



# Un periodismo

Independiente, Honrado y Digno



AÑO 2023



WANIFRA



# GLOSARIO.

► PROGRAMÁTICA



### Available impression



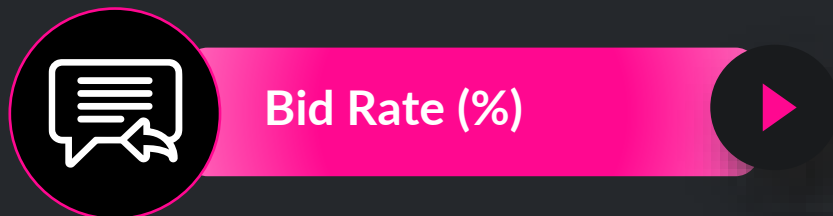
Muestra el número de solicitudes iniciales recibidas por el servidor de anuncios desde el sitio web o la aplicación. Genera una oportunidad para mostrar una impresión. Si una ubicación también está habilitada para RTB, Adform crea una subasta OpenRTB para la impresión disponible.



### Avg. Viewability Time (sec.)



Muestra cuánto tiempo, en promedio, un banner estuvo visible en la pantalla del navegador de los usuarios. Consulte más información en el manual de mediciones de banners.

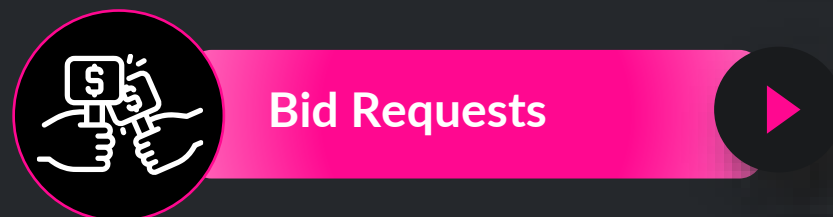


Muestra la proporción de respuestas de oferta en un número total de solicitudes de oferta.

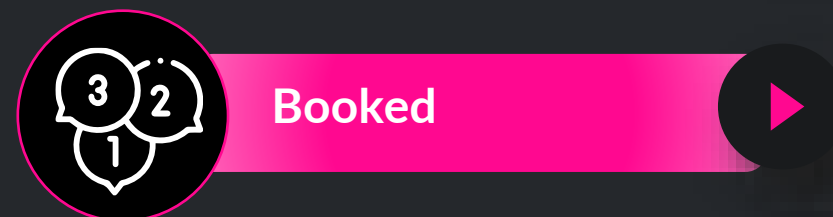
**Cálculo:**  $\text{Respuestas de oferta} / \text{Solicitudes de oferta} \times 100$



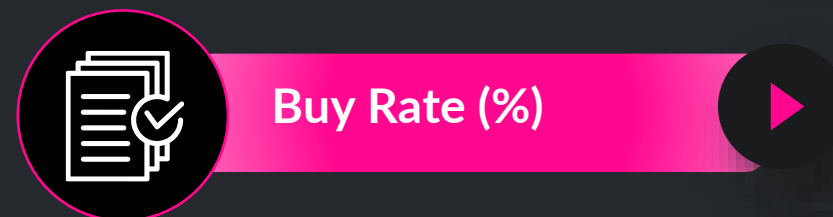
Muestra el número de respuestas de puja.



Muestra el número de ofertas de un editor en un intento de vender una impresión en una subasta de intercambio de anuncios.

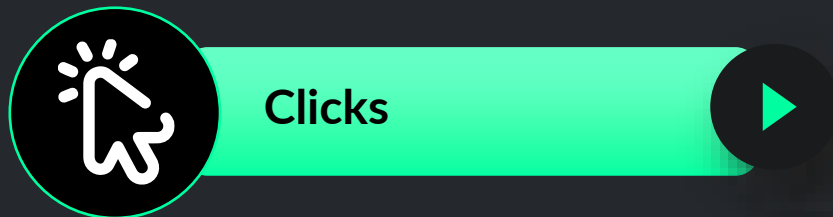


**Muestra el número de unidades reservadas en función del objetivo de la campaña.** Puede establecer objetivos para impresiones, impresiones visibles, clics o un presupuesto. Una campaña se detiene cuando se alcanza un objetivo. Si seleccionas Tipo de objetivo ilimitado, la campaña no tiene unidades reservadas, se ejecuta hasta que la detengas manualmente o hasta que llegue a la fecha de finalización.

