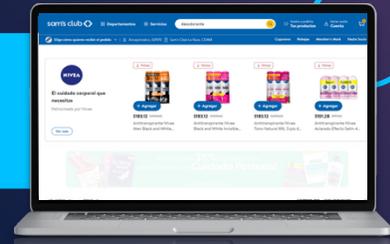


Sponsored Brands



Resumen de Sponsored Brands

Sponsored Brands es el formato de anuncio principal de **Walmart Connect**, orientado por palabras clave y diseñado para aumentar el reconocimiento de marca y fomentar la consideración de productos. Al mostrar tus productos de manera destacada en la parte superior de los resultados de búsqueda y páginas de navegación relevantes en **Walmart**, **Sponsored Brands** ayuda a que tu marca sobresalga, facilitando que los clientes descubran tanto tu marca como tus productos.

¿Cómo se ven los anuncios de Sponsored Brands?

Los anuncios de **Sponsored Brands** incluyen el logotipo de tu marca, un encabezado personalizado, un llamado a la acción (**CTA**) y hasta cuatro productos con enlaces para comprar. El logotipo y el **CTA** pueden dirigir a los resultados de búsqueda de **Walmart**, páginas de categorías, o a tu **Brand Store** personalizado, creando una experiencia de marca completamente adaptada.

Los anunciantes pueden promocionar hasta diez productos por campaña, y el **algoritmo exclusivo de Walmart** seleccionará los cuatro más relevantes para mostrarlos en el anuncio. Estos productos enlazan directamente a sus páginas específicas, asegurando una experiencia de compra fluida para tus clientes.

¿Dónde aparecen los anuncios de Sponsored Brands?

Los anuncios de **Sponsored Brands** se muestran de forma destacada en la parte superior de los resultados de búsqueda en el sitio web y la app de **Walmart**, y en la parte superior de las páginas de navegación en el sitio web de **Walmart**.

¿Cuáles son los beneficios de usar Sponsored Brands?

Sponsored Brands es una excelente opción para construir reconocimiento de marca y fomentar la consideración de productos. Posiciona tu marca y productos en la parte superior de los resultados de búsqueda y páginas de navegación de **Walmart**, aumentando el tráfico hacia tus páginas de producto en **Walmart**.



Cuando se enlazan con **Brand Store, Sponsored Brands** crea una experiencia de marca personalizada, lo que la convierte en una solución ideal para atraer clientes nuevos para tu marca.

¿Quién puede usar Sponsored Brands?

Sponsored Brands está disponible para:

- Vendedores del **Marketplace de Walmart** que estén registrados como propietarios de marca en el **Portal de Walmart**.
- **Proveedores de Walmart** que hayan registrado su marca.

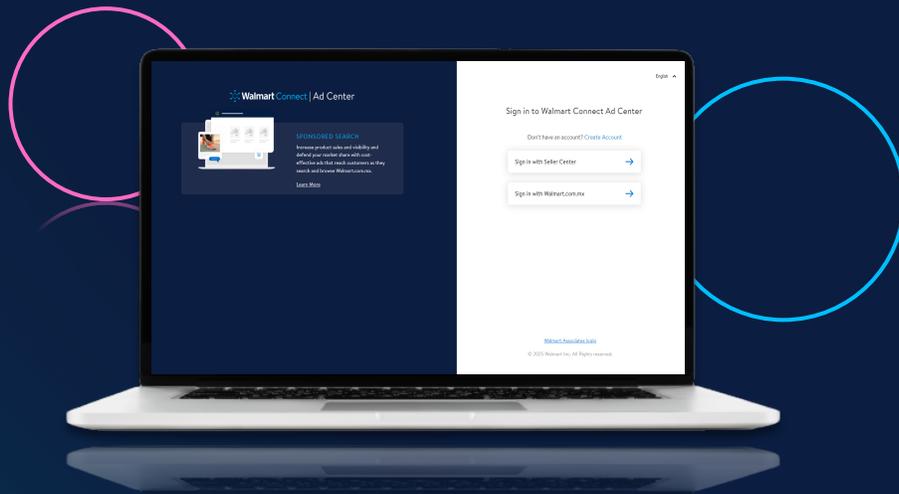
¿Cómo accedo a los anuncios de Sponsored Brands?

