



GLOSARIO DE TÉRMINOS

[I. Aspectos Generales](#)

[II. Aspectos Técnicos](#)

[III. Indicadores de Audiencia/Tráfico](#)

[IV. Indicadores Publicitarios](#)

[V. Formatos publicitarios y tecnología rich media](#)

[VI. Email marketing](#)

[VII. Asociaciones e Instituciones relacionadas con los Medios Digitales](#)

I. ASPECTOS GENERALES

Banda Ancha (Broadband): Conexión de Internet que envía una tasa de bit relativamente alta: por encima de 100 Kbps. Los módems de cable, y las líneas ADSL y RDSI ofrecen conexiones de banda ancha.

Buscador/Motor de búsqueda (Search engine): Programa que ayuda a los usuarios a encontrar información en Internet a través de la introducción de palabras clave o conceptos. Un buscador tiene: un programa (denominado *spider*) que reúne las referencias de sus contenidos para crear los índices de dicho buscador. Así este programa visita las páginas representativas de cada sitio Web (que desean aparecer en los listados de búsquedas), las lee y así crea un gran índice de lo que ha leído.

Correo Electrónico (Email) Archivos de texto que son enviados de una persona a otra a través de Internet.

Internauta (Internet User): Persona que ha utilizado al menos una vez en un periodo determinado alguna de las funciones de Internet (Web – World Wide Web, FTP, mail, chats o foros).

Navegador (Browser): Aplicación que permite interactuar con toda la información de la World Wide Web. Internet Explorer y Netscape Navigator son los navegadores más comunes actualmente.

Definición técnica: Programa de software capaz de solicitar, descargar, guardar en caché, y mostrar documentos que están disponibles en Internet. Los navegadores pueden ser de texto o gráficos. Aplicación que permite interactuar con toda la información de la World Wide Web. Internet Explorer y Netscape Navigator son los navegadores más comunes actualmente.

Página de inicio (Home page): Página designada como la entrada principal de un sitio web (o página inicial) o el punto de partida cuando un navegador se conecta a Internet. Por lo general, la página de presentación recibe al usuario y le informa del propósito del sitio web, o de la organización que lo patrocina, y seguidamente le proporciona enlaces a otras páginas dentro del sitio web.

Es la primera página que aparece cuando un usuario selecciona la parte frontal de un sitio web. La dirección que suele tener un sitio web es la de la página de inicio, aunque se puede acceder directamente a la URL de cualquier página del sitio web.

IAB Spain

Conde de Peñalver nº 52, 1ª planta D.

Madrid 28006

Teléfono 91 402.76.99 Fax: 91 402.98.24



Página (Page): Documento multimedia identificado por su URL correspondiente y compuesto por un grupo de ficheros asociados a esa URL. Dichos ficheros pueden ser entregados por uno o varios servidores, pero siempre son presentados en la misma ventana del navegador del usuario. Pueden contener archivos de texto, imágenes u otros elementos. Pueden ser estáticos o dinámicos. Puede estar compuesto por una o varias *frames* (subdivisión visual de una página), pero en este segundo caso siempre habrá un *frame* principal.

Servidor (Server): Ordenador que se encarga de la distribución de los archivos que se comparten por medio de una red de área local (LAN), una red de área ancha (WAN), o Internet. También conocido como *host*. Conjunto de hardware y software que sirve a la explotación informática de servicios online asegurando, entre otras cosas, el acceso a los datos.

Sitio Web (Site/Web site): Conjunto de URLs sobre las que un soporte ejerce una responsabilidad de contenido.

Definición técnica: Ubicación virtual o dominio de la presencia de una empresa o individuo en Internet. Conjunto de direcciones que sirven a la localización de ficheros, también llamadas URLs reunidas bajo un mismo nombre de dominio.

Televisión Interactiva (Interactive Televisión): La recepción de un contenido audiovisual, compatible con Internet a través de un decodificador u otro dispositivo que permita el visionado en una televisión estándar.

II. ASPECTOS TECNICOS

Bot: Tipo de robot o programa que opera automáticamente sin la intervención humana. En Internet, los *bots* más comunes son los *spiders* o *crawlers*, que acceden a los sitios web y reúnen referencias de su contenido para los índices de los buscadores. Hay robots comerciales y personales.

