VISIBILIDAD DE ANUNCIO

Posted on 17. septiembre 2025 by Tomas

El término **visibilidad de anuncio** describe si un anuncio publicitario digital fue **realmente visible para el usuario.** No toda impresión publicitaria significa automáticamente que el anuncio haya sido visto, ya que también puede mostrarse **fuera del área visible** de la página web o de la aplicación.

En general, se considera que un anuncio es visible cuando al menos el 50 % de su área se muestra en la pantalla durante al menos **un segundo** (en el caso de vídeos, a menudo dos segundos).

La visibilidad de anuncio es, por lo tanto, un **criterio clave** para evaluar y evitar pérdidas por falta de alcance efectivo.