Los anuncios de **Sponsored Brands** están disponibles a través del **Centro de Anuncios de Walmart Connect**.

Al igual que los **Sponsored Products**, los anuncios de **Sponsored Brands** se venden bajo un modelo de **costo por clic (CPC)**, y los anunciantes solo pagan cuando un cliente hace clic en el anuncio.

Guía de cuenta Walmart Advertising Platform

Cómo acceder a tu cuenta de publicidad de WAP



1. Inicia sesión en el **Walmart Connect Ad Center** utilizando tus credenciales existentes de **Seller Center**.
2. Selecciona tu cuenta de publicidad en el menú desplegable.



3. Para anunciantes nuevos, selecciona la cuenta publicitaria del menú desplegable en la que deseas comenzar a publicar tus anuncios.
4. Para anunciantes existentes o que regresan, la última cuenta publicitaria que utilizaste se mostrará automáticamente en el menú desplegable para tu comodidad.
5. Selecciona tu solución de medios. Dependiendo de la cuenta que hayas seleccionado, estarán disponibles las opciones de solución de medios correspondientes al acceso de esa cuenta.

Es posible que no tengas acceso a todas las soluciones de medios. Las soluciones a las que no tengas acceso con la cuenta seleccionada aparecerán en gris.

Si tienes problemas para iniciar sesión: Consulta con el administrador de tu cuenta publicitaria para asegurarte de que se te haya otorgado el acceso correcto. Para más información, consulta los **Niveles de acceso a la cuenta**. Si aún tienes problemas para iniciar sesión, contacta al Soporte.

Niveles de Acceso a la Cuenta

Gestión de Administradores

La sección de **Gestión de Administradores** ofrece a los usuarios con nivel de administrador una vista general, además de la capacidad de:

- **Agregar o eliminar** a todos los usuarios y agencias que tienen acceso a la cuenta.
- **Editar los niveles de acceso** de todos los usuarios y agencias en su cuenta.

Acceder a la Gestión de Administradores

Si tienes acceso de nivel **Administrador**, puedes acceder a la Gestión de Administradores haciendo clic en el ícono de persona etiquetado como **Cuenta** en la esquina superior derecha y seleccionando **Administrador**.

Agregar un usuario a tu cuenta

Para agregar un usuario a tu cuenta, los administradores de la cuenta deben seguir este proceso:

1. Ve a la sección **Usuario - Nivel Anunciante** en la página de **Administración**.
2. Haz clic en **+ Agregar usuario** al final de la sección.



3. Ingresa el correo electrónico, nombre y apellido del nuevo usuario. El sistema verificará la dirección de correo electrónico proporcionada.
4. Selecciona el nivel de acceso que deseas otorgarle al usuario: **administrador, escritura o lectura** en el menú desplegable **Tipo de acceso**.
5. Haz clic en **Agregar usuario**.

Editar el nivel de acceso de un usuario

Para editar el **nivel de acceso de un usuario**, los administradores deben seguir este proceso:

1. Ve a la sección **Usuario - Nivel Anunciante** en la página de **Administración**.
2. Haz clic en el ícono de lápiz (**image.png**) junto al usuario que deseas editar.
3. Selecciona un nivel de acceso en el menú desplegable.
4. Haz clic en **Cambiar** para guardar los cambios.

Para **eliminar a un usuario de tu cuenta**, los administradores deben seguir este proceso:

1. Ve a la sección **Usuario - Nivel Anunciante** en la página de **Administración**.
2. Haz clic en el ícono de eliminar (**image.png**) junto al usuario que deseas eliminar.
3. Haz clic en **Entendido** para confirmar y eliminar al usuario.

Configuración y gestión de campañas

Paso 1: Crear una campaña

Primeros pasos

Para anunciarse en **Sponsored Brands**, es necesario que las marcas se registren con **Walmart Advertising Platform**.

