centro de contacto	Las instrucciones han consistido en mostrar una cuota máxima de tres actividades del centro de contacto por recorrido. Puedes encontrar más información en el registro SMS de plantillas .	4 de abril de 2023
SMSregistro de plantillas	Se han agregado instrucciones para solicitar la aprobación SMS de la plantilla . Puede encontrar más información en el registro SMS de plantillas .	15 de marzo de 2023

Registro DLC de 10 empresas	Si tiene problemas para registrar su registro de 10 DLC empresas, puede editar el registro para corregir cualquier error. Encontrará más información en Cómo editar el registro de 10 DLC empresas .	3 de marzo de 2023
10 motivos de rechazo al registro de una DLC campaña	Si tienes problemas para registrar tu DLC campaña de 10 campañas, puedes usar la tabla para determinar por qué se rechazó el registro y cómo solucionarlo. Encontrarás más información en 10 motivos de rechazo al registro de DLC campañas .	27 de febrero de 2023
Registro del ID de remitente para Singapur	A partir del 30 de enero de 2023, tendrás que registrar tu identificador de remitente en el Registro de remitentes de Singapur SMS (). SSIR Si no registras tu número de identidad antes del 30 de enero de 2023 a cualquier mensaje enviado con un identificador de remitente se le cambiará el identificador por el de dicho organismo , según las normas de la agencia reguladora. LIKELY SCAM Puede encontrar más información en Requisitos especiales para Singapur .	10 de enero de 2023

[SMSlímite de caracteres en Amazon Pinpoint](#)

Si un SMS mensaje supera el límite de caracteres admitido, se devuelve una excepción de mensaje no válida en lugar de truncarlo para excluir los caracteres que superen el límite admitido. Puede encontrar más información en [los límites de SMS caracteres en Amazon Pinpoint](#).

15 de diciembre de 2022

[Descripción SMS de los informes de facturación y uso de Amazon Pinpoint](#)

Cómo leer tu factura de Amazon Pinpoint para Outbound. SMS Encontrará más información en [Descripción de los informes SMS de facturación y uso de Amazon Pinpoint](#).

2 de diciembre de 2022

[Cómo registrar una campaña del 10% DLC](#)

El campo de flujo de trabajo opcional para registrar una DLC campaña de 10\$ será obligatorio a partir del 17 de noviembre de 2022. Encontrarás más información sobre cómo registrar una campaña de 10\$ en Registrar una DLC campaña de 10 \$. DLC

14 de noviembre de 2022

[Informe de números de teléfono desactivados](#)

Los informes de desactivación contienen una lista actualizada de los números de teléfono desactivados de las redes móviles. Estos informes ayudan a mantener tu lista de SMS envíos actualizada y en conformidad con las normas. Encontrarás más información sobre los informes de SMS desactivación en [Gestión de números de teléfono desactivados](#).

31 de octubre de 2022

[Grupo de números de teléfono](#)

Un pool es un conjunto de números de teléfono y de remitentes. IDs Cuando crea un grupo, puede configurar una identidad de origen específica. Esta identidad incluye palabras clave, tipo de mensaje, lista de desactivación, configuración bidireccional y configuración de desactivación autoadministrada. Puede encontrar más información sobre los grupos de números de teléfono en [Administración de grupos en Amazon Pinpoint](#).

27 de octubre de 2022

[Disponibilidad regional](#)

Amazon Pinpoint ya está disponible en esta región: Este de EE. UU. (Ohio).

