Glosario

Acrónimo	Término	Definición
	Activo	Cuenta, herramienta, contenido u origen de datos que posee un negocio y que usa para promocionar, anunciar o medir su rendimiento comercial en las tecnologías de Meta.
CRM	**Administración de relaciones con los clientes**	Una herramienta de software que permite a los negocios administrar la información de contacto y las interacciones a lo largo del ciclo de vida del cliente.
	Administrador (administrador comercial de Meta)	En el administrador comercial, el administrador es la persona que tiene acceso para operar o controlar todos los componentes de tu administrador comercial. Por ejemplo, puede modificar o eliminar cuentas y agregar o eliminar personas.
	Administrador comercial de Meta	Una herramienta que permite que varias personas administren páginas, cuentas publicitarias y apps, y accedan a ellas con sus credenciales de inicio de sesión personales de Facebook, sin mezclar su perfil personal con los activos comerciales.
	Administrador comercial de Meta	Una herramienta que permite que varias personas administren páginas, cuentas publicitarias y apps, y accedan a ellas con sus credenciales de inicio de sesión personales de Facebook, sin mezclar su perfil personal con los activos comerciales.
	Administrador de anuncios de Meta	Una interfaz donde puedes ver todos tus anuncios, conjuntos de anuncios y campañas, hacer cambios en ellos y acceder a informes de rendimiento.
	Administrador de eventos de Meta	Accesible desde el administrador de anuncios, una herramienta que puedes usar para configurar y administrar orígenes de datos a fin de administrar y optimizar tus anuncios para eventos específicos.
	Alcance y frecuencia (tipo de compra)	Un tipo de compra de anuncio que te permite llegar a una cantidad establecida de personas dentro de un público, con una frecuencia determinada y a un precio fijo.
	Analista financiero (administrador comercial)	Un tipo de perfil en el administrador comercial que permite ver detalles financieros del negocio, como transacciones, facturas, gasto de la cuenta y métodos de pago.
	Anuncio	Un contenido promocional.
	Anuncio del catálogo Advantage+	Un tipo de anuncio que muestra varios productos diferentes a un público y elige el más relevante de todos para mostrar a cada persona de ese público.

Acrónimo	Término	Definición
	Anuncios del catálogo Advantage+ para públicos amplios	Un tipo de anuncio que te ayuda a expandir tu público en lugar de dirigir anuncios a las personas que ya visitaron tu sitio web y vieron o compraron artículos en él.
	API	Una interfaz en la que componentes de software pueden comunicarse entre sí y compartir datos.
	API de conversiones	Una API con la que los desarrolladores pueden enviar datos de eventos del sitio web a Meta directamente desde un servidor, en lugar de enviar los datos a través del píxel de Meta (que usa un navegador de sitio web para enviarlos). Luego, estos datos se conectan con un identificador del píxel de Meta y pueden usarse para distintos fines relacionados con los anuncios, desde la medición hasta la optimización.
	Aprendizaje automático	Una disciplina que se vale de la ciencia, la información y código informático para predecir de forma automática ciertos resultados según patrones detectados que no están explícitamente programados.
	Artículos instantáneos	Una función que proporciona artículos interactivos con formato enriquecido que puedes crear y publicar en Facebook.
	Asistente para anuncios sobre apps	Una herramienta que brinda análisis sobre el rendimiento de los anuncios de instalación de apps para celulares. Los desarrolladores pueden probar los eventos de la app y los enlaces profundos para asegurarse de que los anuncios se muestren correctamente.
	Asistente para píxeles de Meta	Una herramienta de solución de problemas con la que puedes determinar si el píxel de Meta funciona correctamente.
	Atribución	Una solución de medición que te permite ver a qué plataforma, canal, dispositivo, anuncio o contenido se debería atribuir una conversión.
	Audience Network	Una red de editores de apps para celulares que se aprobaron para mostrar anuncios en las tecnologías de Meta.
	Aumento de conversiones	Un experimento que usa ensayos controlados aleatorios (RCT) para medir la cantidad de conversiones incrementales que ocurren como resultado de los anuncios en las tecnologías de Meta.
	Calidad del anuncio	Un valor calculado que se determina por la calidad de tu anuncio y por la relevancia de este para la persona seleccionada.