Una vez que hayas registrado tu marca con **Walmart**, puedes ingresar a tu cuenta del **Walmart Connect Ad Center** para comenzar a usar **Sponsored Brands**.

Crear una campaña

Para crear una nueva campaña de **Sponsored Brands**, haz clic en el botón **Crear campaña** ubicado en la esquina superior derecha del panel principal o en la pestaña

Todas las campañas.

En la sección **Información general**, ingresa el nombre de tu campaña. Se recomienda



usar un nombre que describa claramente los artículos que estás anunciando, para que sea fácil de identificar al momento de administrar la campaña y generar reportes.

Selecciona tu tipo de segmentación

En la sección **Segmentación**, selecciona **Sponsored Brands** como el **Tipo de campaña**. La táctica de **Segmentación manual** se seleccionará automáticamente, y podrás configurar tus pujas más adelante, durante el proceso de selección de palabras clave.

Configura las fechas y el presupuesto de tu campaña

En la sección **Programación y presupuesto**, puedes establecer la duración de tu campaña y el presupuesto diario.

- Ingresas la fecha de inicio de tu campaña en el campo **Fecha de inicio**.
- El **Presupuesto diario** representa el monto máximo disponible por día para tu campaña.
- Las campañas **no pueden activarse sin un presupuesto diario**.
- Si tu campaña **agota el presupuesto diario**, los anuncios dejarán de mostrarse.
- **Si queda presupuesto al final del día**, este se acumulará para el siguiente día (y continuará acumulándose si no se utiliza).
 - **Por ejemplo:** si configuras un presupuesto diario de \$100 y solo gastas \$50, el presupuesto del día siguiente será de \$150.
- Sin embargo, la campaña nunca superará el doble del presupuesto diario.
 - Por ejemplo: si estableces un presupuesto diario de \$500 y gastas \$100, el presupuesto del día siguiente será de \$900. Si el gasto es nuevamente de \$100, el presupuesto del siguiente día será de \$1000 (con un límite de 2 veces el presupuesto diario inicial).
- **Se te cobrará por cada clic en tus anuncios;** por lo tanto, el gasto diario puede variar. Si defines un presupuesto diario total, el gasto de la campaña no excederá ese monto.

Configuraciones adicionales (opcional)

En el menú desplegable de **Configuraciones adicionales (opcional)**, puedes establecer una fecha de finalización y un presupuesto total para tu campaña.

- La **Fecha de finalización** representa el último día en que tu campaña estará activa.
 - **La campaña dejará de mostrarse en esa fecha**, incluso si aún queda presupuesto disponible.



- **Si no seleccionas una fecha de finalización**, la campaña se ejecutará indefinidamente hasta agotar el presupuesto o hasta que decidas pausarla o finalizarla.
- El **Presupuesto total** representa el monto máximo que se gastará en la campaña.
 - **Los anuncios dejarán de mostrarse cuando** se alcance el presupuesto total o la fecha de finalización, lo que ocurra primero.
 - **Si no estableces un presupuesto total antes de lanzar la campaña**, no podrás añadirlo una vez que esté activa.
 - **Se te cobrará por clic**, por lo que el gasto final puede ser igual o menor al presupuesto total, pero nunca superior.
- **Si configuras ambos: una fecha de finalización y un presupuesto total**, aparecerá la opción **Cálculo automático** en el campo de **Presupuesto diario**.
- Si la seleccionas, el sistema dividirá automáticamente el presupuesto total entre el número total de días de la campaña, asignando un monto diario uniforme.
 - Por ejemplo: si tu campaña dura 30 días y configuras un presupuesto total de \$6,000, al seleccionar **Cálculo automático** se establecerá un presupuesto diario de \$200.

Guardar como borrador o continuar

Puedes elegir guardar tu campaña como **borrador** o continuar con la configuración.

- Si decides guardarla como borrador, puedes retomarla en cualquier momento desde la página de **Todas las campañas**, seleccionando tu borrador desde el menú desplegable de **Campañas en borrador**.