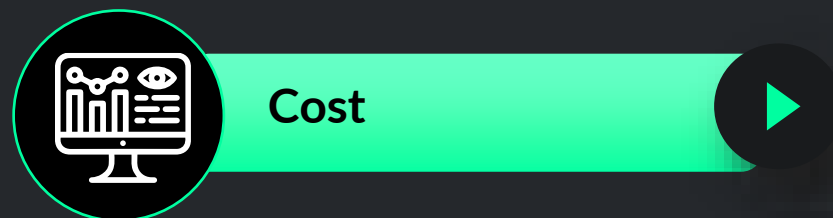


Muestra la proporción de impresiones (pujas ganadas) en el número total de solicitudes de puja (ofertas por una impresión).

**Cálculo:**  $\text{Impresiones} / \text{Solicitudes de licitación} \times 100$



Muestra el número de clics para la dimensión del informe seleccionada.



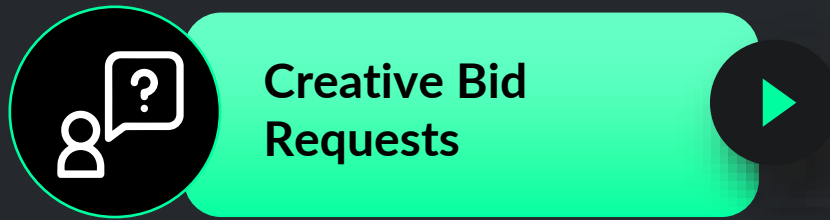
Muestra el coste de las unidades entregadas (impresiones) para la dimensión seleccionada, normalmente, a nivel de campaña o de línea de pedido. Adform incluye información sobre la entrega en el cálculo.

Si el objetivo de línea de pedido se establece en ilimitado, el costo es 0. Si establece el objetivo de la línea de pedido para alcanzar una cierta cantidad de impresiones o ingresos, Adform calcula el costo de acuerdo con el algoritmo de precio fijo. Por ejemplo: Precio CPM = 7 e Impresiones entregadas (reales) = 20,000 Costo = Precio CPM / 1000 x Entregado = 7 / 1000 x 20,000 = 140 (EUR)



Muestra la proporción de respuestas de pujas creativas en relación con el número total de solicitudes de pujas creativas.

**Cálculo:** Respuestas de puja creativa / Solicitudes de puja creativa × 100



### Creative Bid Requests



Muestra el número de ofertas de un editor que intenta vender un elemento creativo específico en una subasta de intercambio de anuncios.



### Creative Bid Responses



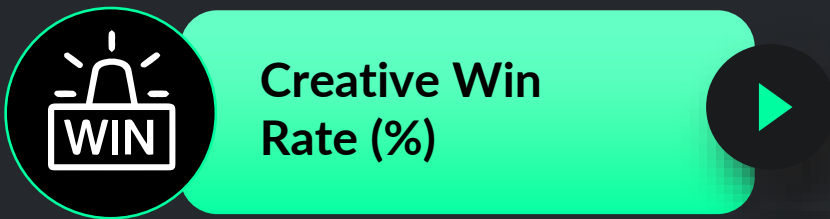
Muestra el número de respuestas de puja de la configuración creativa.