Acrónimo	Término	Definición
	Campaña	Un anuncio o conjunto de anuncios que se crean en torno a un tema o conjunto de atributos, y que una plataforma publicitaria entrega a un público determinado.
	Catálogo	Un activo comercial que se usa para almacenar y administrar el inventario que los negocios quieren anunciar o promocionar en las tecnologías de Meta.
	Clic	Una métrica que indica la cantidad de veces que se hizo clic en un activo.
	Cliente potencial	La conexión con un cliente mediante un identificador personal (como correo electrónico, teléfono, dirección) que le permite a un anunciante comunicarse con el cliente a través de publicidad o comunicaciones futuras.
	Clientes potenciales (objetivo de la campaña)	Una opción de objetivo de la campaña del administrador de anuncios que se usa si quieres conseguir clientes potenciales para tu negocio.
	Colección (formato de anuncio)	Un conjunto o una agrupación de artículos promocionales que se pueden pedir de manera sistemática.
	Combinación de medios	Los métodos y los canales que usas para cumplir tus objetivos publicitarios.
	Configuración de atribución	El período durante el cual las conversiones pueden atribuirse a un anuncio en particular.
	Conjunto de anuncios	Un grupo de anuncios que tienen el mismo presupuesto total o diario, calendario, tipo de puja, información de puja e información de segmentación.
	Conjunto de eventos offline	Una colección de archivos de datos, también conocidos como conjunto de datos, que tiene datos sobre eventos offline para un negocio. Un anunciante crea un conjunto de eventos offline en el administrador de eventos offline (en el administrador de anuncios de Meta) y, luego, puede importar los datos a dicho conjunto.
	Contenido (parámetro)	Un parámetro incluido con los eventos para medir información adicional sobre el producto o servicio con el que interactúan las personas en tu app o sitio web.
	Contenido dinámico	Un proceso en el que proporcionas varios activos de contenido para los anuncios y estos encuentran un público de forma automática.

Acrónimo	Término	Definición
	Control de puja	Un importe máximo de puja que proporcionas para determinar en qué resultados gastar el presupuesto.
	Controles para anunciantes	Un componente de la entrega de anuncios que te permite modificar componentes de datos para mejorar el rendimiento de tus anuncios.
	Conversión personalizada	Objeto de medición creado al aplicar reglas a eventos existentes y que se usa para registrar resultados de anuncios únicos.
	Conversiones offline	Te permiten medir la capacidad de tus anuncios en las tecnologías de Meta para generar conversiones offline, como compras en tus tiendas, pedidos por teléfono y reservas.
CPC	**Costo por clic**	El costo que pagas cada vez que alguien hace clic en tu anuncio.
CPI	**Costo por impresión**	El costo que pagas cada vez que alguien ve tu anuncio.
CPM	**Costo por mil impresiones**	El costo promedio que pagaste por 1.000 impresiones de tu anuncio o los ingresos promedio que recibiste por 1.000 impresiones de un anuncio en tus apps o sitios web.
	Costo por resultado	El costo que pagas cada vez que se realiza una acción gracias a tu anuncio.
	Editor financiero (administrador comercial)	Un tipo de perfil en el administrador comercial que tiene acceso para editar detalles financieros del negocio, por ejemplo, información de tarjetas de crédito del negocio, transacciones, facturas, gasto de la cuenta y métodos de pago.
	Empleado (administrador comercial)	En el administrador comercial, una persona que tiene acceso parcial a la cuenta comercial y puede trabajar solo en herramientas y activos comerciales asignados a ella.
	Enlace profundo	Una función que te permite dirigir a las personas de una app de origen a una app de destino.
	Enlace profundo diferido	Una función que le indica a tu anuncio que dirija a las personas a la tienda de apps para que instalen tu app, si elegiste el objetivo de promoción de la app. Una vez que la instalen, se las dirigirá al destino correspondiente.
	Entrega acelerada	Un método de entrega que muestra un anuncio a la mayor cantidad de personas posible en un período breve.