Paso 2: Crea un grupo de anuncios y un anuncio

Crea un grupo de anuncios

Cada campaña de **Sponsored Brands** incluye un grupo de anuncios, un anuncio, una selección de artículos relacionados y un conjunto de palabras clave dirigidas para ayudarte a llegar a tu audiencia ideal.

Te recomendamos organizar los grupos de **anuncios por categoría o subcategoría** (por ejemplo, camisetas) para asegurar que todos los productos relevantes estén agrupados y se promocionen juntos, lo que mejora la segmentación y el rendimiento.



Aplica la misma metodología al configurar tu anuncio, así como al elegir tus artículos y palabras clave. Esto asegura que tus anuncios puedan aparecer cuando los clientes busquen exactamente lo que ofreces.

Para anunciar diferentes categorías de productos, simplemente crea campañas separadas de **Sponsored Brands**.

Nombra tu grupo de anuncios

En la sección **Nombre del grupo de anuncios**, ingresa el nombre de tu grupo. Te recomendamos usar un nombre que describa claramente los artículos que estás anunciando, para que sea fácil de identificar durante la gestión y el análisis de las campañas.

Crea un anuncio

Cada anuncio de **Sponsored Brands** incluye el logotipo de tu marca, un encabezado personalizado, un llamado a la acción y hasta cuatro artículos con enlaces comprables. Durante la creación del anuncio, agregarás el nombre de tu marca, un encabezado, tu logotipo y el enlace para tu logotipo y **CTA**. Podrás seleccionar tus artículos en una etapa posterior, durante el proceso de selección de artículos.

Agrega el nombre de tu marca y el encabezado

En la sección **Imagen y encabezado**, ingresa el nombre de tu marca. Incluye un encabezado que defina claramente la propuesta de valor de tu marca. Los nombres de marca están limitados a 35 caracteres y las descripciones también a 35 caracteres. No se permiten caracteres especiales.

Agrega el logotipo de tu marca

Para asegurar que tu logotipo se muestre correctamente, sigue estas especificaciones:

- Formato de archivo: PNG
- Dimensiones: 300 x 180 píxeles
- Tamaño máximo de archivo: 200 KB

Aunque la vista previa de la imagen podría no mostrarse como esperas, ten la seguridad de que tu logotipo se mostrará correctamente si sigues las especificaciones anteriores.



Guardar como borrador o continuar

Puedes elegir guardar tu campaña como borrador o continuar con la configuración. Si decides guardar tu campaña como borrador, podrás retomarla en cualquier momento desde la página **Todas las campañas**, seleccionando tu borrador en el menú desplegable de campañas en borrador.

Paso 3: Agrega artículos a un grupo de anuncios

Para comenzar

Al configurar tu campaña de **Sponsored Brands**, es importante enfocarte en artículos con características distintivas, como la categoría del artículo (por ejemplo, camisetas).

Aplica la misma metodología al elegir tus **palabras clave**, para que estén altamente relacionadas con los artículos que estás promocionando. Esto asegura que tus anuncios sean elegibles para mostrarse cuando los clientes busquen o naveguen exactamente lo que ofreces.

Si deseas **promocionar diferentes subcategorías de productos** (por ejemplo, camisetas de manga corta, camisetas de manga larga), crea campañas separadas para cada una.

Los **artículos promocionados** deben estar:

- **Publicados**
- **En existencia**
- **Ganando la Buy Box**

Agrega artículos a tu grupo de anuncios

Para agregar artículos a tu grupo de anuncios, ve a la sección de **Lista de Artículos** y búscalos usando la funcionalidad de búsqueda junto al campo **Seleccionar artículos para anunciar**. Puedes encontrarlos usando el **ID del artículo**, el nombre del artículo, la **marca o diversas palabras clave**.

En la lista de resultados, haz clic en **Agregar artículo** para añadir artículos a tu grupo de anuncios. Los artículos agregados aparecen a la derecha de la lista de resultados, con un control deslizante para habilitarlos o deshabilitarlos. Todos los artículos agregados están habilitados por defecto.



Las campañas de **Sponsored Brands** requieren un mínimo de **dos artículos por grupo de anuncios** para activarse.