### Creative Buy Rate (%)



Muestra la proporción de impresiones (pujas ganadas) en relación con el número total de solicitudes de pujas creativas (ofertas de impresión).  
**Cálculo:**  $\text{Impresiones} / \text{Solicitudes de oferta creativa} \times 100$



### Creative Win Rate (%)



Muestra la proporción de impresiones en relación con el número total de respuestas de pujas creativas.  
**Cálculo:**  $\text{Impresiones} / \text{Respuestas de oferta creativa} \times 100$



### CTR (%)



Muestra la tasa de clics (CTR) de la dimensión seleccionada. Este es el porcentaje de usuarios que hicieron clic en un anuncio después de haber estado expuestos a él.

**Cálculo:**  $\text{Clics} / \text{Impresiones} \times 100$



### Custom Fee (Publisher)



Muestra la tarifa que Adform calcula en función del CPM fijo o de la participación en los ingresos (%) según se define en el nivel de editor. Para obtener más información, consulte Tarifas personalizadas.



### Custom Fee (Deals)



Muestra la tarifa que Adform calcula en función del CPM fijo o de la participación en los ingresos (%) según se define en el nivel de editor. Para obtener más información, consulte Tarifas personalizadas.



### Deal Bid Rate (%)



Muestra la proporción de respuestas de oferta de oferta de transacción en relación con el número total de solicitudes de oferta de transacción.  
**Cálculo:**  $\text{Respuestas de oferta de acuerdo} / \text{Solicitudes de oferta de acuerdo} \times 100$



### Deal Bid Requests



Muestra el número de ofertas de un editor al intentar vender una impresión en una subasta de intercambio de anuncios de precio fijo.



### Deal Bid Responses



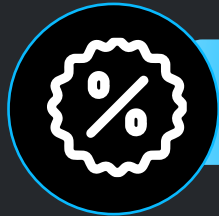
Muestra el número de respuestas de oferta de acuerdo.



### Deal Buy Rate (%)



Muestra la proporción de impresiones (pujas ganadas) en relación con el número total de solicitudes de oferta de oferta (ofertas de impresiones).  
**Cálculo:**  $\text{Impresiones} / \text{Solicitudes de oferta de acuerdo} \times 100$



### Deal Win Rate (%)



Muestra la proporción de impresiones en relación con el número total de respuestas de oferta de acuerdo.

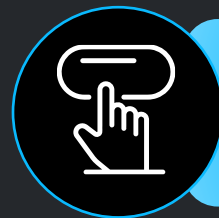
Cálculo:  $\text{Impresiones} / \text{Respuestas de oferta de acuerdo} \times 100$



### Demand Partner Bid Requests



Muestra el número de ofertas realizadas por un editor en un intento de vender una impresión en una subasta de intercambio de anuncios.



### Demand Partner Bid Responses



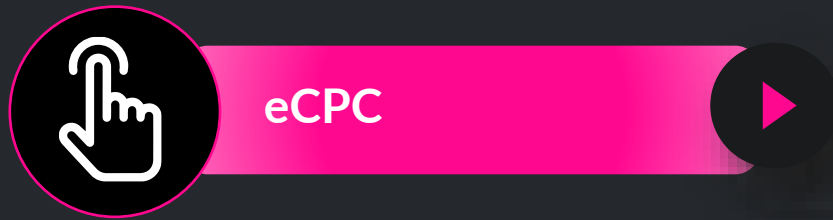
Muestra el número de respuestas de oferta de los socios de demanda.



### Delivered



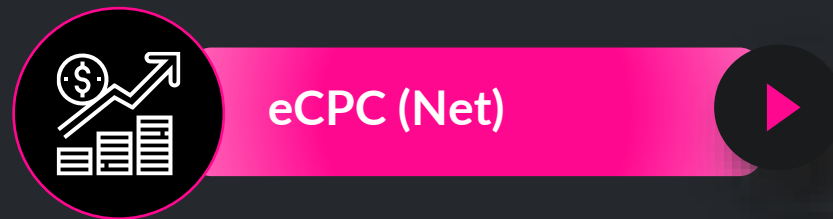
Muestra el número de unidades entregadas (impresiones).



