YouTube

GUÍA PARA CREADORES

GUÍA PARA CREADORES

GUÍA PARA CREADORES

GUÍA PARA CREADORES

GUÍA PARA CREADORES

GUÍA PARA CREADORES

Descubre cómo **aumentar tu audiencia** e **impulsar las visualizaciones de tus vídeos** con Promocionar



CONTENIDO

01 Aspectos básicos de Promocionar

02 Objetivos de las campañas

03 Selección de vídeos

04 Opciones de segmentación y presupuesto

05 Seguimiento del rendimiento de los anuncios

06 Maximización de los resultados

07 Prácticas recomendadas de creatividades de anuncios

Preguntas frecuentes

ASPECTOS BÁSICOS DE PROMOCIONAR



¿Qué es Promocionar?

Con Promocionar puedes hacer que tu canal y tu empresa crezcan en YouTube.

Además de la búsqueda, las recomendaciones y otras herramientas orgánicas que YouTube ofrece, puedes usar Promocionar para **aumentar las interacciones y las suscripciones a tu canal, dar más visibilidad a tus vídeos e incrementar los clics que dirigen a tu sitio web**.

Esta función, integrada directamente en las versiones web y móvil de YouTube Studio, puede difundir tus vídeos entre un número mayor de espectadores.

Muestra tus vídeos a nuevos fans.

Empieza a usar Promocionar



¿Por qué debería probar Promocionar?

Muestra tus vídeos a más espectadores en YouTube, una de las plataformas más populares del mundo.

Si creas contenido con fines comerciales, o aunque sea por diversión, cuantas más personas vean lo que haces, mejor.

Además de las herramientas orgánicas que puedes usar para conseguir visualizaciones, Promocionar enseña tus vídeos a un mayor número de espectadores, te ayuda a encontrar nuevos fans y mantiene el interés de tu audiencia. Y todo ello sin perder el control de tu contenido.

Cobertura y visibilidad

Muestra tus vídeos a nuevas audiencias a las que les pueda gustar tu contenido.

Promoción segmentada

Conecta fácilmente con los usuarios más importantes para tu canal y define un presupuesto adaptado a ti.

Sencillez

Lanza promociones con solo unos clics. No es necesario que tengas experiencia en la compleja tarea de comprar anuncios.

Flexibilidad

Promocionar te ayuda a lograr resultados, tanto si quieres conseguir más suscriptores como si lo que buscas es aumentar las visualizaciones o los clics a tu sitio web.

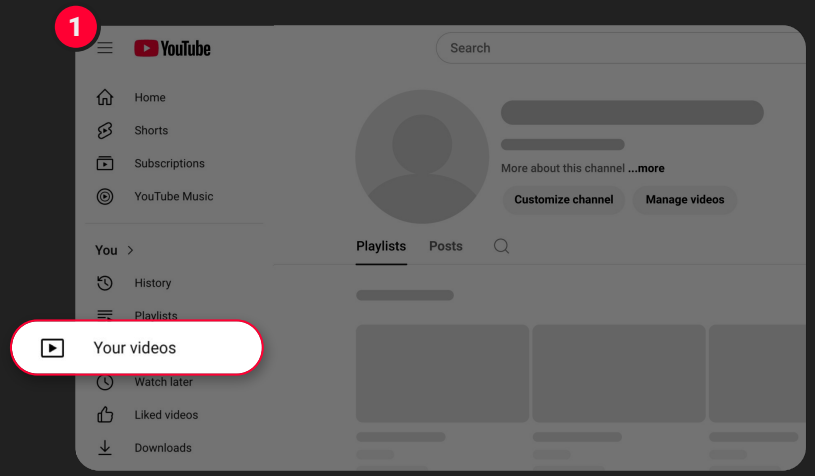
OBJETIVOS DE LAS CAMPAÑAS

02

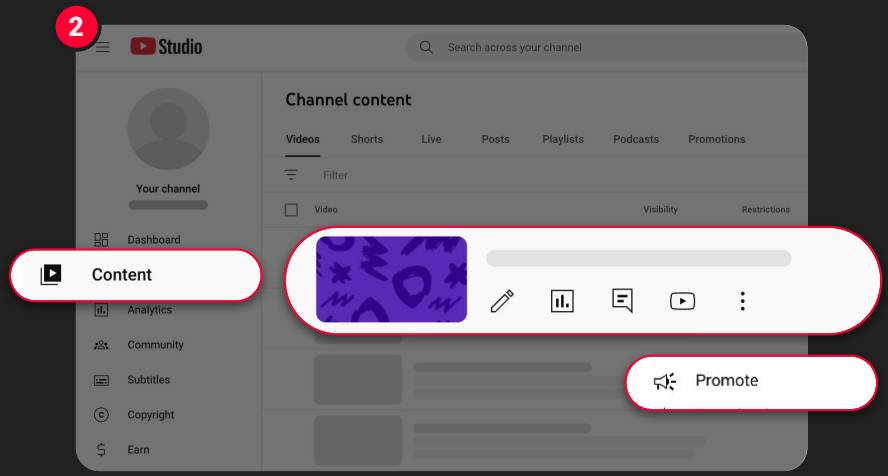


¿Cómo se usa Promocionar?

Para configurar la función desde tu **ordenador directamente en YouTube***:



- Selecciona **Mis vídeos**.
  Se te dirigirá a YouTube Studio.