Chat: Comunicación escrita y/o audiovisual interactiva y en tiempo real entre varios usuarios del mismo servicio. Esta conversación es el resultado de un intercambio de mensajes escritos en tiempo real que requieren un espacio o contenedor de mensajes llamado *chat room* y al que se puede acceder desde cualquier lugar de Internet. Los *chats* pueden tener una duración determinada o pueden no tener límite de duración. Muchos *chats* o salas de conversación están centrados en un tema o interés concreto y en algunos de ellos hay famosos o invitados especiales que hablan con la gente que participa en el chat.

Click Stream: Registro de las páginas que un usuario ha ido visitando al entrar en uno o más sitios web. Permite ver cómo se utilizan las páginas un sitio web, cuáles están siendo más visitadas, entre otras cosas.

Cookie: Pequeño fichero que ubica el servidor del sitio visitado en el disco duro del usuario al consultar dicho sitio y permite, entre otras cosas, recoger datos sobre la navegación del usuario. Sin embargo, éste puede rehusar la instalación de *cookies* en su disco o suprimirlos una vez haya finalizado su navegación en el sitio. A su vez, existen las llamadas *cookies* permanentes y *cookies* de sesión. Las *cookies* de sesión son temporales y se borran cuando se cierra el navegador o el usuario abandona esa página, mientras que las *cookies* permanentes permanecen en el disco duro del usuario hasta que éste las borra o caducan. También hay que señalar que hay *cookies* asociadas a datos personales y *cookies* disociadas a datos personales.

Crawler: Programa de software que visita virtualmente todas las páginas de Internet con el objetivo de crear índices para los motores de búsqueda. Por lo general, los rastreadores se centran más en los archivos de texto que en los gráficos.

Dirección IP (IP Address): Dirección atribuida a cada ordenador conectado a Internet. [Un ordenador puede tener una dirección diferente en cada conexión.]. Dirección numérica que se asigna a cada ordenador en la red con el fin de que su ubicación y actividad pueda diferenciarse de la de otros ordenadores. El formato utilizado es xx.xx.xx.xx, y cada número oscila entre 0 y 255 (por ejemplo, 125.45.87.204).

Encriptación: Codificación de información digital con el fin de que sea ilegible sin el uso de claves digitales.

Fichero Log, Archivo de Registro (Log File) – Fichero que recoge todas las transacciones que han tenido lugar en un servidor. Recoge fecha y hora, URL servida, dirección IP del solicitante, URL previa del solicitante, status de la solicitud, etc.

Host: Cualquier máquina en la red que ofrece servicios de conectividad a otras máquinas. Un *host* tiene una dirección IP asociada.

Definición técnica: Ordenador principal que tiene asignada una dirección IP, la cual permite a usuarios comunicarse mediante el correo electrónico o la conexión a WWW y que también puede ofrecer servicios como almacenar información (de una página web o de un sitio web) en un servidor ajeno.



HTML (Hypertext Markup Language): Es un lenguaje que sirve para mostrar textos e imágenes de un sitio web al usuario. Así, está compuesto por un conjunto de símbolos o códigos, que se insertan en archivos. Este lenguaje le indica al navegador (*Internet Explorer* y *Netscape Navigator*) cómo mostrar las palabras e imágenes de un sitio web al usuario. HTML es un estándar recomendado por el World Wide Web Consortium (W3C) y adherido por los mayores navegadores.

Impactos (Hits): Cuando los usuarios acceden a un sitio web, sus ordenadores envían una solicitud de descarga de una página web al servidor del sitio web. El log del servidor del sitio web se encarga de registrar los elementos de una página solicitada (como los gráficos, texto, elementos interactivos) en forma de *hit*. Indicador se utiliza a efectos de medir el tráfico no la audiencia.

Definición Técnica: Cada una de las entradas que registra el *log* (registro), relativas a algún elemento hipertextual existente en dicho servidor.

ISP (Internet Service Provider): Compañía que proporciona acceso a Internet a individuos y empresas. Un ISP puede ser tanto un proveedor comercial como una red informática corporativa, un colegio, un instituto, una universidad o un gobierno. Un ISP tiene el equipo y el acceso a la línea de telecomunicación para tener puntos de presencia en Internet en el área geográfica servida.