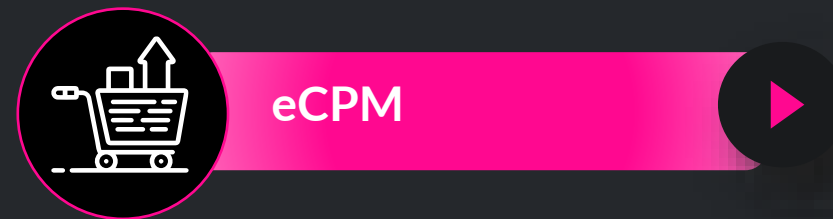
Muestra el coste por clic de la dimensión seleccionada con el coste como ingresos recibidos por impresiones vendidas.



Muestra el coste por clic para la dimensión seleccionada con el coste como ingresos brutos recibidos por impresiones vendidas.



Muestra el coste por clic para la dimensión seleccionada con el coste como los ingresos netos recibidos por las impresiones vendidas.



Muestra el coste por mil (mil) impresiones para la dimensión seleccionada con el coste como los ingresos recibidos por las impresiones vendidas.

**eCPM (Gross)**

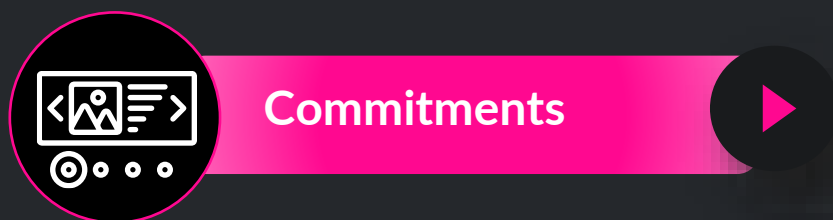
Muestra el coste por mil (mil) impresiones para la dimensión seleccionada con el coste como los ingresos brutos recibidos por las impresiones vendidas.

**eCPM (Net)**

Muestra el coste por mil (mil) impresiones para la dimensión seleccionada con el coste como el ingreso neto recibido por las impresiones vendidas.

**Engagement Rate (%)**

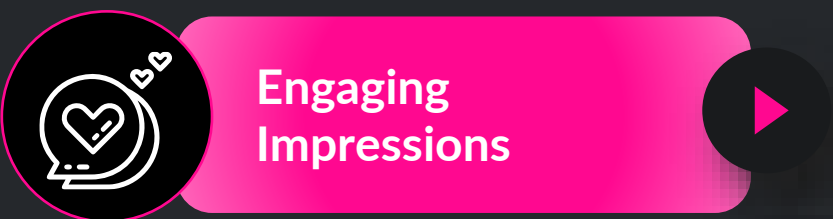
Muestra el porcentaje de impresiones durante las cuales los usuarios interactuaban con banners (se produjo al menos una interacción).  
Cálculo:  $\text{Impresiones atractivas} / \text{Impresiones} \times 100$



## Commitments

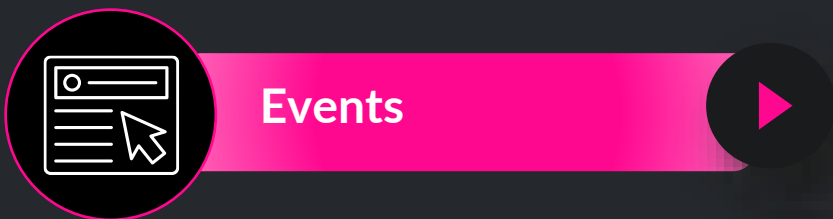
Muestra el número de interacciones del usuario con un banner. Las interacciones del usuario son eventos de banner iniciados por el usuario para tipos de banner de medios enriquecidos, vídeo e imágenes. Adform no considera los clics ni los eventos automáticos como compromisos.

Por ejemplo: los eventos de banner iniciados por el usuario podrían ser mover el puntero sobre el banner (solo si > 1 segundo), hacer clic en un botón Reproducir vídeo o hacer clic en un botón Cerrar. Los eventos de banner no iniciados por el usuario podrían mostrar un banner flotante o ver el 25% de un video configurado para reproducción automática.