Acrónimo	Término	Definición
	Entrega estándar	Una opción de entrega de anuncios que te ayuda a gastar tu presupuesto de forma uniforme durante tus campañas.
	Entrega programada	Consulta la definición de “Franjas del día”.
	Estrategia de puja	En el administrador de anuncios de Meta y los informes publicitarios, una configuración que seleccionas para que se pueda determinar cómo gastar tu presupuesto según los objetivos de la campaña.
	Estudio de celda única	Un estudio con un solo grupo de prueba, en el que al grupo A se le muestra un anuncio y al grupo B no se le muestra ninguno.
	Estudio de varias celdas	Un estudio con varios grupos de prueba, en el que al grupo A se le muestra un anuncio, al grupo B se le muestra otro distinto, y al grupo C no se le muestra ninguno (también conocido como prueba ABC).
	Evento	Una acción registrada que una persona realiza en tu sitio web, tu app u offline que suele usarse para capturar y medir el rendimiento de un anuncio.
	Evento de la app	Una acción registrada que una persona realiza en tu app, que suele usarse para capturar y medir el rendimiento de un anuncio.
	Evento estándar	Una acción registrada que Meta define previamente.
	Evento offline	Una acción o actividad relacionadas con los anuncios que suceden offline y fuera de las tecnologías de Meta y no en el sitio web o la app del anunciante. Los eventos offline pueden ser visitas en el negocio, clientes potenciales, llamadas de ventas, compras en la tienda y actividad en sitios de terceros.
	Evento personalizado	Una acción registrada que indicas según una acción específica que quieres que las personas realicen en tu sitio web, tu app u offline.
	Eventos automáticos	Una función que se aplica a los orígenes de datos del píxel de Meta y el SDK de Facebook y que automáticamente tiene en cuenta los eventos en tu app o sitio web.
	Experiencia instantánea	Una página de destino intersticial que se carga instantáneamente cuando alguien toca un anuncio en Facebook o Instagram. Estos anuncios solo pueden publicarse en celulares y dispositivos móviles.

Acrónimo	Término	Definición
	Facebook Stories e Instagram Stories	Facebook Stories e Instagram Stories permiten a las personas publicar fotos y videos casuales que se unen para crear una sola unidad de contenido que está disponible durante 24 horas.
	Fase de aprendizaje	En el administrador de anuncios, un período durante el cual se recopila información para optimizar la entrega de anuncios. Este término hace referencia al aprendizaje automático, no a tu aprendizaje.
	Feed	Una secuencia de publicaciones o actualizaciones en un servicio de medios sociales.
	Formato de anuncio	El diseño de un anuncio, que determina el aspecto de este y la cantidad de imágenes o videos que tendrá.
	Franjas del día	También conocidas como entrega de anuncios programada, una opción de entrega de anuncios que te permite especificar en qué horas o días de la semana quieres que se muestren tus anuncios.
	Frecuencia de la puja	Tipo de frecuencia que modifica tu puja o decide en qué subastas participar según el presupuesto y el tiempo restantes del conjunto de anuncios.
GRP	**Gross Rating Point**	Unidad de medida del tamaño del público para anuncios en televisión, según Nielsen. Se usa para medir la exposición a uno o más programas o comerciales, sin tener en cuenta los casos en que se muestra la misma publicidad a las personas.
	Grupo de control	El grupo de personas "no expuesto" en un estudio para el que los factores de la prueba no están influenciados. Se usa como punto de referencia para medir el efecto de la prueba.
	Grupo de prueba	El grupo de personas "expuesto" en un estudio para el que los factores de la prueba están influenciados.
	Identificador de contenido (parámetro)	Uno de los parámetros predefinidos que forman parte de los eventos de la app en el SDK de Facebook, que un desarrollador puede implementar con el fin de medir el identificador para contenido relacionado con un evento de la app específico.
	Identificador del negocio (administrador comercial)	Dentro del administrador comercial, un número que corresponde a tu administrador comercial. Se suele usar cuando compartes acceso a cierta información, como facturas mensuales.
	Identificadores del catálogo de productos	Un parámetro que se captura junto con los eventos para transferir información adicional sobre el inventario con el que interactúan las personas en tu app o sitio web.