Marcos (Frames): Son ficheros o conjuntos de imágenes que de forma conjunta componen una página. El usuario no nota si en una página hay *frames*, ni le afecta en nada. Simplemente el *frame* es una posibilidad que tiene Internet a la hora de construir las páginas.

Definición técnica: Ficheros de hipertexto independientes entre sí que componen una página y se cargan de forma automática al requerir dicha página. Cuando un usuario llama a una página web que se sirve de *frames*, la dirección solicitada es el fichero master a partir del cual se llama a los *frames* para construir la imagen final de la página.

Memoria caché (Cache Memory): Memoria temporal que se utiliza para el almacenamiento de los contenidos, archivos o páginas que se solicitan con más frecuencia, con el objetivo de poder enviarlos al usuario con una mayor rapidez. La memoria caché puede ser local (por ejemplo, en un navegador) o estar ubicado en una red. En el caso del caché local, la mayoría de los ordenadores tienen caché en la memoria (RAM) y en el disco duro. En la actualidad, los navegadores web almacenan en el ordenador del usuario prácticamente toda la información vista.

Servidor proxy: Los servidores proxy guardan el contenido utilizado más recientemente y al que los usuarios acceden más a menudo de la red para proporcionar un acceso más rápido e incrementar la seguridad del servidor. Es decir, son intermediarios entre los usuarios finales y los sitios web, como por ejemplo los ISP, los servicios comerciales online y redes corporativas. Las peticiones gestionadas por un servidor proxy no son generalmente repercutidas al sitio de origen y no se encuentran contabilizadas en la audiencia de éste, salvo proceso específico. [En el ámbito técnico, el uso de proxys permite optimizar los intercambios y disminuir el tráfico en la banda].

Servidor Publicitario (Ad Server): Software de gestión de una campaña publicitaria (desde la programación de los anuncios hasta el seguimiento estadístico online). Dicha gestión se efectúa de forma independiente de la de las páginas. El servidor de publicidad permite la inserción dinámica de anuncios (banners, botones u otros formatos publicitarios) en espacios previstos

IAB Spain

Conde de Peñalver nº 52, 1ª planta D.

Madrid 28006

Teléfono 91 402.76.99 Fax: 91 402.98.24



para ello en páginas web. También ofrece posibilidades de dirigirse a un público objetivo o controlar la frecuencia con la que un usuario recibe impactos.

Definición técnica: Sistema que envía el anuncio al usuario. Los *ad servers* pueden ser hospedados y gestionados por un tercero o por el propietario de los medios. Normalmente, estos servidores contabilizan e informan acerca de la publicidad enviada, además de proporcionar el contenido.

Sesión por usuario (User Session): Intervalo de tiempo, sin interrupción, entre el momento en el que el usuario inicia y finaliza su navegación por Internet con un navegador (Internet Explorer o Netscape Navigator). En una misma sesión, el usuario pueden visitar sitios web diferentes.

La definición técnica: Usuario con una dirección única que entra o regresa a un sitio web o durante un periodo de tiempo determinado. En ocasiones, las cifras de sesiones de usuario se utilizan, de forma incorrecta, como indicación de visitas o visitantes por día, aunque son un indicador más apropiado para la actividad total de un sitio ya que hacen referencia a la frecuencia de uso.

Spider: Un *spider* o araña es un programa que visita sitios web de manera automática y lee sus páginas, así como otra información, para la creación de entradas de un índice. Todos los buscadores principales de Internet cuentan con un programa de este tipo, también conocido como *crawler*, robot, *bot* o rastreador. Normalmente, las arañas y los rastreadores están programados para que visiten sitios web que o bien son nuevos o actualizados.

Streaming Media: Transferencia de contenido audio o/y video desde Internet. Tipo de envío de archivos o secuencias de audio y video que permite Internet. Este sistema se utiliza para generar marca de forma muy eficaz, especialmente entre jóvenes.

URL: (Uniform Resource Locator) Dirección única e identificativa de cada página en la web.

