



GLOSARIO

MOBILE ADVERTISING

1G

Primera generación de tecnología de telefonía inalámbrica. Fue el estándar de telecomunicación introducido en la década del 80 y continuó hasta ser reemplazado por la tecnología 2G.

2G

Segunda generación de la tecnología de comunicación inalámbrica. Introdujo tres beneficios principales respecto al 1G: las conversaciones son encriptadas digitalmente; los sistemas 2G son significativamente más eficientes en el espectro permitiendo una mayor penetración de teléfonos móviles; y se introdujeron los servicios de data móvil, comenzando por el SMS.

2.5G (GPRS)

Evolución del sistema 2G, permite tasas de transferencia superiores alcanzando una velocidad teórica de 0.02 Mb/s de bajada y 0.01 Mb/s de subida.

2.75G (EDGE)

Evolución de la red GPRS, mejora la tasa de transmisión llegando a velocidades teóricas de 0.15 Mb/s para bajada y subida.

3G

Tercera generación del servicio inalámbrico, permite acceso continuo a datos y mayor capacidad de voz, así como tasas de transferencia superiores.

AD REQUEST

Petición hecha a un ad server para mostrar un creativo. Una petición no siempre devuelve un creativo por múltiples motivos, incluida la latencia de la red móvil.

AD SPACE

Área en una aplicación o mobile web dedicada a mostrar mensajes publicitarios.

AD UNIT

Vehículo publicitario definido que puede aparecer en un ad space dentro de una aplicación o sitio web.

AGENCY TRADING DESKS (ATDS)

Plataforma para compra de medios propietaria y operada por una agencia.

AGGREGATOR

Organización que actúa como intermediario entre aplicaciones y proveedores de contenido, y los operadores móviles. Poseen la tecnología para el envío de mensajes, administración de campañas y facturación.

ALGORITMO

Procedimiento paso a paso para cálculos, son utilizados para procesamiento de datos y automatización. Permiten el funcionamiento de los espacios RTB y DSP.

ANALYTICS

Tecnología que permite el descubrimiento y comunicación de patrones de datos relevantes. Generalmente operan mediante tags o SDK, proveen datos sobre usos, clics, impresiones, entre otras métricas.

ANCHO DE BANDA

Medición de la tasa de transferencia de datos expresada en bits por segundo o múltiplos de éste (bits/s, kbit/s, Mbit/s, Gbit/s, etc.)

ANDROID

Sistema operativo basado en el kernel de Linux, diseñado principalmente para dispositivos móviles con pantalla táctil, como teléfonos inteligentes o tabletas, y también para relojes inteligentes, televisores y automóviles, inicialmente desarrollado por Android Inc., empresa que Google respaldó económicamente y más tarde compró en 2005.

ANI

Del inglés *Automatic Number Identification*, o identificación de número automática, es una característica de las redes de telecomunicación que permiten obtener el número telefónico para propósitos de facturación.

API

Acrónimo para *Application Programming Interface*, interfaz de programación de aplicaciones; especifica cómo los componentes de un software deben interactuar entre sí. Los API suelen estar incluidos en los SDKs.

APP

Abreviatura de *application*. Comúnmente utilizada para diferenciar una aplicación móvil de las de escritorio o las basadas en la web.

APP STORE

Es la plataforma de distribución digital de aplicaciones en iOS, desarrollada y mantenida por Apple Inc. El servicio permite al usuario buscar y descargar aplicaciones que fueron desarrolladas mediante iOS SDK.

ARPU

Average revenue per user o ingreso promedio por usuario. Se calcula dividiendo el total de los ingresos por el total de usuarios activos. Es una métrica comúnmente usada por los operadores de telecomunicación.

BANNER

Unidad de anuncios que emplea creativos e hipervínculos. Los estándares más utilizados son los de la IAB (Interactive Advertising Bureau) y MMA.

CALL TO ACTION

Un enunciado o instrucción que explica al usuario cómo participar de una promoción o iniciativa.

CARRIER

Compañía que provee servicios de telecomunicación inalámbrica.