5 de octubre de 2022

[Registro de número gratuito de EE. UU.](#)

Los operadores de telefonía móvil estadounidenses han cambiado recientemente sus políticas y exigirán que todos los números gratuitos (TFNs) completen un proceso de registro antes del 30 de septiembre de 2022. Puede encontrar más información sobre el registro de un número gratuito en [los requisitos y el proceso de registro de números gratuitos de EE. UU.](#)

1 de agosto de 2022

[Programa del recorrido de Pinpoint para una entrega de comunicaciones más precisa](#)

Amazon Pinpoint ha agregado dos nuevos límites de envío por trayecto para ayudar a los clientes a controlar el volumen de comunicaciones que se envían a un usuario. Los recorridos de Amazon Pinpoint son campañas de varios pasos que envían a los usuarios por rutas de comunicación en función de las acciones o atributos. Para obtener más información, consulte [Configurar una actividad de centro de contacto.](#)

22 de mayo de 2022

[Reevaluación del centro de contacto del recorrido](#)

Se ha modificado el comportamiento de los recorridos que contienen una actividad de envío a través de un centro de contacto. Cuando un participante en un recorrido llega a una actividad de un centro de contacto, todas las decisiones anteriores que lo llevaron a realizar esa actividad se vuelven a evaluar antes de realizar la llamada. Para obtener más información, consulte [Configurar una actividad de centro de contacto](#).

13 de enero de 2022

[Inserción web de Safari](#)

Ahora puede enviar notificaciones de inserción a los usuarios del navegador Safari en ordenadores portátiles y de sobremesa macOS.

18 de noviembre de 2021

[SMSsimulador](#)

Se agregó un [SMSsimulador](#), que puede usar para enviar SMS mensajes de prueba a números de teléfono reales y recibir eventos realistas de éxito o fracaso.

18 de noviembre de 2021

Cambios en la lista de supresión de correo electrónico	La lista de correos electrónicos suprimidos ahora se gestiona a través de la SES consola de Amazon. Para obtener más información, consulte Administración de la lista de supresión de correo electrónico .	3 de noviembre de 2021
Mensajería integrada en la aplicación	Puede usar campañas y recorridos para enviar notificaciones dentro de la aplicación.	28 de octubre de 2021
10 DLC investigaciones de empresas	Ahora puede solicitar la verificación del registro de sus 10 DLC empresas. La verificación de antecedentes puede ayudarlo a lograr tasas de SMS rendimiento más altas.	25 de octubre de 2021
Integraciones de centros de llamadas de Amazon Connect	Ahora puede configurar los recorridos para incluir un paso que envíe mensajes a través de un centro de llamadas .	27 de septiembre de 2021
Entorno regulatorio de India	Si envía mensajes a destinatarios en India, ahora puede especificar los valores de ID de entidad e ID de plantilla para las rutas locales indias en las campañas y los recorridos.	17 de septiembre de 2021

Segmentación	Puede utilizar características de segmentación avanzadas para refinar aún más el público de destino en Amazon Pinpoint. Consulte Creación de segmentos .	14 de enero de 2021
Plantillas de mensaje	Puede utilizar los ayudantes de plantillas para personalizar las plantillas de mensajes en Amazon Pinpoint. Consulte Uso de ayudantes de plantillas para personalizar los mensajes .	16 de noviembre de 2020
Recorridos	Ahora puede crear un recorrido activado por eventos en Amazon Pinpoint. Consulte Crear un recorrido .	30 de septiembre de 2020
Custom attributes (Atributos personalizados)	Amazon Pinpoint ahora admite hasta 250 atributos personalizados para plantillas de mensajería de correo electrónico .	18 de septiembre de 2020
Requisitos regulatorios de India	Los pasos para registrarse en ellos TRAI han cambiado. Consulta los requisitos especiales para el envío de SMS mensajes a destinatarios en la India .	15 de septiembre de 2020

[Disponibilidad regional](#)

Amazon Pinpoint ya está disponible en estas regiones: región Asia Pacífico (Tokio), región Europa (Londres) y región Canadá (centro). Tenga en cuenta que Amazon Pinpoint SMS y Voice API no están disponibles en estas regiones.

10 de septiembre de 2020

[Disponibilidad regional](#)

Ahora Amazon Pinpoint está disponible en la región de Asia-Pacífico (Tokio). Tenga en cuenta que Amazon Pinpoint SMS and Voice no API admite Voice en esta región.