Acrónimo	Término	Definición
	Informe publicitario	Un informe que se crea y administra en el administrador de anuncios y en el que se indica el rendimiento de un conjunto de anuncios.
	Integración de la API	Una integración directa del sistema de clientes en Meta para obtener una cobertura en tiempo real de la actividad offline de tu negocio.
	Interacción (objetivo de campaña)	Una opción de objetivo de la campaña del administrador de anuncios que se usa si quieres enviar a las personas a que indiquen que les gusta tu página, interactúen con tu negocio online o realicen acciones, como iniciar una conversación o responder a un evento.
	Intervalo de conversión	Te permite elegir el tipo de información de conversión que se usa para determinar las personas a las que se muestran tus anuncios.
	Límite de puja	Una estrategia de puja que te permite definir la puja máxima que se puede usar en cada subasta.
CTA	**Llamada a la acción**	Un método publicitario que fomenta una respuesta directa de las personas impulsando una acción específica.
	Marketplace	Una plataforma especializada de Facebook para que las personas compren y vendan a otras personas.
	Medición basada en las personas	Se trata de usar personas reales, en lugar de cookies o métricas basadas en indicadores únicamente, para medir la eficacia de tu anuncio.
	Mejora de la marca	También conocida como afinidad de marca, es una métrica que te brinda estadísticas sobre las actitudes de las personas hacia tu marca y el reconocimiento de marca.
	Mensaje publicitario	Un tipo de anuncio en Messenger. Con este tipo de anuncio, puedes enviar mensajes a personas en Messenger que ya hayan entablado una conversación con tu negocio en esta app.
	Mensajes	Un método de comunicación en WhatsApp y Messenger en el que se usa texto escrito.
	Messenger	Una app de mensajes.
	Meta Business Partner	Un socio externo reconocido por su capacidad de ayudar a los negocios a ampliarse y desarrollarse en las tecnologías de Meta. Los Meta Business Partners están verificados y reciben una insignia si cumplen los criterios para una o más especializaciones, como contenido, tecnología publicitaria, mensajes y comercio.

Acrónimo	Término	Definición
	Métricas de éxito	Mediciones que usas para determinar el éxito de tu campaña.
	Métricas representativas	Una medida aproximada de información que se usa cuando no hay información directa y concreta disponible.
	Modelo de atribución	La lógica que determina cómo se asigna crédito por una conversión a los puntos de contacto. La lógica del modelo de atribución puede basarse en una regla, un conjunto de reglas o un modelo estadístico.
	Modelo de atribución basado en reglas	Una herramienta con la que puedes seleccionar la regla que determina cómo se deberían atribuir las conversiones a cada punto de contacto en la ruta de conversión del cliente.
	Modelo de atribución de interacción múltiple	Un modelo de atribución basado en reglas con el que puedes asignar crédito a varios puntos de contacto en el recorrido del cliente.
	Modelo de atribución de interacción única	Un modelo de atribución basado en reglas que te permite asignar crédito a un solo punto de contacto en el recorrido del cliente.
	Modelo de atribución estadístico	Una herramienta que te permite usar información histórica para determinar cómo se deberían atribuir las conversiones.
	Nivel de la campaña (administrador de anuncios)	En el administrador de anuncios, la etapa del proceso de creación de una campaña en la que creas un anuncio o serie de anuncios relacionados con un solo tema o conjunto de características.
	Nivel del anuncio (administrador de anuncios de Meta)	En el administrador de anuncios, el nivel del anuncio es la etapa en el proceso de creación de una campaña en la que creas anuncios individuales.
	Nivel del conjunto de anuncios (administrador de anuncios de Meta)	En el administrador de anuncios, el nivel del conjunto de anuncios es la etapa del proceso de creación de una campaña en la que creas grupos de anuncios.
	Normas de publicidad de Meta	Un conjunto de normas que tienes que respetar si quieres que se apruebe tu anuncio para su publicación en las tecnologías de Meta.
	Objetivo de costo por resultado	Una estrategia de puja con la que puedes proporcionar un costo de referencia para los resultados que te interesan. Esto limita el costo por conversión, a la vez que maximiza la cantidad de conversiones. El importe objetivo que proporcionas es un importe promedio de acuerdo al cual se entregan los anuncios durante toda la campaña, a la vez que se puja de forma dinámica tan alto como sea necesario para