CLICK TO CALL

Servicio dentro de un anuncio que permite al usuario iniciar una llamada mediante un clic. Típicamente es utilizado para mejorar o proveer un mecanismo de respuesta directa a una publicidad.

CONVERSIÓN

Evento posterior al clic definido por el anunciante. Generalmente representa alguna acción dentro del embudo de ventas como una instalación, compra, registro, o agregar un producto al carrito de compras. Las conversiones pueden ser definidas mediante píxeles de conversión, en el caso de web; o install trackers, en el caso de apps.

CONVERSION TRACKING

Seguimiento de las conversiones de un consumidor. En el caso de web se utilizan píxeles de conversión mientras que dentro de apps es necesario el uso de install trackers.

CPA

Cost per acquisition o costo por adquisición, modelo publicitario donde el cliente paga por alguna acción específica relacionada con el anuncio, típicamente un registro.

CPC

Cost per click, costo por clic, modelo donde se le cobra al cliente cada vez que su anuncio es clicado.

CPCV

Cost per completed view, modelo publicitario donde el cliente paga cada vez que un video es reproducido en su totalidad o cercana a ella, generalmente entre un 75% y un 100%

CPI

Cost per install o costo por instalación, modelo en el cual el anunciante paga por cada instalación de una aplicación.

CPM

Cost per mille, costo por mil, modelo basado en el número de veces que un anuncio es mostrado en cierto inventario.

CR

Conversion rate o ratio de conversión, métrica porcentual basada en el número de conversiones en base al número de clics o impresiones.

CTR

Click through rate, o ratio de clico, métrica utilizada para medir la efectividad de una campaña publicitaria. Expresa el número de clics obtenidos en base al número de impresiones.

DMP

Data Management Platform, o Plataforma de Manejo de Data, es una herramienta que permite la recolección, manejo y ordenamiento de datos de audiencia y segmentos.

DSP

Demand Side Platform, software que permite la compra de inventario de forma automatizada, generalmente mediante una subasta en tiempo real (RTB).

DYNAMIC OPTIMIZATION

Optimización dinámica, algoritmo que permite a un software modificar su comportamiento de compra basado en datos empíricos.

eCPM

Effective cost per mille, también expresado como RPM (*Revenue per mille*), fórmula que permite obtener el costo de cada mil impresiones. Permite unificar y comparar costos cuando los métodos de compra (CPM, CPC, CPA) no son los mismos. El eCPM se calcula dividiendo el costo sobre el número de impresiones multiplicado por 1.000.

EXCHANGE

Mercado digital que permite la compra y venta de inventario a anunciantes y publishers, generalmente mediante un proceso de subasta en tiempo real.

EXPANDABLE

Formato de rich media el cual se expande cuando el usuario cliquea en el anuncio.

FEATUREPHONE

Clase de teléfonos móviles generalmente aplicada a los modelos más básicos y con capacidades más limitadas, en

contraposición a los smartphones. Típicamente proveen capacidades multimedia e internet básicas, y el acceso a software de terceros es más restringido.

FILL RATE

Porcentaje de ad requests que son llenadas con un anuncio.

FINGERPRINTING

Recolección de parámetros específicos a un usuario móvil como horario, IP, dirección MAC con el fin de seguir su actividad. Es utilizado por los install trackers para asociar un clic a una instalación.

FLIGHT

Subcategoría de una campaña. Cada flight tiene características únicas como presupuesto, precio, target y fechas. Una campaña puede contener múltiples flights.

FREEMIUM

Estrategia de precios donde un producto o servicio es provisto de manera gratuita y funciones extra son desbloqueadas a cambio de dinero. Fue muy popularizada en el ámbito de las apps donde nuevas funciones o vidas, en el caso de los juegos, son adquiridas mediante micropagos.

FREQUENCY CAPPING

Práctica de limitar el número de exposiciones que tiene un usuario a un creativo determinado.

GEO-FENCING

Tecnología que permite impactar usuarios dentro de un radio geográfico determinado mediante los datos de longitud y latitud.

GOOGLE PLAY

(Anteriormente Android Market) Es una plataforma de distribución digital de contenido para los dispositivos con sistema operativo Android, desarrollada y operada por Google. Permite a los usuarios navegar y descargar aplicaciones, música, libros, revistas y películas.