Los anuncios de **Sponsored Brands** pueden mostrar hasta **cuatro artículos a la vez**. Los clics en los artículos mostrados llevan directamente a sus páginas de producto.

El algoritmo de **Walmart** selecciona los cuatro artículos más relevantes en función de la búsqueda del cliente y el monto de la puja del anunciante, asegurando una experiencia de compra fluida.

Recomendamos agregar **diez artículos a tu grupo de anuncios**, para que si alguno se queda sin inventario, aún tengas artículos disponibles para mostrar en tu anuncio.

Carga artículos a tu grupo de anuncios con un archivo .csv

También puedes subir una lista de artículos a tu grupo de anuncios usando **la plantilla .csv** proporcionada. Para comenzar, descarga la plantilla haciendo clic en el botón **Descargar CSV**.

Llena los campos requeridos

El campo de **ID** del artículo debe contener el **ID** base del artículo. Las variantes, como diferentes colores, patrones o tallas del mismo artículo, **no se aceptan** en campañas de **Sponsored Brands** en este momento.

La columna de estado debe contener la palabra “**enabled**” (habilitado) o “**disabled**” (**deshabilitado**). Solo los artículos marcados como “**enabled**” serán elegibles para mostrarse en tu anuncio.

Carga el conjunto de artículos completado usando **el ícono de carga**.

Solución de problemas con los ID's de artículos.

Estas son las razones más comunes por las que podrías no ver un artículo al ingresar un **ID** válido en la sección **Lista de Artículos** de la herramienta de administración de campañas del **Walmart Connect Ad Center**:

- Has realizado cambios recientes en la ficha del artículo, como actualizar el título, descripción o precio. Las actualizaciones en los detalles de los artículos suelen tardar de 1 a 2 días en sincronizarse y reflejarse en todos los sistemas de **Walmart**.
- Estás intentando agregar artículos recién publicados de tu catálogo como vendedor o proveedor. Estas actualizaciones también pueden tardar **1 a 2 días** en sincronizarse.
- Cambiaste un artículo dentro de un grupo de variantes, de principal a variante o viceversa. Los artículos que son variantes **no pueden ser**



agregados a campañas de Sponsored Brands o Sponsored Videos. Estos tipos de campañas solo pueden incluir artículos que están configurados como **variantes principales**.

- El estado del artículo en tu catálogo de vendedor o proveedor **no está en "Publicado"**. Los artículos no publicados **no se pueden agregar** a una campaña.

Si tienes problemas con el estado del artículo (por ejemplo, publicado, no publicado, en existencia o sin inventario), comunícate con los equipos de soporte para vendedores del Marketplace o proveedores de Walmart.

- **Tus artículos no están en existencia.**
Los artículos no disponibles **no se pueden promocionar** en campañas de **Sponsored Search**.
- **Tus artículos no están ganando la Buy Box.**
Los artículos que no ganan la **Buy Box** **no pueden ser promocionados** en campañas de **Sponsored Search**.

Si después de revisar estos puntos aún no puedes agregar un artículo a tu campaña, crea un ticket de **Soporte para Anunciantes** y nuestro equipo de soporte te asistirá.

Guardar como borrador o continuar

Puedes elegir guardar tu campaña como borrador o continuar configurándola.

Si deseas guardar tu campaña como borrador, puedes retomarla en cualquier momento desde la página **Todas las campañas**, seleccionándola desde el menú desplegable de **Campañas en borrador**.

Paso 4: Agrega palabras clave y ofertas, y envía para revisión

Agrega palabras clave

Las palabras clave son esenciales para conectar tus anuncios con los términos de búsqueda que utilizan los posibles clientes cuando compran en el sitio y **la app de Walmart**.

Para asegurarte de que tu anuncio sea elegible para mostrarse cuando los compradores busquen los artículos que estás anunciando, selecciona palabras clave que estén altamente relacionadas con tus productos. Esto ayudará a mejorar la visibilidad y relevancia de tu anuncio.



Para una mejor **visibilidad al navegar**, elige la categoría de **Walmart** más adecuada para tus productos anunciados y agrega su nombre a tu lista de **palabras clave**.

Puedes usar tres tipos de concordancia de palabras clave:

- **Concordancia exacta:** Menor alcance, mayor precisión.
- **Concordancia de frase:** Algo de alcance, algo de precisión.
- **Concordancia amplia:** Mayor alcance, menor precisión.

Agrega palabras clave sugeridas

Ve a la sección de **Categorías y Palabras Clave** para agregar palabras clave a tu grupo de anuncios. Se genera automáticamente una lista de recomendaciones impulsadas por algoritmos con base en la relevancia para los artículos elegidos en la campaña.

Selecciona palabras clave y tipos de concordancia individuales y haz clic en **Agregar**.

Puedes agregar múltiples palabras clave y tipos de concordancia marcando las casillas junto a cada palabra clave y luego haciendo clic en **Agregar Palabras Clave**.

Elige los tipos de concordancia que deseas agregar usando las casillas proporcionadas y haz clic en **Aplicar cambios**.

Selecciona tus palabras clave manualmente

Ve a la pestaña **Palabras Clave Adicionales** para agregar palabras clave que no estén listadas en la sección de Sugerencias. Al igual que con los artículos, las palabras clave pueden agregarse manualmente ingresándolas en el cuadro de texto **Ingresar Palabras Clave** o cargándolas mediante una plantilla en formato .csv. **Se permite un máximo de 200 palabras clave por campaña o grupo de anuncios.**

Te recomendamos agregar únicamente palabras clave que estén altamente relacionadas con los productos que estás anunciando, para que tus anuncios sean elegibles al momento en que los compradores busquen exactamente lo que ofreces.

Usa el cuadro de texto "Ingresar Palabras Clave"

Para agregar palabras clave manualmente a tu grupo de anuncios, ingresa una palabra clave por línea en el cuadro de texto y selecciona **Agregar Palabras Clave**. Puedes agregar hasta 100 palabras clave a la vez.



También puedes agregar múltiples palabras clave y tipos de concordancia marcando las casillas junto a cada palabra clave y haciendo clic en **Agregar Todas**, o puedes seleccionar palabras clave y tipos de concordancia individuales y hacer clic en **Agregar**.

Usa la plantilla .csv

Puedes subir una lista de palabras clave utilizando la plantilla .csv proporcionada. Descarga la plantilla haciendo clic en **Descargar CSV**.

Llena los campos requeridos.

Debes incluir al menos una palabra clave por fila, agregar una oferta para al menos un tipo de concordancia y completar su respectiva columna de estado.

La columna de estado debe contener la palabra **enabled** (habilitado) o **disabled** (deshabilitado).

Carga el conjunto de palabras clave completado utilizando el ícono de carga.

Agrega ofertas

- Puedes editar las ofertas de tus palabras clave en la sección **Palabras Clave Seleccionadas**.
- Las palabras clave agregadas desde la pestaña de **Palabras Clave Sugeridas** reflejan los valores de oferta sugeridos.
- Las palabras clave agregadas desde la pestaña de **Palabras Clave Adicionales** reflejan el valor de oferta sugerido o el valor que ingresaste en la plantilla **.csv**.
- Si esta es tu primera campaña de Marcas Patrocinadas, te recomendamos usar las Ofertas Sugeridas como punto de partida para asegurar precios competitivos y una colocación óptima del anuncio. Siempre puedes volver más tarde y ajustar estas ofertas.
- Las ofertas pueden actualizarse individualmente por tipo de concordancia haciendo clic en el campo de oferta.
- Haz clic en **Guardar**.

Guardar como borrador o continuar

Puedes elegir guardar tu campaña como borrador o continuar configurándola. Si deseas guardar tu campaña como borrador, puedes retomarla en cualquier momento desde la página **Todas las Campañas** seleccionándola en la lista desplegable de **Campañas en Borrador**.



Envía tu campaña para revisión

Haz clic en **Enviar para revisión** para enviar tu campaña a revisión. Nuestro equipo la revisará cuidadosamente y responderá en un plazo de 72 horas. Tu campaña se activará automáticamente en la fecha de inicio programada una vez que sea aprobada.

Paso 5: Envío de la campaña y proceso de revisión

Descripción general del proceso

Todas las campañas de **Sponsored Brands** deben pasar por un proceso de aprobación antes de activarse.

También se requiere una nueva aprobación en los siguientes casos, lo cual puede tardar hasta tres días en completarse:

- Cambiar el nombre de la marca, el logotipo, el encabezado o la **URL de clic** (también se requiere pausar la campaña)
- Agregar o habilitar productos
- Agregar o habilitar palabras clave
- Los cambios que **no requieren** una nueva aprobación incluyen:
- Deshabilitar productos
- Deshabilitar palabras clave
- Cambiar las pujas de palabras clave

Proceso de aprobación de campañas

Después de enviar tu campaña para revisión, puedes monitorear el estado de la revisión en la columna **Estatus** de la pestaña **Todas las campañas**, o junto al nombre de la campaña.

- **Pendiente:** La campaña fue enviada para revisión y está en espera de ser evaluada.
- **En proceso:** La campaña está siendo revisada.
- **Completada:** La campaña ha sido aprobada para su lanzamiento.
- **Rechazada:** La campaña requiere ajustes antes de ser lanzada. Una vez realizados los cambios necesarios, la campaña se revisará nuevamente.



Para que una campaña se **active (Live)**, debe contar con un nombre de marca, logotipo, encabezado y **URL aprobados**, además de al menos **dos productos** y una **palabra clave**. Una vez aprobada, el estado de la campaña cambiará automáticamente a **Habilitada**, luego a **Programada** y finalmente a **Activa (Live)**. La campaña se activará en la fecha de inicio que se haya establecido.

Proceso de re-aprobación de campañas

Si tu campaña es rechazada, puedes revisar los mensajes de error haciendo clic en **Ver detalles** en la columna **Estatus** de la pestaña **Todas las campañas**. También verás un símbolo de rechazo junto a cada producto o palabra clave afectada. Para más información sobre posibles motivos de rechazo y cómo solucionarlos, consulta el artículo de **Solución de problemas de rechazo**.

Corrige los errores y vuelve a enviar la campaña para su revisión. **Repite estos pasos** hasta que el proceso de revisión se complete o la campaña sea aprobada para activarse.

Recuerda que para activarse, **una campaña debe tener un nombre de marca, logotipo, encabezado y URL aprobados**, además de al menos dos productos y una palabra clave.

Una vez aprobada, el estado de la campaña cambiará automáticamente a **Habilitada**, luego a **Programada** y finalmente a **Activa (Live)**. La campaña se activará en su fecha de inicio.

Edición de una campaña existente de Sponsored Brands

Si tu campaña de Sponsored Brands aún está en estado **Pendiente** o **En proceso**, puedes realizar cambios en el nombre de la marca, logotipo, encabezado, URL, productos y/o palabras clave haciendo clic en el nombre de la campaña y luego en **Editar campaña**.

Los cambios al nombre de la marca, logotipo, encabezado y/o URL requieren pausar la campaña de Sponsored Brands. Puedes pausar tu campaña haciendo clic en el botón **Pausar campaña** ubicado en la esquina superior derecha.

Haz clic en **Enviar para revisión** para enviar tu campaña a revisión. Cuando se complete la revisión, podrás realizar cambios adicionales y volver a enviarla, o reanudar tu campaña.



Agregar o habilitar palabras clave

Agregar o habilitar palabras clave **no requiere pausar** la campaña.

Una vez que termines de editar tus palabras clave, haz clic en **Guardar** en la esquina superior derecha y luego en **Enviar para revisión** para comenzar el proceso de revisión. La campaña se revisará mientras se encuentra activa.

Los productos y palabras clave **no pueden eliminarse** de una campaña que ya está activa, y aunque estén deshabilitados, **siguen contando** para los límites máximos de la campaña.

Si tu campaña ha alcanzado el número máximo de productos (10) o de palabras clave (200) y deseas hacer cambios, tendrás que crear una nueva campaña.