Acrónimo	Término	Definición
	Objetivo de la campaña	El primer nivel de creación de una campaña en el administrador de anuncios, conformado por anuncios y conjuntos de anuncios, en el que estableces los objetivos de tu campaña.
	Optimización de la entrega de anuncios	Esta determina qué resultados quieres obtener según el objetivo, la optimización y cualquier otra señal fuera del sitio proporcionada en la configuración del anuncio.
	Optimización dinámica del idioma	Una función que te permite crear varios conjuntos de anuncios para cada idioma y aplicar una segmentación particular si te anuncias en varios mercados o en un mercado con varios idiomas.
	Origen de datos	Herramienta, conexión, fragmento de código u otro objeto que recopila información, como la API de conversiones, el píxel de Meta, el SDK de Facebook y las conversiones offline. La información se puede usar para medición y análisis.
	Parámetro	Un modificador o valor personalizado que se asigna a un evento con el fin de agregar información contextual para la medición. Los parámetros pueden ser predefinidos y aplicarse a eventos predefinidos (definidos por Meta) o personalizados y aplicarse a eventos personalizados (definidos por el usuario e implementados en su código).
	Personalización de activos	Una función en el administrador de anuncios que determina qué activos se muestran en el momento de la entrega.
	Píxel de Meta	Un fragmento de código instalado en tu sitio web que captura eventos en dicho sitio.
CTR	**Porcentaje de clics**	La cantidad de veces que se hace clic en un activo, dividida por el número de veces que se mostró.
	Presentación (formato de anuncio)	Un tipo de video que se crea usando imágenes fijas o videos y puede contener música.
	Presupuesto (administrador de anuncios)	El importe máximo que estás dispuesto a gastar en un conjunto de anuncios o una campaña, ya sea en promedio por día o durante todo el tiempo en que el conjunto de anuncios o la campaña programados estén en circulación.
	Presupuesto de la campaña Advantage (administrador de anuncios)	Una configuración en el administrador de anuncios que distribuye tu gasto en los conjuntos de anuncios de tu campaña para obtener el mejor rendimiento general.

Acrónimo	Término	Definición
	Promoción de la app (objetivo de la campaña)	Una opción de objetivo de la campaña en el administrador de anuncios que se usa si quieres que tu anuncio dirija a las personas a la tienda de apps para que descarguen tu app o realicen las acciones que esperas en la app.
	Proporción de acción estimada	Un valor calculado que se determina por la probabilidad de que tu anuncio genere el resultado que deseas después de habérselo mostrado a una persona.
	Prueba A/B	Una prueba que te permite llevar a cabo un experimento controlado en el que se comparan varios conjuntos de anuncios para descubrir cuál tiene el mejor rendimiento.
	Pruebas y resultados	Una herramienta en el administrador de anuncios que te ayuda a realizar pruebas en relación con tus anuncios y aprender a partir de los resultados.
	Público personalizado	Un público creado mediante una función publicitaria de Meta que permite a los anunciantes encontrar sus públicos existentes entre las personas que usan las tecnologías de Meta.
	Público personalizado de interacción	Un grupo de personas que tienen probabilidades de interactuar con tu anuncio según las personas que ya interactuaron con tu contenido en las tecnologías de Meta.
	Público similar	Un grupo de personas similares a un público existente basado en varios grupos de personas. Permite a los anunciantes dirigir anuncios a las personas que son similares a sus clientes ya establecidos.
	Público similar basado en valores	El grupo de personas que más se parece a tus clientes de mayor valor.
	Públicos	Una opción de segmentación predeterminada que te permite dirigir tus anuncios a personas según datos demográficos, lugar, intereses y comportamientos.
	Públicos similares internacionales	También conocidos como públicos similares de varios países, un público similar que se extiende más allá de la frontera de un solo país.
	Puja	El precio del resultado para el que estás optimizando.
	Puja del anunciante	El importe que pujas en una subasta de anuncios.
POS	**Punto de venta**	El momento en que se completa una venta minorista.
	Reconocimiento (objetivo de campaña)	Una opción de objetivo de la campaña del administrador de anuncios que se usa si quieres que las personas recuerden y reconozcan la marca después de haber visto tu anuncio.