2 de septiembre de 2020

[Códigos cortos compartidos](#)

Los operadores estadounidenses ya no admiten códigos cortos compartidos. Ya no puede solicitar códigos cortos compartidos en Amazon Pinpoint.

20 de agosto de 2020

[Disponibilidad regional](#)

Ahora Amazon Pinpoint está disponible en la región de Asia-Pacífico (Seúl). No puede usar Amazon Pinpoint API para enviar SMS mensajes en esta región.

31 de julio de 2020

[Disponibilidad regional](#)

Amazon Pinpoint ya está disponible en la AWS GovCloud (US) región.

30 de abril de 2020

Canales personalizados	Ahora sus campañas pueden enviar mensajes a través de canales personalizados .	23 de abril de 2020
Machine learning	Ahora puede utilizar modelos de aprendizaje automático con plantillas de mensajes para agregar recomendaciones dinámicas y personalizadas a los mensajes que envíe desde campañas y recorridos.	4 de marzo de 2020
Plantillas	Ahora puede crear, ver y administrar versiones de plantillas de mensajes .	20 de diciembre de 2019
Plantillas	Ahora puede crear, ver y administrar plantillas de mensajes para mensajes de voz. También puede especificar valores predeterminados para las variables de mensaje que utilice en cualquier tipo de plantilla de mensaje.	18 de noviembre de 2019
Recorridos	Los proyectos de Amazon Pinpoint ahora pueden incluir recorridos , flujos de trabajo de mensajería de campañas de varios pasos.	31 de octubre de 2019

Plantillas

Ahora puede crear, ver y administrar todas las [plantillas de mensajes](#) de la cuenta de Amazon Pinpoint desde una única ubicación. Puede utilizar estas plantillas en los mensajes que envíe para cualquiera de los proyectos de Amazon Pinpoint.

7 de octubre de 2019

Análisis

En el caso de las campañas que envían correos electrónicos, notificaciones push o SMS mensajes, sustituimos la métrica de los puntos de enlace enviados por métricas y gráficos que muestran el número de puntos de enlace únicos a los que se envió una campaña en un período de 24 horas. Para las campañas que envían notificaciones push, hemos sustituido las métricas de recuento de eventos por puntos de enlace distintos y las compras por puntos de enlace distintos por métricas y gráficos que muestran el número de veces que se ha abierto una aplicación y el número de unidades que se han comprado en un periodo de 24 horas después del envío de una campaña. Todas las métricas y gráficos nuevos están disponibles para las campañas estándar y de pruebas A/B.

25 de julio de 2019

Panel de capacidad de entrega	El panel de capacidad de entrega incluye ahora capacidad de entrega para campañas individuales. También le permite crear fácilmente alarmas que le notifican cuándo las tasas de listas de bloqueo de IP, colocación en la bandeja de entrada, reclamaciones y devoluciones alcanzan valores específicos.	13 de junio de 2019
Disponibilidad regional	Amazon Pinpoint ya está disponible en las regiones de AWS Asia Pacífico (Bombay) y Asia Pacífico (Sídney).	25 de abril de 2019
Configuración general	Se ha agregado información sobre el uso de la consola de Amazon Pinpoint para eliminar un proyecto .	10 de enero de 2019

Actualizaciones anteriores

En la siguiente tabla se describen los cambios importantes en cada versión de la Guía del usuario de Amazon Pinpoint hasta diciembre de 2018.