## Engaging Impressions

Muestra el número de impresiones atractivas. Adform considera que una impresión es atractiva si al menos una interacción se produjo durante esta impresión.



## Events

Muestra el número de eventos de banner.



## Impressions



Muestra el número de impresiones registradas para la dimensión seleccionada. Adform determina que se produce una impresión cuando un usuario está expuesto a un anuncio.



## Impression Visibility Time



Describe cuánto tiempo se ha mostrado el anuncio de un usuario según la definición de IAB.



### Measurable Impressions



Muestra el número de impresiones para las que Adform pudo medir la visibilidad (según la definición de IAB).



### Measurable (%)



Muestra el porcentaje de impresiones medibles como porcentaje. Esta métrica muestra cuán confiables y precisas son las mediciones de banners.  
**Cálculo:**  $\text{Impresiones medibles} / \text{Impresiones totales registradas} \times 100$



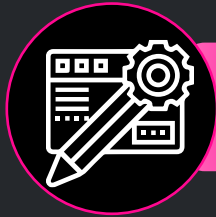
### Mouse Overs



Muestra el número de pases del mouse sobre el seguimiento de JavaScript basado en el muestreo, que es cuántas veces un puntero se mueve sobre un banner. Adform solo cuenta los mouse overs que duraron más de 1 segundo.

**Cálculo:**  $(\text{el número de pasadas del ratón} \times \text{el número total de impresiones}) / (\text{el número de impresiones visibles})$

Por ejemplo: Si hubiera 5 eventos con 1000 impresiones totales (de las cuales 7 eran visibles). Entonces:  $5 \times 1000 / 7 = 714 \rightarrow 714$  mouseovers.

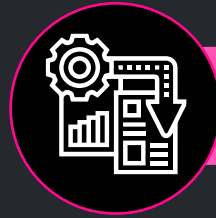


### Paid eCPM



Muestra el costo por mil (mil) de impresiones pagadas para la dimensión seleccionada.

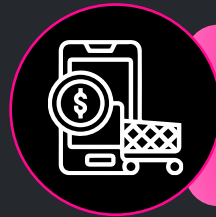
**Cálculo:**  $\text{Ingresos} / \text{Impresiones pagadas} \times 100$



### Paid Impressions



Muestra el número de impresiones pagadas para la dimensión seleccionada



### Paid Impressions (%)



Muestra la proporción de impresiones pagadas (según el tipo de compra) en el número total de impresiones (pujas ganadas).

**Cálculo:**  $\text{Impresiones pagadas} / \text{Impresiones} \times 100$



### Publisher eCPC



Muestra el coste por clic de la dimensión seleccionada, siendo el coste los ingresos que un editor recibió por las impresiones vendidas.



### Publisher eCPM



Muestra el costo por mil (mil) impresiones para la dimensión seleccionada, siendo el costo lo que recibió un editor de ingresos por las impresiones vendidas.



## Revenue



Muestra el precio que se pagó por las pujas ganadoras. Puede mostrarse como ingresos brutos, netos o del editor según la configuración de la cuenta. Para las subastas abiertas, el precio ganador es el precio de la segunda oferta más alta. Para las subastas de precio fijo, el precio ganador es el precio de la oferta establecido por el editor.



## Revenue (Gross)



El precio pagado por las ofertas ganadoras sin deducir ninguna tarifa. Para las subastas abiertas, un precio ganador es el precio de la segunda oferta más alta. Para las subastas de precio fijo, el precio ganador es el precio de la oferta establecido por el editor.



## Revenue (Net)



El precio pagado por las ofertas ganadoras menos la tarifa técnica de Adform. Para las subastas abiertas, el precio ganador es igual al precio de la segunda oferta más alta. Para las subastas de precio fijo, el precio ganador es el precio de la oferta establecido por el editor.



## Revenue (Publisher)



Ingresos netos generados por el editor excluyendo todas las tarifas aplicables del editor.