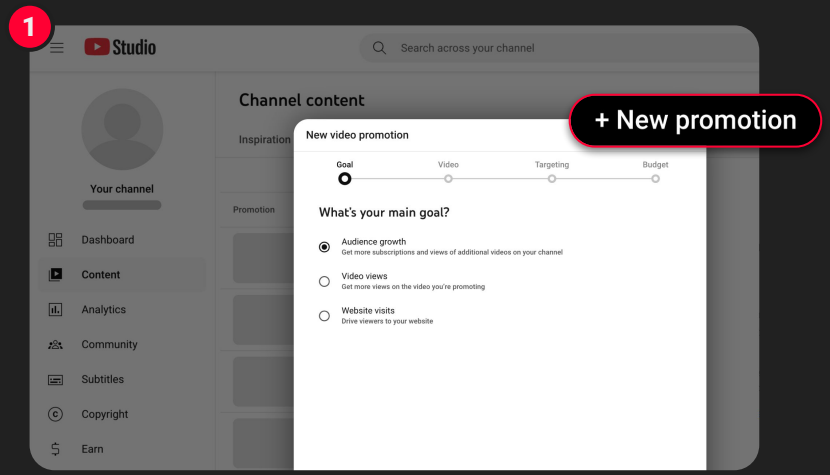


- Selecciona **Contenido**.
- Haz clic en el **menú de 3 puntos** del vídeo que quieras.
- Haz clic en **Promocionar**.

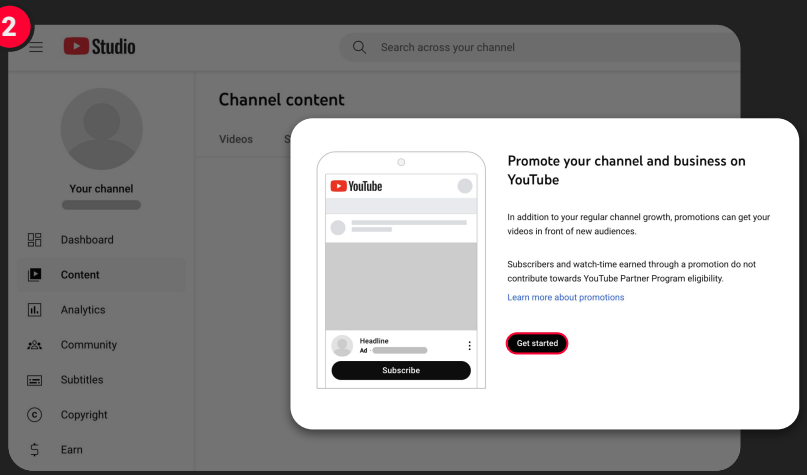
* **Nota:** Necesitas una cuenta de Google Ads, que se configurará automáticamente cuando crees tu primera campaña.

¿Cómo se usa Promocionar?

Para configurar esta función desde tu **ordenador en YouTube Studio***:



- En YouTube Studio, selecciona la pestaña **Promociones** y haz clic en **+ Nueva promoción**.

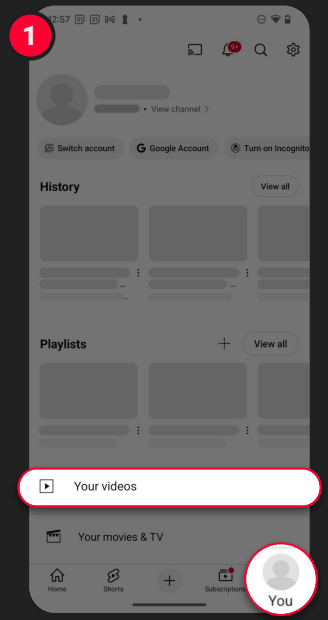


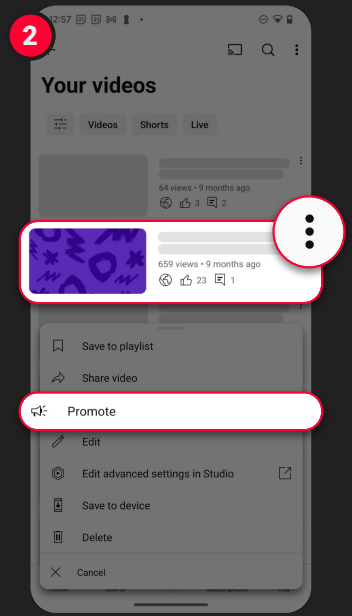
- Si eres un usuario nuevo, haz clic en Empezar.

* **Nota:** Necesitas una cuenta de Google Ads, que se configurará automáticamente cuando crees tu primera campaña.

¿Cómo se usa Promocionar?

Para configurar esta función desde tu **dispositivo móvil a través de la aplicación YouTube***:



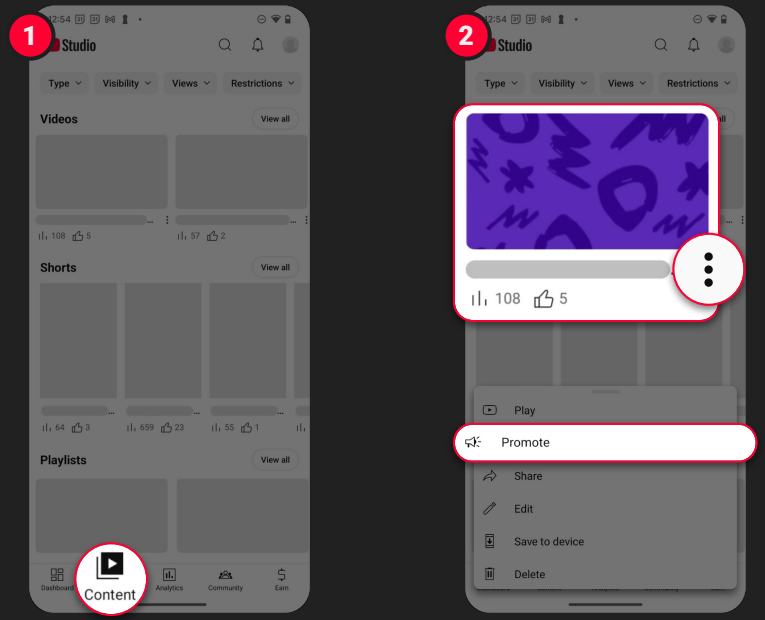


- En la **aplicación YouTube**:
  - Ve a la pestaña **Tú**.
  - Accede a **Mis vídeos**.
  - En **Vídeos** o **Shorts**, selecciona un vídeo.
  - Toca el **menú de 3 puntos** y luego **Promocionar**.

* **Nota:** Solo está disponible en la aplicación Android.

¿Cómo se usa Promocionar?

Para configurar esta función desde tu **dispositivo móvil a través de la aplicación de Studio***:



- En la **aplicación YouTube Studio**:
  - Ve a **Contenido**.
  - Toca el **menú de 3 puntos del vídeo que quieras promocionar**.
  - Toca **Promocionar**.

* **Nota:** Solo está disponible en la aplicación Android.

Adapta tu campaña a tus objetivos

Promocionar ofrece **tres objetivos de campaña** según lo que quieras lograr:



Crecimiento de la audiencia

¡A conseguir más suscriptores!

Promocionar optimiza tu campaña para que llegue a los espectadores que es más probable que se suscriban a tu canal.



Visualizaciones del vídeo

¡Que no paren esas visualizaciones!

La herramienta Promocionar mostrará tu anuncio de vídeo a los espectadores a quienes pueda interesarles más, lo cual te ayudará a mejorar su visibilidad y su cobertura.



Visitas al sitio web

¡Logremos que el tráfico fluya a tu sitio web!

Esta herramienta optimizará tu campaña para animar a los usuarios a hacer clic para visitar tu sitio web, lo que te ayudará a promocionar productos, servicios u otro contenido online.

Nota: Los suscriptores y el tiempo de visualización que consigas con tu inversión en Promocionar no se tendrán en cuenta para optar al Programa para Partners de YouTube (YPP).

Caso de éxito: Escola para YouTubers

Educación | Creador consolidado

Objetivos:

- Visualizaciones del vídeo
- Visitas al sitio web

Resultados:

x2 Aumento de las ventas

x7 Retorno de la inversión

Escola para YouTubers crea vídeos que enseñan a los creadores a desarrollar su canal. Empezaron a experimentar con Promocionar para ver si podía ayudarles a aumentar las ventas de sus cursos. Promocionaron dos vídeos clave para dirigir el tráfico a los cursos de su sitio web y vieron un incremento de las ventas y los ingresos que superó con creces su inversión publicitaria.



"Las promociones son una solución excelente para crear anuncios. Puedo empezar a usarlas con solo unos clics. **El proceso de configuración es muy sencillo, ideal para creadores como yo**".

Caique Pereira
Creador de Escola para YouTubers

SELECCIÓN DE VÍDEOS



Escoge los vídeos idóneos para Promocionar

El primer paso es elegir los vídeos adecuados. Aparte de que deben durar como mínimo 10 segundos, **ten en cuenta lo siguiente para captar la atención de tu audiencia**:

Relevancia con respecto al objetivo

Elige vídeos cuyo contenido se adapte a tu objetivo. Por ejemplo, si tu objetivo es aumentar el número de suscriptores del canal, escoge un vídeo que muestre el tipo de contenido que los espectadores encontrarán en tu canal.

Control total sobre los vídeos

Elige cualquier vídeo de tu canal, sin preocuparte por el rendimiento obtenido hasta ahora. Si, por ejemplo, quieres promocionar un vídeo que ha dado resultados excelentes o reactivar uno antiguo, Promocionar te deja tomar las riendas.

Interés de la audiencia

Escoge vídeos que respondan a los intereses de la audiencia a la que quieras llegar.

Cumplimiento de la política de anuncios

Todos los vídeos que promociones deben cumplir las políticas de anuncios de vídeo de YouTube. Tus vídeos no deben incluir contenido que infrinja estas políticas, como lenguaje inapropiado, violencia o información engañosa.

Información sobre la revisión de cumplimiento de políticas de las promociones



Cómo funciona el proceso de revisión

Cuando creas una promoción, tu vídeo se somete automáticamente a una revisión de cumplimiento de políticas de Google Ads.



La revisión se centrará en el contenido, entre el que se incluye:

- **Contenido del vídeo**
- **Título**
- **Descripción**

Más información sobre las políticas de Google Ads



Estado de la infracción

Si se detecta una infracción, tu promoción podría marcarse con los estados "Rechazada" o "Activa (limitada)", según el tipo de infracción.

Para obtener más información sobre la infracción, coloca el cursor sobre el estado.

Nota: Las revisiones suelen tardar entre 1 y 2 días, y se llevan a cabo antes de que tu anuncio empiece a publicarse.

Ejemplos de infracciones habituales y cómo solucionarlas

Contenido de carácter político

Ahora, cualquier contenido en el que se mencione o se muestre a **una persona que ocupe un cargo público** se considerará un anuncio electoral

Solución: Completa la verificación para publicar anuncios electorales y consulta más información sobre las políticas de contenido de carácter político y sobre el proceso de verificación.

