

Introducción a las Mediciones de Internet

Comisión Técnica
IAB-CCMA

MAYO 2013- Version 2.0



Contenido

Contenido	2
Introducción a la Medición Digital	3
Plataformas Censales.....	3
<i>a. Herramientas basadas en Logs.....</i>	<i>3</i>
<i>b. Herramientas basadas en etiquetas JavaScript.....</i>	<i>4</i>
Plataformas muestrales	5
<i>a. Herramientas de Panel.....</i>	<i>5</i>
Plataformas híbridas	6
Temas a considerar	6
1. <i>Medición Censal con tecnología Page Tagging.....</i>	<i>6</i>
2. <i>Medición Muestral</i>	<i>6</i>
Glosario de términos	7
Notas	11
Bibliografía	11

Introducción a la Medición Digital

Plataformas Censales

a. Herramientas basadas en Logs

Toda la información que los navegantes le piden a las fuentes de almacenamiento del [sitio web](#) se almacenan en un registro llamado [log](#). Mediante un software (programa de computadora) de medición que se instala en un servidor, se procesa el registro [log](#) para generar los reportes sobre estas interacciones y poder analizar el comportamiento de los usuarios dentro de un [sitio web](#).

Ventajas

- Los servidores producen [logs](#), exista o no una herramienta de medición instalada, por lo que la información original está siempre disponible.
- El [servidor web](#) guarda toda interacción que se produzca en estos [logs](#).
- La información está en los [servidores](#) propios y en formato estándar. Esto simplifica el cambio de plataforma en un futuro, si se quisiera hacer, eliminando el costo de salida de perder el histórico de información.
- Guardan información relacionada a los [robots de los buscadores](#), información que puede ser útil para trabajos relacionados a optimización de búsquedas orgánicas.
- Contienen información sobre pedidos fallidos, páginas con error o que no se cargaron.
- Procesan de forma automática la cantidad de veces que se accede a documentos que no son nativos de la web. Por ejemplo, PDF, DOC, XLS, etc.

Desventajas

- Es necesario - o al menos recomendado - tener un equipo de personas dedicado al mantenimiento y operación de los servidores y la herramienta.
- Para [sitios](#) con mucho tráfico, procesar los [logs](#) casi a tiempo real podría ser imposible.
- Los servicios de [caché](#) que existen de forma natural en Internet pueden evitar que la petición a una página llegue al [servidor web](#) y por lo tanto no sea registrada en sus [logs](#).
- Dificultad para identificar [visitantes únicos](#), ya que algunas herramientas de medición lo hacen por medio de su [dirección IP](#).

Todos los accesos desde una misma [IP](#) se contarán como un solo usuario, por ejemplo, cuando muchos usuarios navegan desde una misma oficina.

b. Herramientas basadas en etiquetas JavaScript

Esta tecnología se basa en la colocación de una etiqueta (o código JavaScript) en cada una de las páginas del [sitio](#). Esta etiqueta es un objeto más de la página que se tiene que cargar, por ello la herramienta medirá una página vista cuando se cargue el código JavaScript. Si la página se carga, pero por alguna razón no se carga dicho código, entonces la misma no será medida.

La medición de otras interacciones que no son páginas vistas, se hará ante la ocurrencia de acciones ([Action tracking](#)). Esto es, la colocación de la etiqueta JavaScript en alguna acción, como por ejemplo, *onclick* (al hacer click en un link, descargar un archivo, crear una página virtual, etc).

Mediante el procesamiento de la información enviada por las etiquetas JavaScript en cada página del [sitio](#) y en cada acción medida, se generarán los reportes que reflejarán el comportamiento de los usuarios dentro de un [sitio web](#).

Ventajas

- Es muy simple agregar o medir información adicional sin necesidad de configurar servidores.
- Es muy útil para empresas que no tienen sus sitios alojados en servidores propios.
- Si el proveedor de la herramienta ya brinda el hospedaje de la misma, no hay necesidad de gastar tiempo o recursos en el procesamiento de los [Logs](#) o en operar y mantenerlos.
- Los servicios de [caché](#) no son un problema, ya que el código de medición siempre se ejecuta.
- Identifica de mejor manera [usuarios únicos](#) (en realidad Navegadores únicos) ya que lo hace por medio de una [cookie](#) en el [navegador](#).
- El servicio de [page tagging](#) se encarga de la asignación de [cookies](#) a los usuarios, no hay que configurar nada para que ello ocurra.
- Es posible medir información de [interacciones](#) en la interfaz como por ejemplo videos, descargas, Ajax, Silverlight o Flash.