HSPA

High Speed Packet Access, o acceso a paquete de datos de alta velocidad, es un protocolo de telefonía móvil que soporta picos de transmisión de hasta 14 Mbit/s para bajada y 5.76 Mbit/s de subida.

HTML 5

Quinta versión del lenguaje básico de la *World Wide Web*, incluyendo web mobile. Ofrece mejoras respecto al manejo y utilización de elementos multimedia sin depender de plug-ins externos.

IDFA

Identifier for Advertisers, o identificador para anunciantes, es un método de identificación utilizado en dispositivos con iOS 6 o superior para capturar data de un usuario y mejorar el targeting. Reemplaza al uso del UDID en publicidad.

IMPRESIÓN

Cada instancia en que un usuario es expuesto a un anuncio, ya sea en una app, mobile web, SMS, etc.

INSTALACIÓN

Una aplicación se considera instalada luego de la descarga y posterior apertura.

INSTALACIÓN NO ORGÁNICA

Instalación generada a partir del clic en un anuncio publicitario

INSTALACIÓN ORGÁNICA

Instalación que no proviene directamente de un anuncio publicitario.

INSTALL TRACKER

Herramienta utilizada para el seguimiento de instalaciones en una aplicación, tanto orgánicas como no orgánicas, utilizando métodos de fingerprinting para asociar un clic con una instalación. También permiten definir y medir eventos post instalación como compras y registros. Su utilización requiere la implementación de un SDK dentro del código de la app.

INTERSTITIAL

Unidad publicitaria que muestra un anuncio entre dos pantallas de una aplicación o dos páginas en un sitio web.

INVENTARIO

Espacio publicitario disponible en todos los canales, incluyendo video, aplicaciones, SMS, audio o web.

IOS

Sistema operativo móvil de la empresa Apple Inc. Originalmente desarrollado para iPhone (iPhone OS), siendo después usado en dispositivos como iPod Touch, iPad y Apple TV.

IP ADDRESS

O dirección IP, etiqueta numérica que identifica, de manera lógica y jerárquica, a una interfaz de un dispositivo dentro de una red que utilice el protocolo IP (internet protocol, protocolo de internet)

JAVA

Lenguaje de programación desarrollado por Sun Microsystems. Los programas desarrollados en Java no dependen de un sistema operativo, sino de Java Virtual Machine (JVM) que es instalada dentro del dispositivo en el que corren.

LANDING PAGE

Página web a la que una persona llega tras pulsar en algún banner o anuncio de texto. En la mayoría de los casos esta página web es una extensión del anuncio.

LATENCIA

Rango de tiempo entre la acción de un usuario (como un clic) y la respuesta de la aplicación para realizar la tarea. Generalmente es aplicada para referirse al tiempo entre la carga de un sitio y el de los anuncios.

LTE

Long Term Evolution, comúnmente referido como 4G LTE, es el estándar de transmisión de datos de alta velocidad en telecomunicaciones. LTE puede entregar velocidades de descarga de hasta 299.6 Mbit/s y de subida de hasta 75.4 Mbit/s.

MAC ADDRESS

O dirección MAC. Del inglés media access control, control de acceso al medio. Es un identificador que corresponde de forma única a una tarjeta o dispositivo de red. Se conoce también como dirección física, y es única para cada dispositivo.

MEDIATION

Plataforma que permite a publishers revender estratégicamente el tráfico remanente a múltiples ad networks.

MMA

Mobile Marketing Association, asociación global sin fines de lucro compuesta por más de 800 empresas en cincuenta países, con presencia en Europa, Asia, Latinoamérica y EE.UU.

Sus miembros provienen de todas las áreas del ecosistema de marketing móvil, incluyendo anunciantes, agencias, plataformas tecnológicas móviles, compañías de medios, operadores y otros. Tiene como objetivo promover el crecimiento del Mobile Marketing, vencer los obstáculos para el desarrollo del mercado, establecer directrices y mejores prácticas para medios mobile, y educar al mercado para la utilización de los canales móviles.