WAP (Wireless Application Protocol; Protocolo de Aplicación Inalámbrica): Especificación para un conjunto de protocolos de comunicación que estandariza la manera en que los aparatos inalámbricos, por ejemplo teléfonos móviles, PDAs y otros, pueden utilizarse para el acceso de base Internet

UMTS (Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles): Transmisión de datos (texto, voz digitalizada, video, o combinación multimedia de éstos), mediante una velocidad superior a 2 megabits por segundo, es decir mediante un ancho de banda amplio, que ofrece una serie de servicios a los usuarios de ordenadores y teléfonos móviles independientemente de su ubicación en el mundo.



III. INDICADORES DE AUDIENCIA / TRAFICO

Duración de una visita (Time per visit): Suma de la duración de la consulta de cada una de las páginas que constituyen la visita.

Origen geográfico de las visitas (Origin of visits): No es siempre posible determinarlo. Habitualmente se utiliza, cuando se dispone de ella, la dirección IP del usuario o procesos complementarios (base de datos, idioma del navegador). [Las direcciones electrónicas terminadas por ".com" no corresponden a un origen geográfico determinado].

Página (Page): Documento multimedia identificado por su URL correspondiente y compuesto por un grupo de ficheros asociados a esa URL. Dichos ficheros pueden ser entregados por uno o varios servidores, pero siempre son presentados en la misma ventana del navegador del usuario. Pueden contener archivos de texto, imágenes u otros elementos. Pueden ser estáticos o dinámicos. Puede estar compuesto por una o varias *frames* (subdivisión visual de una página), pero en este segundo caso siempre habrá un *frame* principal.

Petición de página: (Page Request): Aparición de una página web en el ordenador del usuario como consecuencia de haber interactuado desde un sitio web. Acción de un internauta que llama a una página en su ordenador.

Página vista/Impression (Page View/Page Impression): Número de veces que una página es totalmente descargada en la máquina de un usuario. Se pueden medir las páginas vistas por el usuario a través de los paneles de internautas, que controlan que esa página haya sido descargada realmente por el navegador y mediante la validación de los ficheros *log*.

Usuario válido (Valid user): En la medición del tráfico y de audiencias, los auditores eliminan el tráfico de ciertos tipos de usuarios de los *logs* o archivos de registro de un sitio web. Así, la industria ha decidido que ciertos tipos de tráfico no son válidos, por ejemplo las páginas vistas que se generan por motores de búsqueda y/o por el mismo personal de un sitio web. Estas definiciones cambian a lo largo del tiempo, al igual que los motores de búsqueda, ya que éstos se definen por sus direcciones IP.

Visita (Visit): Una visita se determina cuando un único usuario entra una vez o más en un sitio web durante un periodo específico de tiempo. Conjunto de páginas vistas en un mismo sitio durante una misma sesión. Una visita termina cuando hay una inactividad por parte del usuario de, treinta o más minutos entre páginas visitadas sucesivamente por ese usuario. El número de visitas no debe ser asimilado al número de visitantes.

Visitante/Usuario/Audiencia Única (Unique Visitor): Número de usuarios diferentes (únicos) que acceden a un mismo sitio web en un periodo determinado. Los visitantes únicos se obtienen una vez hecha la eliminación de duplicidades en el número de visitas. El número de usuarios únicos es un indicador a través del cual se mide la audiencia. La identificación de usuarios únicos puede hacerse mediante cookies, registro de usuarios o a través de los paneles de internautas.



IV. INDICADORES PUBLICITARIOS

Audiencia publicitaria (Ad audience): Número de usuarios únicos expuestos a un anuncio durante determinado periodo de tiempo.

Audiencia Duplicada: La suma de gente que ha visitado todos los sitios web seleccionados en el marco temporal definido.

Clics (Clicks): Métrica de la reacción de un usuario frente a un anuncio en Internet. Existen tres tipos de clics: *click-throughs*; *in-unit clicks* y *mouseovers*. Es el resultado de una interacción susceptible de ser medida con un anuncio o palabra clave que enlaza con el sitio web del anunciante u otra página o *frame* (marco) dentro del sitio web.

Click-through: Número de clics eficaces constatados, es decir, clics que hayan llevado a la descarga completa de la página de destino. A veces es utilizado erróneamente en lugar de clic. Acción sobre un hipervínculo dentro de un anuncio o contenido editorial que lleva a otro sitio web o a otra página o marco dentro del sitio.