Desventajas

- No puede medir la navegación de usuarios que no tienen habilitado JavaScript y/o cookies.

- La información es generalmente almacenada en servidores de terceros.
- La etiqueta o código JavaScript incrementa (en general levemente) el tiempo de carga de las páginas o contenido mostrado.
- No permite obtener información relacionada a [robots de buscadores](#).

Plataformas muestrales

a. Herramientas de Panel

Por medio de una técnica muestral que define el panel (o conjunto de personas participando del mismo) y una tecnología (encargada de capturar la información mientras estas navegan) generan investigaciones que permiten saber el comportamiento de navegación de personas en un conjunto amplio de [sitios web](#) así como también cruzar dicha información con datos demográficos o sociodemográficos de dichas personas.

La relevancia y representatividad de la información arrojada por estas plataformas se basan principalmente en la metodología para definir y auditar el panel.

Esta metodología sólo puede medir conceptualmente a la computadora, donde la persona es un usuario definido y reconocible (computadora de trabajo u hogar), esto generalmente deja por fuera de la población a las personas utilizando internet en espacios públicos.

Ventajas

- Permite obtener información demográfica relacionada al perfil de los navegantes de los sitios de internet auditados.
- Permite hacer análisis de varios sitios, además del propio (comparaciones).
- Analiza personas en un panel en lugar de [cookies](#) o [IPs](#).

Desventajas

- No pueden medir accesos compartidos o públicos.
- No permiten la medición multi-dispositivo.
- Los resultados dependen de la metodología de la investigación.

Plataformas híbridas

Las plataformas híbridas integran los resultados generados por la medición de panel (muestral) con la información tomada por un código JavaScript a nivel censal en ciertos sitios, de esta manera se obtienen los volúmenes de tráfico censales de cada sitio junto con métricas no disponibles en esa metodología como datos demográficos.

Temas a considerar

1. Medición Censal con tecnología Page Tagging

Asegurar la correcta implementación de la herramienta de medición con los proveedores del servicio correspondientes y la continua auditoría de la misma.

- Medición de Autorefresh: Para fines de la auditoría de la medición, no se deben considerar como válidas las páginas vistas generadas por un autorefresh.
- Medición de Pop Ups: sólo se considerará medible un pop up cuando éste sea solicitado por un usuario. Un “auto pop up” no debe tener código de medición.
- Medición de Frames: a nivel de páginas vistas en una página con varios subframes, solamente se deberá medir el frame que los contiene.
- Filtrado de Actividad no Humana: se debe eliminar el tráfico generado por [Bots](#) (también llamados Spiders). Estos [Bots](#) se identifican por su nombre ([User-agent](#)) o detectando que generan muchas solicitudes por minuto, imposibles de realizar por un humano.
- Medición de [Sesiones](#) (visitas): El vencimiento de la [cookie](#) de sesión o visita debe ser de 30 minutos (de inactividad).
- Tráfico Interno: No se debe sumar el tráfico generado desde [IP](#) de la empresa del sitio medido a la medición total del [sitio](#).

2. Medición Muestral

Para medición con herramienta de Panel asegurar que la muestra sea metodológicamente correcta y representativa del mercado que se quiere medir. La tecnología debe ser eficiente en la captura de la información relacionada a la navegación e identificación de personas.

Glosario de términos

- **Domain name (Nombre del dominio):** nombre a través del cual se puede acceder a un [sitio web](#). Por ejemplo: "sitio.com".
- **Page (Página):** es lo que surge en la pantalla del [navegador](#) al acceder a una dirección en Internet. Una página puede estar compuesta de texto, imágenes, sonidos, vídeos.
- **Website (Sitio Web):** conjunto de [páginas](#) interrelacionadas con un objetivo en común e identificadas con un tipo de contenido, organización o empresa. Generalmente, pero no necesariamente, un sitio web corresponde a las páginas reunidas bajo un mismo dominio de internet, organizadas a partir de una página principal (home page).
- **Browser (Navegador):** aplicación o programa de computación utilizado para acceder y navegar [sitios en internet](#).
- **Link (Enlace):** una referencia en un documento electrónico o página de internet que permite a un usuario mostrar o activar otro documento o programa.
- **Log (Registro):** archivo de texto separado por espacios que registra actividad en la computadora.
- **Cache (Caché):** memoria temporal que se utiliza para almacenar la información sobre las [páginas](#) navegadas. Puede ser local (en el [navegador](#) de la computadora) o ubicarse en la red. El uso de esta memoria hace que cuando el usuario quiere volver a una [página](#) puede mostrarse sin necesidad de volver a descargarla de la red, disminuyendo así el tiempo de descarga.
- **Cookie:** pequeño archivo de texto almacenado por el servidor de un sitio en el navegador de internet del usuario. Permite que el sitio identifique al usuario. Existen cookies temporales, que se borran al momento de salir del sitio o al cerrar el navegador (cookies de sesión), y cookies permanentes que quedan almacenadas hasta que el usuario las borra o bien caducan (cookie de usuario o visitante único).
- **Host/Server (Servidor):** computadora que se encarga del almacenamiento y distribución de archivos que se comparten por medio de una red.
- **Internet audience (Audiencia de internet):** cantidad de personas (o [navegadores](#)) que se conectan a internet al menos una vez en un periodo dado. Según la metodología utilizada se podrían contabilizar solamente conexiones desde lugares determinados y a partir de una edad determinada (ej. 15+ años desde hogar o trabajo).