Acrónimo	Término	Definición
	Reproducciones	Acción de ver un video, normalmente durante un plazo específico.
	Respuesta directa	Publicidad que busca generar una acción inmediata (normalmente relacionada con actividades de comercio electrónico), como registrarse, comprar un producto o instalar una app para celulares.
	Retargeting	Un enfoque publicitario mediante el cual puedes volver a dirigirte a personas que ya viste, con las que ya interactuaste o que ya realizaron una acción en tu sitio web, app o negocio físico.
	Saturación de contenido	Ocurre cuando el rendimiento de tu anuncio se ve afectado debido a la sobreexposición.
	SDK de Facebook	Un fragmento de código instalado en tu app que registra eventos de la app.
	Secuencia (formato de anuncio)	Contenido del anuncio que muestra varias imágenes o videos que se desplazan de izquierda a derecha.
	Segmentación	Proceso que consiste en definir un público para tus anuncios.
	Segmentación amplia	Cuando se determina en tu nombre quiénes son las personas a las que se mostrarán tus anuncios.
	Seguimiento de terceros	Una empresa no perteneciente a Meta que desarrolla sus propias herramientas de seguimiento personalizadas, que pueden usarse con el píxel de Meta.
	Socio (administrador comercial)	Otro negocio, por ejemplo, una agencia o un cliente, que trabajará contigo en tu administrador comercial. De esta forma, podrás compartir activos con él, y él podrá compartir activos contigo.
	Subasta (tipo de compra)	Un tipo de compra de anuncios mediante el cual decides que te gustaría participar en una subasta de anuncios.
	Subasta de anuncios	Un componente de la entrega de anuncios a través del cual declaras el precio máximo que estás dispuesto a pagar por un clic, una impresión o una conversión.
TRP	**Target rating point (tipo de compra)**	Un tipo de compra de anuncios con el que puedes planificar y comprar campañas de video usando los target rating points (TRP) verificados por Nielsen en Facebook e Instagram.
	Tipo de compra	El método por el cual compras anuncios en las tecnologías de Meta.

Acrónimo	Término	Definición
	Tipo de contenido (parámetro)	Uno de los parámetros predefinidos que forman parte de los eventos de la app en el SDK de Facebook, que un desarrollador puede implementar con el fin de medir el tipo de contenido relacionado con un evento de la app específico.
	Tráfico (objetivo de la campaña)	Una opción de objetivo de la campaña del administrador de anuncios que se usa si quieres dirigir a las personas a un destino, como tu sitio web, app o tienda.
	Ubicación	Lugar donde puedes mostrar un anuncio en un sitio web o una app, como el feed, Instagram Stories o la bandeja de entrada de Messenger.
	Ubicaciones Advantage+	Una opción del administrador de anuncios que muestra un anuncio en el rango más amplio de ubicaciones disponibles en las tecnologías de Meta.
	Ubicaciones manuales	Una opción del administrador de anuncios con la que puedes elegir ubicaciones específicas en las tecnologías de Meta en las que quieres que aparezcan tus anuncios.
	Valor (parámetro)	Un parámetro incluido con los eventos para medir información adicional sobre el valor del inventario con el que interactúan las personas en tu app o sitio web.
LTV	**Valor a largo plazo**	La medida del valor total (por ejemplo, compras totales) que se atribuye a un grupo de clientes mediante el uso de una app de un desarrollador externo.
	Valor más alto	Una estrategia de puja basada en el gasto que prioriza gastar el presupuesto y enfocarse en compras de valor más alto.
	Ventas (objetivo de la campaña)	Una opción de objetivo de la campaña del administrador de anuncios que se usa si quieres encontrar personas con probabilidades de hacer una compra o realizar otras acciones importantes online o en la tienda.
	Videos instream	Una función de Facebook con la que puedes mostrar anuncios antes o después de un video, o durante este.
	Videos sugeridos	Una función que recomienda videos a las personas mientras están en Facebook.

Meta