Frecuencia (Frequency): Número de veces que un anuncio se envía al mismo navegador en una sola sesión o periodo de tiempo. Un sitio puede utilizar cookies para controlar la frecuencia publicitaria.

Impresión Publicitaria (Ad impressions): Término bajo el cual la publicidad online se vende y su coste se estima por miles de impresiones (CPM). Una impresión publicitaria es un anuncio enviado al navegador de un usuario, es decir una pieza publicitaria totalmente descargada en el ordenador del usuario. Los navegadores de los usuarios pueden solicitar el envío de anuncios electrónicos o pueden recibirlos como ocurre con los anuncios que se envían por correo electrónico.

Debido a que una sola página web puede contener varios anuncios (dependiendo de su diseño), un sitio web normalmente registra más impresiones publicitarias por unidad de tiempo que por páginas vistas.

Página de chat (Chat impression): Fichero o combinación de ficheros enviados a un usuario válido durante una sesión de chat, es decir, impresión de una página generada por una URL de chat. Las URLs de chats muestran una o más entradas de usuarios simultáneos, visibles a cada uno de ellos, actualizadas frecuentemente para permitir una conversación basada en texto y a veces en voz.

Petición de anuncio (Ad request): Solicitud de un anuncio como resultado directo de la acción de un usuario y registrada por el *ad server*. La petición de anuncios puede proceder directamente del navegador del usuario o de un recurso intermedio de Internet, por ejemplo un servidor de contenido de la web. Petición inicial de un anuncio desde el navegador y medido por el servidor que redirige el navegador a una ubicación específica del anuncio (excluyendo la actividad no cualificada y los usuarios internos).

Rotación Publicitaria: Los anuncios suelen rotar entre los espacios publicitarios definidos. Normalmente la rotación se realiza por el software del propio sitio web o bien por un servidor de publicidad de una red publicitaria, o por un sistema central de administración del sitio web que un gestor publicitario realiza.



V. Formatos publicitarios y tecnología rich media

Banner: Formato publicitario estándar en el que el anuncio de imagen gráfica se sitúa en un margen u otro espacio reservado para contenidos publicitarios. El IAB aprobó las medidas estándar de este formato publicitario en 468 por 60 píxeles.

Botón: Es un anuncio en forma de imagen gráfica que generalmente se sitúa en un margen u otro espacio reservado para anuncios, puede hacerse clics sobre ellos y sirve para dirigir a un usuario a un lugar (por ejemplo al sitio web de una compañía) o ejecutar un programa. Los botones son generalmente imágenes GIF y su tamaño suele ser inferior a 220 píxeles de ancho y 180 píxeles de alto.

Flash™: Formato de archivo de gráficos de base vectorial de Macromedia que se utiliza para mostrar animaciones interactivas en una página web. Esta forma de tecnología de *rich media* se encuentra disponible por medio de programas específicos o *plug-in*.

Interstitials: Formato publicitario que aparece entre dos páginas de contenido. También conocidos como publicidad de tránsito. Los interstitials resultan tremendamente eficaces para llamar la atención del usuario justo antes de acceder al sitio web. Se sirven de la ventana completa del navegador para presentar su mensaje y deberían remitir al usuario al destino que desea en unos segundos.

Java®: Lenguaje de programación diseñado para Internet. Este lenguaje ofrece características avanzadas, como el aumento de detalle en la animación y actualizaciones en tiempo real. Las pequeñas aplicaciones llamadas Java applets pueden descargarse desde un servidor y ejecutarse por navegadores que sean compatibles con el lenguaje Java, como Microsoft *Internet Explorer* y *Netscape Navigator*.

Layer: Formato publicitario que se superpone al contenido de la página y que se mueve por la pantalla.

Plug-in: Programa de fácil instalación cuyo objetivo es ampliar las posibilidades de visualización de una página web. Son muy utilizados en los navegadores para ampliar sus funcionalidades.

Pop-under ad (Anuncio en página emergente): Formato publicitario o anuncio que aparece en una ventana aparte debajo de una ventana abierta. Los anuncios en ventanas emergentes permanecen ocultos hasta que la ventana anterior o previa se cierra, se mueve, varía de tamaño, o se minimiza.