**Unique Campaign Clicks**



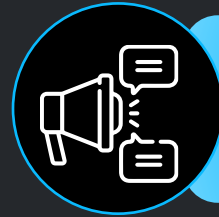
Muestra el número de clics únicos por campaña.



**Unique Campaign Impressions**



Muestra el número de impresiones únicas de la campaña.



**Unique Line Item Clicks**



Muestra el número de clics únicos por elemento de línea.



### Unique Line Item Impressions



Muestra el número de impresiones de líneas de pedido únicas.



### Unique Viewable Campaign CTR (%)



Muestra la tasa de clics visible única en el nivel de campaña para la dimensión seleccionada.

Este es un porcentaje de usuarios que hicieron clic en un anuncio después de haber estado expuestos a él durante algún tiempo cuando una gran parte del anuncio estaba en las pantallas de los usuarios.

**Cálculo:** clics únicos de la campaña / impresiones visibles  $\times 100$



### Unique Viewable Line Item CTR (%)



Muestra la tasa de clics visible única en el nivel de línea de pedido para la dimensión seleccionada.

Este es un porcentaje de usuarios que hicieron clic en un anuncio después de haber estado expuestos a él durante algún tiempo cuando una gran parte del anuncio estaba en las pantallas de los usuarios.

**Cálculo:** clics únicos en la línea de pedido / impresiones visibles  $\times 100$



Muestra el número de impresiones disponibles visibles para la dimensión seleccionada.



Muestra el porcentaje de todas las impresiones medibles que se pudieron ver según la definición de IAB.

**Cálculo:**  $\text{impresiones visibles} / \text{impresiones totales} \times 100$



Muestra la tasa de clics visible para la dimensión seleccionada.

Este es el porcentaje de usuarios que hicieron clic en un anuncio después de haber estado expuestos a él durante algún tiempo cuando una gran parte del anuncio estaba en las pantallas de los usuarios.

**Cálculo:**  $\text{clics} / \text{impresiones visibles} \times 100$



Muestra la proporción de impresiones visibles en relación con el número total de impresiones medidas. Una impresión es visible cuando al menos el 50% del área del banner es visible en la pantalla del usuario durante al menos 1 segundo.

**Cálculo:**  $\text{Impresiones visibles} / \text{Impresiones medibles} \times 100$



### Viewable Impressions for IAB Viewability



Muestra el número de impresiones medibles que realmente estaban en las pantallas de los usuarios. Una impresión es visible cuando al menos el 50% del área del banner es visible en la pantalla del usuario durante al menos 1 segundo.



### Viewable Impressions for Custom Viewability (#1)



Muestra el número de impresiones medibles que realmente se vieron en las pantallas de los usuarios. Estas impresiones se miden en función de la configuración de Visibilidad #1 y solo se aplican a las campañas PAS. Los datos están disponibles porque se habilitan niveles de visibilidad adicionales para el origen de inventario.



### Viewable Impressions for Custom Viewability (#2)



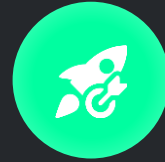
Muestra el número de impresiones medibles que realmente se vieron en las pantallas de los usuarios. Estas impresiones se miden en función de la configuración de Visibilidad #2 y solo se aplican a las campañas PAS. Los datos están disponibles porque se habilitan niveles de visibilidad adicionales para el origen de inventario.



## Weekdays



Muestra la proporción de impresiones en un número total de respuestas de oferta. Esta métrica solo está disponible con RTB.  
Cálculo:  $\text{Impresiones} / \text{Respuestas de oferta} \times 100$



# GRACIAS.

Glosario programática



Si está interesado en pautar en Prensa Libre o necesita cualquier asesoría comercial, comuníquese con su asesor de ventas directas y/o agencia de publicidad.

También puede comunicarse directamente a **Prensa Libre**.

 PBX: 2412-5000

|  [www.prensalibre.com](http://www.prensalibre.com)