Atención sanitaria y medicamentos

Algunos temas de belleza y salud pueden estar restringidos

Solución: Revisa en detalle las políticas de atención sanitaria y medicamentos, y selecciona otro tema.

Productos financieros

El contenido sobre productos y servicios financieros debe **cumplir el reglamento estatal y local** de cualquier ubicación a la que se orienten tus anuncios

Solución: Supera la verificación de servicios financieros y consulta más información sobre nuestras políticas de productos y servicios financieros.

Aspectos editoriales: uso de puntuación, símbolos y mayúsculas

Emojis, puntuación excesiva y texto en mayúsculas

Solución: Utiliza un texto limpio y profesional. Consulta más información sobre las políticas de puntuación y símbolos, y sobre las políticas de uso de mayúsculas.

Solución rápida: *La forma más rápida de subsanar un rechazo quizá sea promocionar otro vídeo distinto. Si quieres seguir promocionando el vídeo rechazado, te recomendamos que consultes detenidamente la política que se ha infringido para entender por qué se le ha asignado ese estado al vídeo.*
Vídeos privados: *Ten en cuenta que no puedes promocionar vídeos privados.*

Caso de éxito: The Mönic

Música | Creador emergente

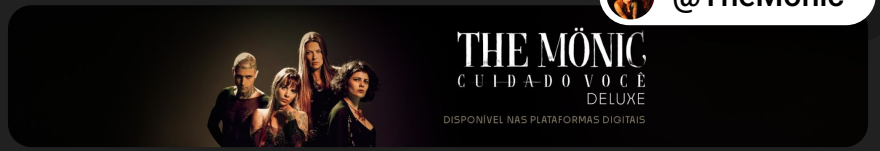
Objetivos:

- Crecimiento de la audiencia
- Visualizaciones del vídeo

Resultados:

- ~x2 Nuevos suscriptores del canal
- x2 Visualizaciones del vídeo

La banda de rock brasileña The Mönic buscaba una forma sencilla de aumentar su base de fans y promocionar sus vídeos musicales entre una audiencia más amplia. Aunque tenían claros los objetivos, el grupo no tenía tiempo para lidiar con plataformas publicitarias complejas. Aquí es donde entra en juego la función Promocionar de YouTube. Al usar el objetivo "Crecimiento de la audiencia" para aumentar el número de suscriptores y "Visualizaciones del vídeo" para acumular visualizaciones, consiguieron monitorizar la fuente del aumento del tráfico y medir la eficacia de cada promoción.



"Es una herramienta muy eficaz que todo artista debería saber utilizar. Si se usa bien, estoy segura de que los resultados serán increíbles. **Es una de las mejores formas de promocionar tu música**".

Dani Buarque
Integrante de The Mönic

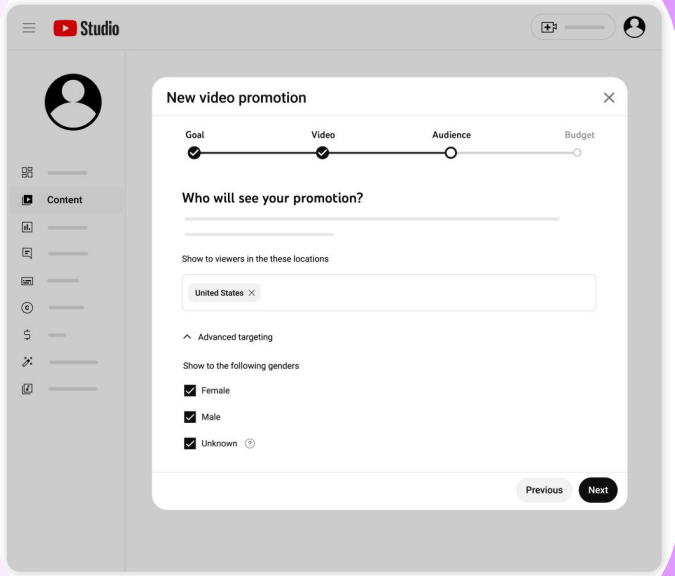
OPCIONES DE SEGMENTACIÓN Y PRESUPUESTO



Orienta tus campañas de forma eficaz

Elige a qué audiencias quieres llegar con tus vídeos mediante la segmentación demográfica, que incluye **edad, sexo, país e intereses**

La segmentación por intereses estará disponible en ordenadores de todo el mundo en diciembre del 2025 (la fecha está sujeta a cambios).



Para lograr la mayor cobertura posible, deja a un lado los controles de segmentación avanzada y selecciona muchos países para tu promoción.

Nota: Recuerda que nuestros sistemas pueden tardar entre 1 y 2 días en aprender y en optimizar tus campañas para que tu promoción llegue a la audiencia adecuada. Aunque respetaremos tus opciones demográficas, podemos ampliar los intereses específicos que selecciones para que tu contenido llegue a la mayor audiencia posible que se ajuste al grupo demográfico que has elegido. Más información

Fija un presupuesto adaptado a tu situación



Optimización del rendimiento

Promocionar usa tu presupuesto de la forma más eficiente posible para alcanzar los objetivos de tus campañas.



Control total sobre el presupuesto

Nunca te cobraremos más del presupuesto total que hayas fijadopara tu campaña.



Recomendaciones mínimas

Puedes lograr resultados con tan solo 5 USD, pero **solemos recomendar un mínimo de 100 USD**, dado que el rendimiento de las campañas tiende a mejorar con el tiempo.