Pop-up (Ventana emergente): Las ventanas emergentes pueden resultar extremadamente eficaces para llamar la atención del usuario cuando carga una página. Se muestran en una ventana independiente y puede contener gráficos, lenguaje HTML, animaciones, audio, o una combinación de dichos tipos de archivos.

Rich Media: Forma de comunicación interactiva que incorpora animación, sonido, video y/o interactividad. Puede ser utilizado por sí mismo o en combinación con las siguientes tecnologías: streaming media, sonido, flash y lenguajes de programación como Java, Javascript y DHMTL. Se visiona en la web así como a través de emails, banners, botones, interstitials, etc. Hoy, es frecuentemente usado para contenidos publicitarios a través de banners con animación, sonido, respuesta directa o menús de pop up que llevan al visitante a una página concreta.



**Interactive
Advertising
Bureau**

**COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN
Y MEDICIÓN DE AUDIENCIAS**

Skyscraper (Rascacielos): Formato publicitario de dimensiones vertical. Las pautas del IAB recomiendan tres tamaños de skyscrapers: 120x600, 125x600 y 160x600.

Superstitials®: Formato de interstitial, es decir de formato publicitario interactivo desarrollado por Unicast y guardado en caché en su totalidad antes de ejecutarse. Sus especificaciones son de 550x480 píxeles (2/3 de pantalla), hasta un tamaño de archivo de 100K y un máximo de 20 segundos de duración.



VI. Email marketing

Doble Opt-in (double opt-in): Sistema de registro por el que el usuario acepta y confirma su consentimiento de forma expresa e inequívoco, aunque siempre revocable, de recibir comunicaciones a través de su dirección de correo electrónico..

Email marketing: Campaña publicitaria directamente a través de correo electrónico. Uso del correo electrónico para realizar acciones de marketing.

Lista de Distribución o lista de Correo (Mailing List): Lista de usuarios que reciben mensajes de correo electrónico sobre un tema específico con cierta regularidad y por voluntad propia.

Opt-in (Autorización): Se da cuando un usuario da permiso a una empresa para que utilice su dirección de correo electrónico para con el fin de recibir información comercial a con el fin de recibir información o comunicaciones comerciales sobre productos y servicios varios.

Opt-in notificado (Notified Opt-in): Sistema de registro por el que el usuario recibe una notificación en la que se comunica que se ha insertado su dirección de correo electrónico en una lista, indicando: el origen de la petición de suscripción, las instrucciones de cómo darse de baja o bien informando sobre la existencia de error en la petición de suscripción.

Opt-out: Ocurre cuando una empresa anuncia a un usuario, por medio de un correo electrónico sus intenciones de comercializar sus productos y servicios o cuando se le envía al usuario comunicaciones comerciales, y en estos mensajes ofrece a éste la posibilidad de darse de baja de la lista de correo. Es decir, es un sistema de registro de usuario en el que éste recibe notificación de su inserción en una lista con indicación de: origen de la petición de suscripción, instrucciones de cómo darse de baja o informar sobre la existencia de error en la petición de suscripción.

Permission marketing: Ocurre cuando un usuario o consumidor autoriza a una empresa para que le envíe comunicaciones comerciales sobre productos y/o servicios que le son de interés.



**Interactive
Advertising
Bureau**

**COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN
Y MEDICIÓN DE AUDIENCIAS**

VII. Asociaciones e Instituciones relacionadas con los Medios Digitales

ACM: Asociación de Centrales de Medios

AEA: Asociación Española de Anunciantes

AEAP: Asociación Española de Agencias de Publicidad

AECE: Asociación Española de Comercio Electrónico

AGEMDI: Asociación de Agencias de Marketing Directo e Interactivo

AI: Asociación de Internautas

AIMC: Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación

AMPE: Asociación de Medios Publicitarios de España

ASIMELEC: Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones

AUI: Asociación de Usuarios de Internet

AUTOCONTROL: Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

CMT: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

FECMD: Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo

IAB: Interactive Advertising Bureau

MCYT: Ministerio de Ciencia y Tecnología

IAB Spain

Conde de Peñalver nº 52, 1ª planta D.

Madrid 28006

Teléfono 91 402.76.99 Fax: 91 402.98.24