MMS

Multimedia Messaging Service, o servicio de mensajería multimedia, es un mensaje de texto con contenido multimedia, que puede incluir video, imágenes, audio y ringtones.

MRAID

Mobile Rich Media Ad Interface Definitions, especificaciones establecidas por la IAB (Interactive Advertising Bureau). MRAID es una serie de órdenes estandarizadas y designadas para trabajar con HTML5 y JavaScript que permiten la creación de anuncios Rich Media. Esta estandarización permite que el mismo creativo sea mostrado de la misma manera en diferentes publishers.

NATIVE AD

Anuncios que se integran en la experiencia del usuario en portales web o aplicaciones. En lugar de interrumpir la navegación, tratan

de aportar valor y conectar con el usuario adaptándose al diseño y estilo de la app en que se encuentran.

NFC

Near Field Communication, tecnología de comunicación inalámbrica, de corto alcance y alta frecuencia que permite el intercambio de datos entre dispositivos. Los usos incluyen pagos virtuales, instalación simplificada de aplicaciones, etc.

OPT-IN

Proceso en el cual un usuario da consentimiento explícito de recibir determinada suscripción.

OPT-OUT

Proceso mediante el cual un usuario remueve su suscripción de determinado contenido. Muchas veces involucra el envío de un SMS con determinada frase, como "stop" o "baja".

PÍXEL DE CONVERSIÓN

Imagen transparente de 1x1 que es pegada dentro del código de una página para medir conversiones.

POST ROLL

Transmisión de un anuncio luego de un video. Generalmente de 10 a 15 segundos de duración.

PRE ROLL

Transmisión de un anuncio previo a un video.

PROGRAMMATIC MEDIA BUYING

Compra de medios programática, proceso donde se utilizan sistemas en tiempo real, reglas y algoritmos para la subasta, compra y optimización de medios a través de múltiples canales.

PUBLISHER

Individuo u organización que prepara, publica o divulga contenido para su distribución pública o venta a través de uno o más medios. Son propietarios del inventario publicitario el cual monetizan a través de terceros y/o su propia fuerza de venta.

QR CODE

Quick Response Code, código de barras estático utilizado en publicidad. Generalmente es leído mediante una aplicación en un smartphone que convierte el código en una URL, evitando la necesidad de ingresarla manualmente. Son un método efectivo para que un usuario móvil baje una aplicación, visite un sitio, guarde contenido, etc.

REACH

Número de usuarios únicos expuestos a una campaña determinada.

REDIRECT

Proceso por el cual se envía a un usuario a una URL diferente de la que ha clicado.

REFERRER

Inicialmente un error ortográfico del término referrer, recurso que permite obtener la dirección de la página web desde la cual un usuario ha llegado a determinado sitio.

REMNANT INVENTORY

Inventario de un publisher que no ha podido vender mediante su fuerza de venta.

RETARGETING

Tecnología publicitaria que permite volver a impactar a un usuario que ha visto o interactuado con un anuncio.

RICH MEDIA

Amplio rango de anuncios interactivos, incluyendo expandables o audio y video embebido.

REAL-TIME BIDDING (RTB) PROJECT

En español, proyecto de subasta en tiempo real; y antiguamente conocido como OpenRTB Consortium, es un proyecto iniciado en noviembre de 2010 por la IAB (Interactive Advertising Bureau). Su misión es fomentar el crecimiento del mercado RTB (Real-Time Bidding) proveyendo estándares abiertos para la comunicación entre compradores y vendedores de inventario.

S2S

Server-to-server, o *servidor a servidor*, intercambio de datos directamente entre servidores. Este método es empleado cuando un cliente ya posee un método para medir conversiones y desea informarlas al servidor de un tercero.

SDK

Software Development Kit, kit de desarrollo de software, conjunto de herramientas de desarrollo que permite al programador crear aplicaciones para un sistema concreto. En la publicidad móvil los SDK permiten a las aplicaciones comunicarse con ad servers, para mostrar anuncios; o install trackers, para el seguimiento de sus instalaciones.

