

Códigos promocionales

“ **Necesitas:** *Códigos promocionales* — ver para consultar, *Códigos promocionales* — editar para crear o cambiar algo.

Los códigos promocionales se organizan como **campañas** que generan **cupones**. Entender bien esa relación hace evidente el resto de la pantalla.

Término	Qué es
Código promocional	La regla: en qué consiste el descuento y cuándo es válido
Campaña	Un código promocional más el conjunto de cupones generados a partir de él
Cupón	Un código individual que el cliente introduce realmente

Una campaña se crea junto con su primer cupón. Después le vas añadiendo más cupones según haga falta.

Consultar

El listado principal admite filtros y paginación. Desde una campaña puedes abrir sus **cupones generados** —los códigos individuales— y verlos o editarlos de uno en uno.

Ofertas activas es una vista aparte: las ofertas vigentes para una tienda dada, con el detalle de cualquiera de ellas. Úsala para responder "qué puede ofrecer esta tienda ahora mismo", que no es la misma pregunta que "qué campañas existen".

Crear

Para crear	Usa
Un código promocional suelto	Crear código promocional
Una campaña, con su primer cupón	Crear campaña
Otro cupón en una campaña existente	Añadir cupón

Crea primero la campaña y añade después los cupones. Crear códigos sueltos que en realidad debían ser una campaña te deja sin poder gestionarlos en conjunto más adelante.

Editar

Dos ediciones distintas, en dos niveles:

- **El código promocional** — sus fechas, el día de renovación y las horas en que es válido.
- **Un cupón generado concreto** — un código específico dentro de una campaña.

Editar el código cambia la regla de la campaña. Editar un cupón cambia un único código de cara al cliente. Si un cliente reporta un problema con un código, el nivel correcto suele ser el cupón.

Caducar frente a borrar

Es la decisión que más importa, y no son intercambiables.

	Caducar	Borrar
Qué hace	Pone la fecha de fin en hoy: el código deja de funcionar desde ya	Elimina la campaña y sus cupones por completo
Cupones canjeados	Sin problema, el histórico se conserva	Bloqueado. No procede si algún cupón se ha canjeado
Reversible	El registro sigue existiendo	No
Cuándo usarlo	Una campaña viva debe detenerse	Una campaña creada por error y nunca usada

Caducar es casi siempre la respuesta correcta. Detiene la campaña conservando el registro de lo ocurrido, que es justo lo que necesitas cuando un cliente pregunta por qué dejó de funcionar su código.

Existe además una caducidad masiva, que marca **todos los cupones de una campaña como usados** de una vez. Úsala para cerrar una campaña del todo en lugar de dejar cupones sin canjear rondando.

“ Borrar una campaña es la operación que en esta pantalla aparece como "aplicar cambios masivos", un solape de nomenclatura que en el resto de Marketing significa otra cosa. Lee [Cómo funcionan los cambios masivos](#) antes de usarla.

Si el código de un cliente no funciona

Comprueba en este orden:

1. **¿La campaña sigue dentro de sus fechas?** Incluidas las horas válidas, no solo los días.
2. **¿Ese cupón concreto ya se canjeó?** Abre los cupones generados y míralo.
3. **¿La oferta está vigente para esa tienda?** Consulta las ofertas activas de esa tienda: una campaña puede existir sin ofrecerse en todas partes.
4. **¿Se caducó de forma masiva?** Una campaña cerrada tiene todos sus cupones marcados como usados.

Páginas relacionadas

- [Importar códigos promocionales](#) — cargar códigos desde un fichero
- [Cómo funcionan los cambios masivos](#) — antes de cualquier operación masiva aquí
- [Promociones personales](#) — para ofertas asociadas a clientes concretos

Created 2026-09-17 16:29:22 UTC by Fran Sanchis
Updated 2026-09-18 07:49:01 UTC by Fran Sanchis