Nota: La facturación dependerá de la configuración seleccionada en Google Ads (pagos automáticos o manuales). Consulta más información en este artículo sobre facturación del Centro de Ayuda de Google Ads. Si tienes cualquier problema con la facturación o alguna pregunta sobre los pagos, puedes pedir ayuda al equipo de Asistencia de Google Ads.

SEGUIMIENTO DEL RENDIMIENTO DE LOS ANUNCIOS

05



Monitoriza las métricas clave

Mantente al tanto del rendimiento de tus campañas y **detecta fácilmente qué factores están contribuyendo a su éxito.**

Los informes de Promocionar te aportan los datos que necesitas para **probar distintos vídeos, objetivos y estrategias de segmentación**, y dar con la fórmula ganadora.



Impresiones

Conoce al instante con qué frecuencia se muestra una miniatura de tu promoción.



Visualizaciones

Monitoriza el número de visualizaciones de tu vídeo promocionado para valorar la cobertura de tu campaña.



Suscriptores

Es el número de nuevos suscritos después de ver 10 segundos de tu vídeo o de hacer clic en tu promoción en el plazo de 3 días.



Coste total

Consulta el gasto de cada campaña en un momento dado.



Visitas al sitio web

Se trata del número de visitas que el anuncio dirige a tu sitio web externo.

Nota: ¿Quieres más información? En este artículo se explican en detalle las métricas clave.

Haz ajustes fundamentados

Usa los datos para mejorar tu campaña:



Prueba distintos vídeos

Promociona dos vídeos diferentes con el mismo presupuesto y la misma segmentación. Los resultados revelarán cuál tiene mejor rendimiento y te permitirán conocer mejor a tu audiencia.



Experimenta con la segmentación

Si tu campaña no está llegando a la audiencia adecuada, prueba distintas opciones de segmentación para acotar a quién te diriges y aumentar las interacciones. Por ejemplo, si tu objetivo es llegar a más espectadores, usa unos datos demográficos o una segmentación geográfica más amplios.



Ajusta tu presupuesto

Puedes modificar el presupuesto para aumentar o reducir la inversión publicitaria en función del rendimiento de tu campaña.

Caso de éxito: Bethel Music

Religión | Creador importante

Objetivos:

- Crecimiento de la audiencia
- Interacción

Resultados:

x10 Nuevos suscriptores del canal

x2 Retorno de la inversión

En Bethel Music, querían crear un momento especial en torno a su álbum "We Must Respond", así que empezaron a experimentar con Promocionar. Empezaron a ver buenos resultados con las promociones centradas en conseguir nuevos suscriptores. Para aprovechar el impulso, en Bethel Music puso en marcha una campaña de dos fases para sus artistas: The McClures. Primero, empezaron con una presentación suave de su EP y, después, hicieron una intensa promoción de una canción concreta. Descubrieron que la segmentación que ofrece Promocionar les ayudaba a llegar a espectadores muy interesados que aún no se habían suscrito. En este momento, siguen usando Promocionar con todos sus nuevos lanzamientos como una herramienta esencial para llegar a nuevos fans y ampliar su presencia internacional.



Promocionar es una función muy flexible y fácil de usar, y me sorprenden continuamente los resultados que obtenemos con un recurso tan sencillo. También se pueden publicar Shorts como anuncios, lo que ha tenido tanto éxito como el formato largo".

Thomas Cannariato
Gestor de YouTube en Bethel Music

MAXIMIZACIÓN DE LOS RESULTADOS



Llega a nuevas audiencias

Promocionar es una herramienta eficaz con la que podrás hacer que tu canal crezca, ahora y en el futuro.



Marca unos objetivos realistas

Define objetivos claros y medibles para tus campañas de promoción y monitoriza el progreso con el paso del tiempo.



Adáptate y evoluciona

Prepárate para ajustar tu estrategia de Promocionar a medida que crezca tu canal y evolucione tu audiencia. Monitoriza periódicamente el rendimiento de tu campaña y haz los ajustes necesarios para no quedarte atrás.



Adopta un enfoque integral

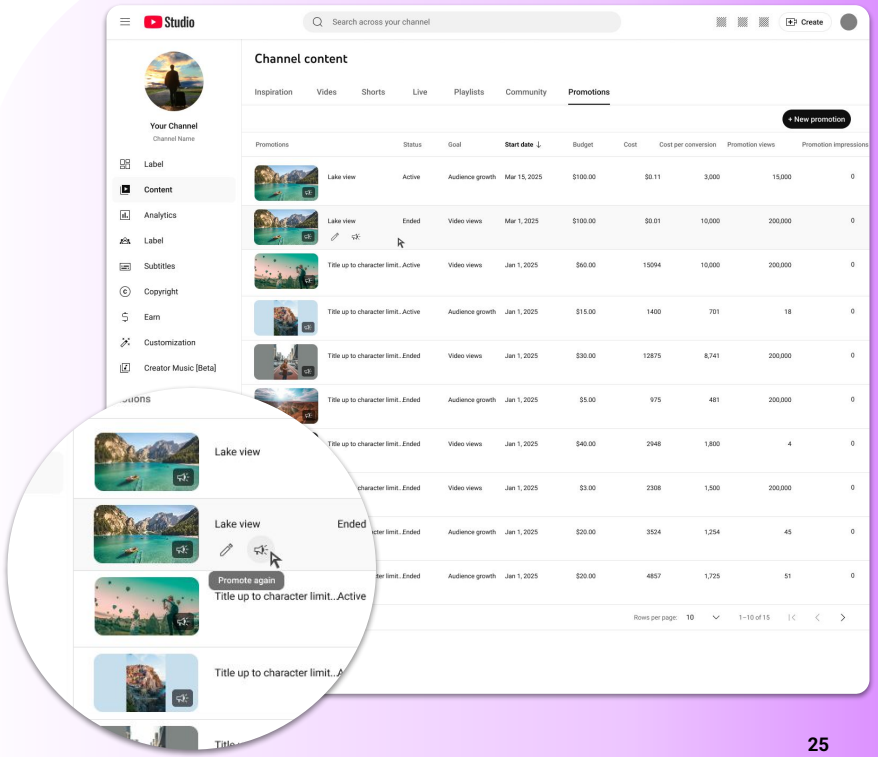
Promocionar es una de las muchas herramientas con las que puedes desarrollar tu canal. Usa el contenido promocional, sé constante creando vídeos y no dejes de interactuar con tu comunidad.

Relanzar campañas

¿Quieres seguir aprovechando el impulso? Con **Volver a promocionar**, puedes volver a lanzar tus campañas de más éxito sin esfuerzo.

Copia al instante todos los ajustes de tus promociones anteriores y **reinicia de esa manera campañas de alto rendimiento con solo unos clics**.

¿Necesitas configurar algún aspecto? **Tendrás pleno control para modificar cualquier ajuste después de relanzar una campaña.**



Caso de éxito: RVi

Automoción y transporte | Creador emergente

Objetivos:

Crecimiento de la audiencia

Visualizaciones del vídeo

RVi es un fabricante de productos innovadores para autocaravanas que tiene una importante comunidad de entusiastas en su canal de YouTube, pero la empresa quería llegar a una audiencia más amplia. Crearon vídeos generales sobre autocaravanas con el fin de atraer tanto a nuevos usuarios como a incondicionales de este tipo de vehículos. Después los promocionaron con los objetivos "Crecimiento de la audiencia" y "Visualizaciones del vídeo" para llegar a grupos demográficos más amplios.



> No bases el éxito o el fracaso en función de una sola campaña de promoción. **Publica unas cuantas para conocer tus métricas y valorarlas.** Solo entonces podrás tomar una decisión".

Chris Bonham
Responsable de Redes Sociales y Marketing de RVi

PRÁCTICAS RECOMENDADAS DE CREATIVIDADES DE ANUNCIOS

07



Crea anuncios interesantes

Las creatividades de tus anuncios (títulos, descripciones y elementos visuales) tienen un papel crucial a la hora de captar la atención de los espectadores y animarlos ainteractuar con tu contenido.

Sigue estas prácticas recomendadas para crear anuncios eficaces:

Usa títulos atractivos

Redacta títulos concisos e informativos, y que llamen la atención. Comunica con claridad la propuesta de valor de tu vídeo y atrae a los espectadores para que hagan clic.

Escribe descripciones persuasivas

Aprovecha la descripción para ofrecer más contexto sobre tu vídeo y destacar sus conclusiones. Incluye palabras clave relevantes para mejorar la encontrabilidad del vídeo y animar a los espectadores a que lo vean.



5 consejos imprescindibles para que tus plantas de interior crezcan sanas 🌱

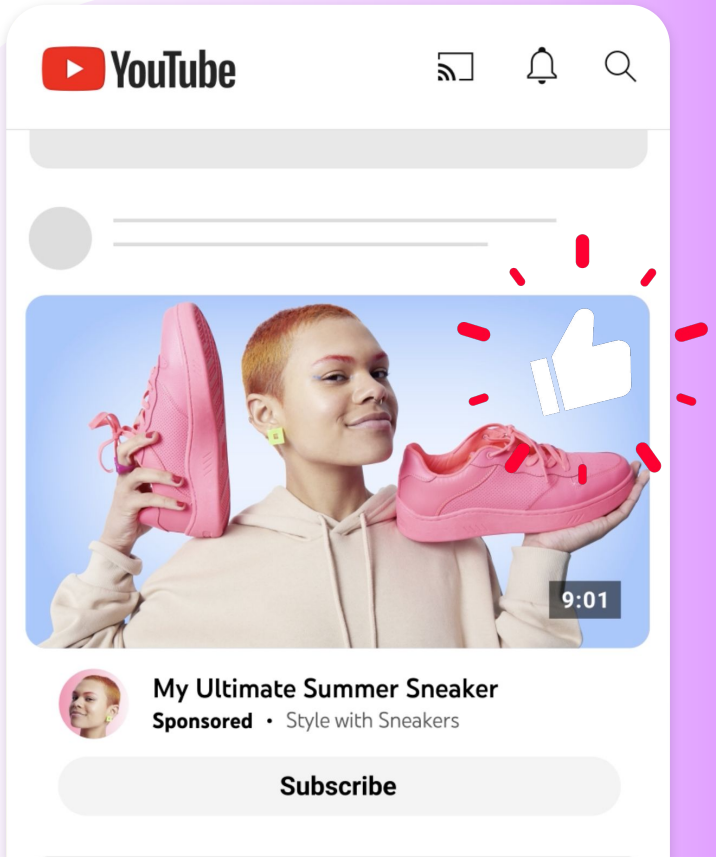
En este vídeo te voy a mostrar mi rutina para cuidar las plantas de interior. Así podrás conseguir que las plantas de tu casa tengan un aspecto inmejorable.

Patrocinado Amante de las plantas de interior

Usa elementos visuales atractivos

Las miniaturas de los vídeos que decidas promocionar serán las mismas que se usan cuando esos vídeos se muestran de forma orgánica.

Debes **prestar especial atención a las miniaturas de los vídeos promocionados, ya que serán tu carta de presentación ante muchos espectadores**.



Caso de éxito: The Beaten Trail

Automoción | Creador emergente

Objetivos:

- Crecimiento de la audiencia
- Visualizaciones del vídeo

Resultados:

- >25 K Nuevos suscriptores del canal
- x3 Ingresos crecimiento

Los expertos en todoterrenos de The Beaten Trail querían ampliar la cobertura de su canal en YouTube y aumentar los suscriptores, las visualizaciones y los ingresos. Empezaron a experimentar con Promocionar porque es muy fácil de usar y de configurar. Se centraron en los objetivos de crecimiento de la audiencia, promocionaron estratégicamente vídeos que ya habían tenido un buen rendimiento orgánico y utilizaron miniaturas seleccionadas y elementos narrativos para despertar el interés de la audiencia que buscaban.

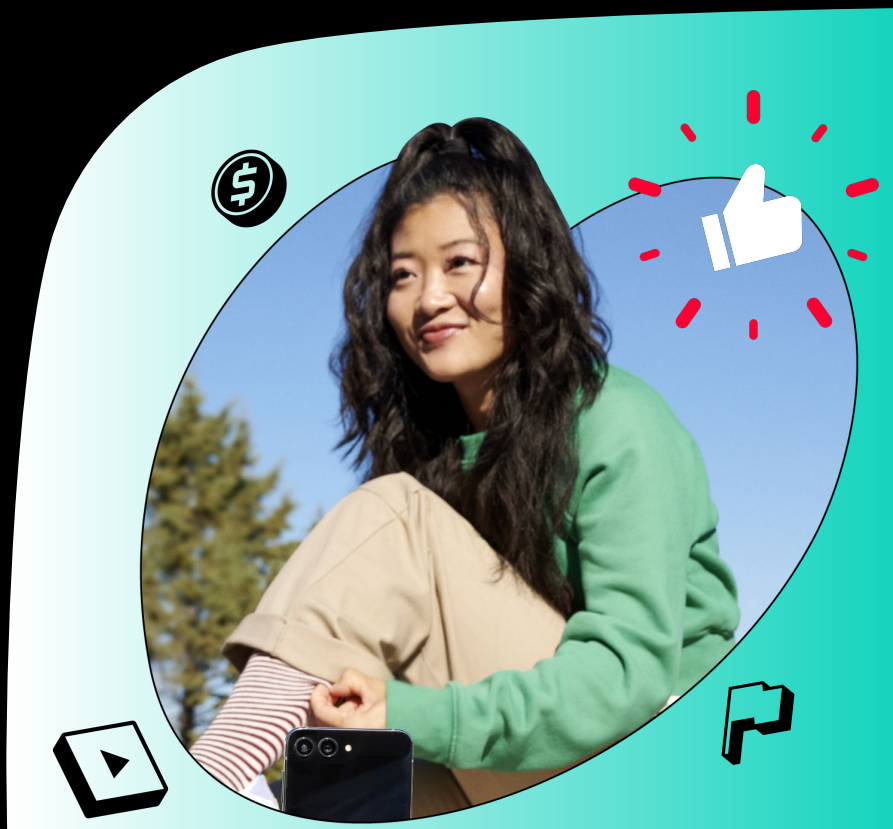


La función Promocionar ha tenido un enorme impacto en mi canal. Gracias a ella, estoy ganando dinero y atrayendo espectadores, a la vez que mantengo un crecimiento orgánico muy bueno".

Michael Herrmann
Creador de The Beaten Trail

YouTube

Miles de millones de personas* recurren a YouTube para buscar su nuevo vídeo, creador o comunidad favoritos.



Ayúdales a encontrarte.

Empieza a usar Promocionar

* Afirmación: YouTube tiene miles de millones de usuarios conectados cada mes.
Fuente: Datos globales internos, julio del 2022.

Preguntas frecuentes

Preguntas frecuentes

¿Cómo puedo obtener asistencia?

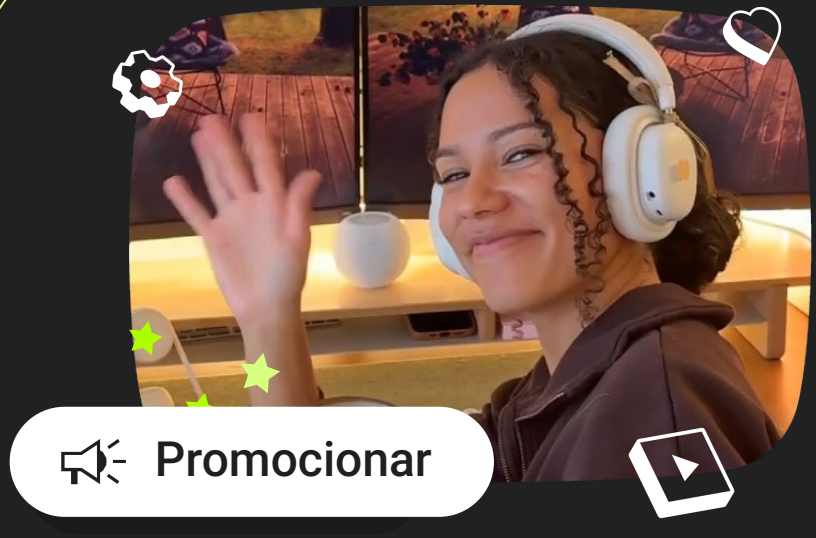
Si necesitas ayuda para resolver problemas relacionados con el proceso de creación en Studio, ponte en contacto con nuestro equipo de Asistencia para Creadores*. Si tienes cualquier otro problema (por ejemplo, con la facturación o la publicación de campañas), contacta con el equipo de Asistencia de Google Ads.