SMARTPHONE

Dispositivo de telefonía móvil con capacidades comunes a las de una computadora. Los smartphones, o teléfonos inteligentes, permiten el almacenamiento de información, uso de e-mail, instalación de aplicaciones, navegación web, etc.

SPIDER

También conocido como *bot*, *robot* o *crawler*, son programas utilizados por los motores de búsqueda para descubrir, descargar e indexar el contenido web.

SSP

Supply Side Platform, plataforma que permite a publishers el manejo y venta del inventario a través de una interfaz única.

STREAMING VIDEO

Transmisión de video que permite su reproducción cuando los primeros bits de él son recibidos y evitar así el almacenamiento en el dispositivo. Esto permite incluir anuncios al comienzo, mitad o final del video; como también obtener estadísticas del porcentaje de reproducción.

SYMBIAN

Sistema operativo propiedad de Nokia desarrollado para operar en terminales móviles.

TARGETING

Habilidad de agrupar inventario por demografía, contexto o comportamiento para alcanzar un grupo de usuarios determinado.

TARGETING CONTEXTUAL

Práctica de escanear el texto de un sitio web en búsqueda de palabras clave para entregar así anuncios relevantes al contenido.

TARGETING DE AUDIENCIA

Práctica de utilizar data para impactar una audiencia determinada, ya sea por demografía, estilo de vida o intención.

UDID

Unique Device Identifier, o identificador único de dispositivo, es un identificador a nivel hardware que era utilizado por compañías de publicidad para capturar datos del usuario. Fue reemplazado en 2012 por el IDFA.

VIDEO INTERSTITIAL

Unidad que muestra un anuncio de video entre dos pantallas de una aplicación o dos páginas en un sitio web.

WAP

Wireless Application Protocol, estándar abierto internacional para aplicaciones que utilizan las comunicaciones inalámbricas, como el acceso a servicios de Internet desde un teléfono móvil.

WIDGET

Pequeña aplicación o programa, usualmente presentado en archivos pequeños que son ejecutados por un motor de widgets o *Widget Engine*. Entre sus objetivos está dar fácil acceso a funciones frecuentemente usadas y proveer información visual.

WI-FI TARGETING

Estrategia publicitaria para impactar sólo a los usuarios que se encuentren conectados a una red Wi-Fi, es comúnmente aplicada en casos que se requiera un gran ancho de banda como la reproducción de videos.

WINDOWS PHONE

Sistema operativo móvil desarrollado por Microsoft como sucesor de Windows Mobile. A diferencia de su predecesor está enfocado en el mercado de consumo en lugar del mercado empresarial. Compite directamente contra Android de Google y iOS de Apple.

WINDOWS PHONE STORE

Antiguamente Windows Phone Marketplace. Plataforma de Microsoft para la distribución de aplicaciones y juegos en los dispositivos con Windows Phone.

SOBRE LA MMA

La Mobile Marketing Association (MMA) es la principal asociación global sin fines de lucro compuesta por más de 800 empresas en cincuenta países alrededor del mundo. Sus empresas miembros provienen de todas las áreas del ecosistema de marketing móvil, incluyendo anunciantes, agencias, compañías de medios, operadores móviles y plataformas tecnológicas móviles. Sus objetivos son acelerar la transformación e innovación del mobile marketing, impulsar el crecimiento del negocio con fuerte participación de los consumidores, guiar y proteger la industria estableciendo estándares, buenas prácticas y brindando mediciones confiables.

COLABORADORES

Gabriel Sanchez Catena

Chair Argentina - MMA

Co-founder & CEO - Sparkflow - www.sparkflow.net



Soledad Moll

General Manager Argentina - MMA - www.mmaglobal.com

Juan Carlos Göldy

Líder Programa Educación en Argentina - MMA

Co-founder & CEO - Logan Mobile Media - www.loganmedia.mobi



Guido Michanie

Líder Programa Estandarización en Argentina - MMA

CEO - Positive Mobile Latinoamérica - www.pmlatam.com



Gabriel Oyarzabal

Líder Programa Apps en Argentina - MMA

Co-fundador de Jampp - www.jampp.com



Eugenio Villareal

Líder Programa Start-Up en Argentina - MMA

Country Manager Naranya - www.naranya.com