- **Penetration (Penetración de internet):** porcentaje de personas que se conectan a internet con respecto al total de la población.
- **Unique Browsers / Unique Visitors (Navegadores únicos / Visitantes únicos):** cantidad de [navegadores](#) diferentes que se conectaron a internet o a un sitio web dado. Cada [navegador](#) se contabilizará una sola vez independientemente de cuantas veces se haya conectado.
- **Visits / Sessions (Visitas / sesiones):** número de veces que se ha visitado un [sitio web](#). Generalmente la visita se considera finalizada cuando el usuario abandona el sitio o cuando transcurren 30 minutos de inactividad. ⁽¹⁾
- **Page views (Páginas vistas):** cantidad de veces que fueron visualizadas las [páginas](#) de un [sitio web](#) en un período dado sin importar quien fue el que las visualizó.
- **Entry Page (Página de entrada)** primera [página](#) de un [sitio](#) por la que un [visitante](#) en particular inicia su [visita](#). No tiene que ser la “home” del sitio, ni ninguna otra página en particular; solo tiene que pertenecer al sistema de páginas que conforman el sitio.
- **Landing Page (Página de destino):** definición muy similar a la [página de entrada](#), pero en general se utiliza el término "Landing page" para referirse a una [página](#) que fue creada especialmente para que funcione como primera página de los usuarios de Internet por medio de una campaña o acción.
- **Exit Page (Página de salida):** última [página](#) a la cual el usuario ingresó antes de abandonar el sitio.
- **Visit Duration (Duración de la visita):** tiempo que el [usuario](#) de Internet permaneció en el [sitio](#) durante una [sesión](#) o [visita](#), desde su ingreso hasta que abandona el sitio o cuando transcurren 30 minutos de inactividad. ⁽¹⁾
- **Referrer (Páginas o sitios de referencia):** [página](#) de internet donde el usuario estuvo inmediatamente antes de acceder a un [sitio](#) dado mediante un link. Página a partir de la cual el usuario accedió a la página actual, habiendo hecho [click](#) en un link.
- **Click-through (Clic en un link):** número de veces que un [visitante](#) hizo click en un link.
- **New Visitor (Nuevo visitante):** un [navegador](#) que ingresa al [sitio](#) sin haberlo hecho antes, o habiendo borrado las [cookies](#). Al cargar la página, la herramienta de analítica web guardará una [cookie](#) de usuario único, si el [navegador](#) no tenía dicha [cookie](#), ese usuario será identificado como nuevo visitante.
- **Returning Visitor (Visitante recurrente):** un [navegador](#) que ingresa a un [sitio](#) el cual el mismo [navegador](#) ya había visitado antes. Al cargar la

página, la herramienta de analítica web guardará una [cookie](#) de usuario único, si al hacerlo dicha [cookie](#) ya estaba cargada anteriormente, entonces contará como un usuario recurrente.