¿La herramienta Promocionar perjudica la cobertura orgánica de mis vídeos?

No. Usar esta herramienta para anunciar tus vídeos NO repercute negativamente en la cobertura orgánica de tu canal. El sistema de recomendaciones y el sistema publicitario de YouTube son independientes y no interactúan entre sí.

La cobertura orgánica se basa en cómo interactúan los usuarios con tus vídeos cuando se les recomiendan en su página principal, en los resultados de búsqueda o como vídeos sugeridos. El sistema de recomendaciones se centra en mostrar el vídeo adecuado al usuario idóneo en función de su historial de reproducciones y su nivel de interacción.

Promocionar es una herramienta publicitaria diseñada para complementar el crecimiento orgánico. La finalidad de publicitar contenido con Promocionar es mostrar tu vídeo a una audiencia objetivo según los ajustes que configures en la campaña (por ejemplo, el grupo demográfico o el presupuesto).



*__Nota:__ La Asistencia para Creadores solo está disponible para quienes forman parte del Programa para Partners de YouTube.

Preguntas frecuentes

¿Son legítimas las visualizaciones y los suscriptores que se obtienen con Promocionar?

Sí, todas las visualizaciones y los suscriptores que consigas a través de las campañas que hayas creado con Promocionar son legítimos.

Cuando publicas una promoción, tu vídeo se muestra como anuncio a usuarios reales de YouTube. Estos usuarios deciden conscientemente si quieren ver tu anuncio y pueden suscribirse a tu canal directamente desde él. No son bots, sino miembros reales de la comunidad de YouTube a los que has llegado a través de la publicidad. Una promoción puede ser el impulso que necesita un usuario para explorar tu canal y, si sigues ofreciéndole contenido que le parezca interesante y valioso, podrá interactuar de muchas formas contigo.

Ten en cuenta que cuando comprobamos si cumples los requisitos para formar parte del Programa para Partners de YouTube, solo tenemos en cuenta los suscriptores orgánicos, de manera que las personas interesadas en unirse al programa estén en igualdad de condiciones.

¿Por qué mis promociones se publican en horarios inusuales o mayoritariamente en ciertos países?

Para que el rendimiento de tu campaña sea uniforme, puede que la publiquemos en distintas zonas geográficas y a distintas horas del día debido a la segmentación optimizada.



Preguntas frecuentes

¿Cómo encuentran las promociones a los espectadores adecuados para mi vídeo?

Usamos varias señales de tu contenido y de espectadores potenciales para mostrar las promociones a distintos espectadores.

¿En qué se diferencia la herramienta Promocionar de YouTube Studio de las interacciones en YouTube de Google Ads?

El objetivo "Crecimiento de la audiencia" en Promocionar y las interacciones en YouTube, que optimizan las suscripciones a un canal de YouTube en Google Ads, son el mismo producto. La función Promocionar tiene una interfaz distinta y más sencilla de usar para facilitar la publicación de campañas. Las interacciones de Google Ads tienen informes más completos y una configuración de campañas más avanzada. Usa Promocionar si prefieres la sencillez. Si, por el contrario, quieres tener estadísticas más exhaustivas y más control, usa las interacciones.

¿Se tienen en cuenta los suscriptores y el tiempo de visualización de anuncios para mis objetivos del Programa para Partners de YouTube?

No, los umbrales del Programa para Partners se basan en los suscriptores y el tiempo de visualización que se consiguen de forma orgánica.



Preguntas frecuentes

Si los suscriptores y el tiempo de visualización no cuentan para optar al Programa para Partners de YouTube, ¿por qué voy a querer pagar para promocionar mi canal?

Aunque los suscriptores que consigas a raíz de los anuncios no cuentan de cara al programa, las visualizaciones, los comentarios y las interacciones en general consolidan tu canal, y esto aumenta las probabilidades de atraer a futuros suscriptores y conseguir acuerdos de marca. Algunos creadores se promocionan para impulsar las ventas afiliadas o el tráfico al sitio web. Otros venden sus propios productos o servicios. Los suscriptores son muy útiles, pero no son la única forma de sacar partido a una audiencia más amplia en YouTube.

Promocionar es un producto publicitario y está diseñado para complementar el crecimiento orgánico de tu canal. Puede ayudarte a descubrir audiencias nuevas y te da más control sobre quién ve e interactúa con tu contenido. Los suscriptores, las visualizaciones y las interacciones que consigas con esta herramienta pueden hacer que tu canal sea más completo y esté mejor preparado para el crecimiento de tu audiencia o empresa.



Preguntas frecuentes

¿Qué puedo hacer si se suspende mi campaña o mi cuenta?

Todas las campañas de promoción deben cumplir las políticas publicitarias y las Normas de la Comunidad de YouTube. De lo contrario, podemos rechazar tus anuncios y no publicarlos o, en los casos más graves, suspender tu cuenta publicitaria.

Si crees que ha habido un error, haz clic en una de tus promociones y desplázate hacia abajo hasta "Asistencia sobre promociones" para contactar con el equipo de Asistencia.