Cambio	Descripción	Fecha
Disponibilidad regional	Amazon Pinpoint ya está disponible en las regiones AWS EE.UU. Oeste (Oregón) y Europa (Fráncfort).	21 de diciembre de 2018
Panel de capacidad de entrega	Amazon Pinpoint ahora incluye un panel de capacidad	3 de diciembre de 2018

Cambio	Descripción	Fecha
	<p>de entrega, que se puede utilizar para identificar los problemas que podrían afectar a la entrega de los mensajes de correo electrónico enviados mediante Amazon Pinpoint.</p>	
Desencadenadores de eventos	<p>Ahora puede configurar las campañas de tal forma que se envíen cuando se produzcan determinados eventos. Por ejemplo, si un cliente agrega un elemento a su cesta pero no lo compra, puede enviarle un mensaje de correo electrónico. Para obtener más información acerca de cómo configurar campañas de tal forma que se envíen cuando se produzcan determinados eventos, consulte Paso 4: Elegir cuándo enviar la campaña.</p>	19 de noviembre de 2018

Cambio	Descripción	Fecha
Canal de voz	Puede utilizar el nuevo canal de voz de Amazon Pinpoint para crear mensajes de voz y, a continuación, entregar esos mensajes a los clientes por teléfono. Actualmente, solo puede enviar mensajes de voz mediante Amazon Pinpoint SMS y Voice. API Para obtener más información, consulte Canal de voz de Amazon Pinpoint .	15 de noviembre de 2018
Correo electrónico de transacciones	A partir de ahora, puede utilizar Amazon Pinpoint para enviar correo electrónico directamente a destinatarios individuales, sin tener que crear antes segmentos o campañas. Para obtener más información acerca del correo electrónico de transacciones, consulte Envío de correo electrónico en Amazon Pinpoint . Para obtener más información sobre cómo configurar el canal de correo electrónico, consulte Configuración del correo electrónico.	5 de noviembre de 2018
Disponibilidad de Europa (Irlanda)	Amazon Pinpoint ya está disponible en la región AWS Europa (Irlanda).	25 de octubre de 2018

Cambio	Descripción	Fecha
Nuevo diseño de la consola	La consola de Amazon Pinpoint se ha rediseñado por completo para facilitar el uso. También hemos optimizado el proceso de creación del proyecto para que pueda crear proyectos directamente en la consola de Amazon Pinpoint, en lugar de tener que crearlos en AWS Mobile Hub.	4 de octubre de 2018
Segmentación avanzada	Se ha añadido la capacidad de crear segmentos dinámicos que incluyan lógica avanzada y comparaciones.	4 de octubre de 2018
Monitorización con CloudWatch	Ahora puede utilizar Amazon CloudWatch para supervisar y analizar las métricas relacionadas con su cuenta de Amazon Pinpoint.	4 de octubre de 2018
Referencias en los gráficos de análisis	La sección Analytics (Análisis) ahora incluye varios informes nuevos y actualizados. Hemos añadido documentación que le ofrece información adicional sobre cada métrica.	12 de junio de 2018
Campañas de prueba	Ahora, puede probar los mensajes enviándoselos a un segmento o a una lista de destinatarios individuales.	7 de mayo de 2018

Cambio	Descripción	Fecha
Defina los segmentos importando el usuario IDs	Defina un segmento importando o un archivo que contenga una lista de usuarios IDs . Cuando se envía un mensaje al segmento, los destinos posibles incluyen todos los puntos de enlace asociados con cada ID de usuario del archivo.	7 de mayo de 2018
Exclusiones autoadministradas y exportaciones de paneles	Puede configurar los ajustes de su SMS cuenta para poder gestionar las SMS exclusiones fuera de Amazon Pinpoint. También puede exportar paneles de Amazon Pinpoint para realizar análisis adicionales.	28 de marzo de 2018
Creación de un proyecto de correo electrónico y verificación de identidad	Se ha añadido información sobre la creación de proyectos de correo electrónico y la verificación de las identidades utilizadas para enviar correo electrónico .	21 de marzo de 2018
Prácticas recomendadas de SMS	Se agregó una guía de prácticas recomendadas que contiene consejos e información relacionados con las campañas. SMS	23 de febrero de 2018

Cambio	Descripción	Fecha
Solicita asistencia para casos SMS de uso	Ponte en contacto con nosotros AWS Support para solicitar asistencia para tu caso de SMS uso si deseas aumentar tu cuota de gastos, reservar un número de origen o reservar un identificador de remitente.	21 de febrero de 2018
Documentación de importación de segmentos	Amazon Pinpoint ahora puede crearle un IAM rol automáticamente.	6 de febrero de 2018
SMSSoporte bidireccional por país	Se actualizó para enumerar los países y regiones que admiten la SMS bidireccional.	5 de febrero de 2018
Valor de tiempo de vida para inserción en móvil	En la consola Amazon Pinpoint, puede especificar un valor de tiempo de vida (TTL) al escribir un mensaje push móvil para una campaña.	22 de diciembre de 2017

Cambio	Descripción	Fecha
Eliminación de documentación de exportación de Amazon S3	La posibilidad de exportar datos de eventos de Amazon Pinpoint directamente a Amazon S3 se ha dejado de utilizar. En su lugar, puede usar Amazon Data Firehose para enviar datos de eventos a Amazon S3, Amazon Redshift y otros servicios . AWS Para obtener más información, consulte the section called “Transmisión en streaming de datos de eventos” .	18 de diciembre de 2017
Documentación de importación de segmentos	Importación de segmentos incluye información actualizada sobre cómo crear archivos de punto final, los atributos que puede usar en estos archivos y cómo crear un IAM rol para la importación.	26 de octubre de 2017
APNsautenticación por token y compatibilidad APNs con entornos aislados	La configuración del APNs canal acepta una clave de firma .p8 para que Amazon Pinpoint pueda crear tokens de autenticación para sus notificaciones push. Utilice el APNs canal para enviar notificaciones a entornos de producción y entornos aislados.	27 de septiembre de 2017

Cambio	Descripción	Fecha
ADMy Baidu mobile push	Habilite canales de inserción en móvil para Amazon Device Message y Baidu Cloud Push en sus proyectos.	27 de septiembre de 2017
Análisis de usuarios con grupos de usuarios de Amazon Cognito	Para habilitar los análisis sobre usuarios y autenticación , utilice los grupos de usuarios de Amazon Cognito para administrar el inicio de sesión de usuarios.	26 de septiembre de 2017
Configuración de cuenta	Usa la página de SMS ajustes de la consola para gestionar los SMS ajustes a nivel de cuenta que se aplican a todos tus proyectos.	11 de septiembre de 2017
Análisis de usuarios	Los gráficos de usuarios en la consola de Amazon Pinpoint proporcionan métricas sobre el uso de la aplicación y la autenticación de usuarios.	31 de agosto de 2017
Mensajes de correo electrónico directos	Puede enviar mensajes de correo electrónico directamente , a una audiencia limitada, sin necesidad de crear una campaña o atraer a un segmento.	05 de julio de 2017

Cambio	Descripción	Fecha
Nuevos canales: correo electrónico y SMS	Además del canal push móvil, puede habilitar el correo electrónico y SMS los canales como parte de sus proyectos de Amazon Pinpoint. Con estos canales habilitados, puede enviar correos electrónicos o mensajes de texto con sus campañas.	08 de junio de 2017
Mensajería directa	Puede enviar mensajes de texto y notificaciones de inserción directamente , a una audiencia limitada, sin necesidad de crear una campaña o atraer a un segmento.	08 de junio de 2017
Gráficos de ingresos	Puede ver los gráficos de ingresos en la consola de Amazon Pinpoint para observar los ingresos que genera la aplicación y el número de elementos adquiridos por los usuarios.	31 de marzo de 2017
Secuencias de eventos	Puede configurar Amazon Pinpoint para enviar los eventos de aplicación y de campaña a un flujo de Kinesis .	24 de marzo de 2017
Disponibilidad general de Amazon Pinpoint	Esta versión presenta Amazon Pinpoint.	1 de diciembre de 2016

Las traducciones son generadas a través de traducción automática. En caso de conflicto entre la traducción y la versión original de inglés, prevalecerá la versión en inglés.