- **Page Exit Ratio (Tasa de salida de la página):** cantidad de salidas desde una página, sin importar cuantas páginas o contenidos ha visualizado el visitante anteriormente, dividido por el número total de visualizaciones de la misma.
- **Single Page Visits /Bounces (Visitas únicas a la página / Rebotes):** cantidad de [visitas](#) que llegaron a una página y sin hacer nada más (o al menos nada más que se esté midiendo) abandonaron la misma.
- **Bounce Rate (Tasa de rebote):** [rebotes](#) de la página dividido la cantidad de visualizaciones de la misma. Es importante tener en cuenta que si un visitante llega a una página en la cual – por ejemplo - ejecuta un video que no está siendo medido (el cual se debe medir con [action tracking](#)) y luego la abandona, será contado como rebote; no porque realmente lo sea, sino porque la herramienta de medición no identificó que se realizó otra acción.
- **Page Views per Visit (Cantidad de páginas visualizadas por visita):** cantidad total de [páginas vistas](#) en el sitio, dividido la totalidad de [visitas](#) contadas en el mismo período.
- **Time on Page (Tiempo en la página):** tiempo promedio de navegación en una [página](#) del [sitio](#). El tiempo de navegación se calcula como la diferencia entre la hora de ingreso a la página y la hora de ingreso a la página siguiente.
- **Download (Descarga):** una solicitud de un usuario para descargar un archivo. El mismo debe estar siendo medido, generalmente se hace por medio de un [action tracking](#) “*onclick*”, o sea, una medición de una acción (ya que no es una [página vista](#)) que en este caso es al hacer clic sobre el link de descarga.
- **Action tracking (Medición de acción ejecutada):** colocación de la etiqueta o código JavaScript en alguna acción, como por ejemplo “*onclick*” (al hacer click en un link, descargar un archivo, crear una página virtual, etc)
- **Hit (Impacto):** cualquier solicitud recibida por un [servidor](#).
- **Page Tagging (Medición de una página cargada):** medición de la carga de una página ([pageview](#)) por medio de una etiqueta o código JavaScript insertado en el código de dicha página. Al ejecutarse dicho código se envía información sobre la página y la [visita](#) al servidor de la herramienta de análisis web.

- **Recency (Tiempo para retorno):** cantidad de días que pasaron desde la última [visita](#) de un [usuario](#). Si es un [visitante nuevo](#), esta métrica aparecerá como "0" o "no identificada".
- **Frequency (Frecuencia):** cantidad de [visitas](#) que un [visitante](#) hizo a un [sitio web](#) en un período dado.
- **Conversions (Conversiones):** cantidad de acciones objetivo que ocurrieron en el [sitio](#). Las principales son Sales conversions (conversión de ventas, o cantidad de ventas) y Lead Conversions (Registraciones)
- **Conversion Rate (tasa de conversión):** cantidad de [conversiones](#) dividida por la cantidad de [visitas](#) que comenzaron el proceso de conversión. En el caso de Lead conversion serían las conversiones sobre la cantidad de visitas en el formulario de registración.
- **Conversion value (Valor de la conversión):** valor económico que se asigna a cada [conversión](#).
- **Ad audience (audiencia de una publicidad):** cantidad de [usuarios únicos](#) expuestos a un [anuncio](#) durante determinado período.
- **Banner:** anuncio publicitario que se sitúa a lo largo de una [página web](#) generalmente en un margen u otro espacio reservado para publicidad.
- **CPC (Costo por clic):** costo de cada clic. Para calcular el CPC, simplemente se divide el volumen total de clics por el monto total invertido en la campaña.
- **CPM (Costo por mil impresiones):** métrica utilizada para establecer el valor de una campaña de medios de comunicación, señalando el costo para cada mil exhibiciones (impresiones) de su anuncio.
- **CTR (Click Through Rate o Tasa de clics):** métrica utilizada para medir cuán atractivo resulta un [anuncio](#) para el público final, es decir, cual es el índice de [clics](#) por las veces que el anuncio fue exhibido. Para calcular la CTR, simplemente se divide la cantidad de clics del anuncio por la cantidad de impresiones (veces en que el anuncio fue exhibido).
- **User-agent:** Nombre que permite identificar el tipo de [navegador](#), versión y sistema operativo que utiliza un [usuario](#) para conectarse a un [servidor web](#) (Por ejemplo: Mozilla/5.0 (Macintosh; Intel Mac OS X 10_8_3) AppleWebKit/537.31 (KHTML, like Gecko) Chrome/26.0.1410.65 Safari/537.31)
- **Dirección IP:** es una etiqueta numérica que identifica, de manera lógica y jerárquica, a un dispositivo (habitualmente una computadora) dentro de una red que utilice el protocolo IP (*Internet Protocol*).
- **Robots de buscadores o Spiders:** Programa de computación que recorre en forma automática los [sitios web](#) y realiza la lectura de su

contenido para construir un índice con dicho contenido. Este índice lo utiliza el buscador para generar los resultados de búsqueda.

Notas

(1) Las distintas herramientas de medición utilizan distintas metodologías para determinar la finalización de una visita. Consulte la documentación de su herramienta para determinar el tiempo de expiración de una visita y qué otras variables se tienen en cuenta para la finalización de una visita (Por ejemplo: cierre del navegador, visita desde una nueva fuente de tráfico, comienzo de un nuevo día, etc).

Bibliografía

1. Web Analytics Definitions, Digital Analytics Association
2. Glosario de Términos IAB Spain, IAB-España
3. Glosario de Internet, AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet)