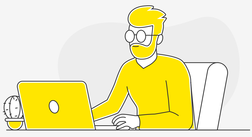
Guía de implementación de Tracking de Terceros

Permite que proveedores externos verifiquen y auditen la entrega de tus campañas de DSP.



¿Qué es el Tracking de terceros?

Es una herramienta que permite que un proveedor externo **audite la entrega de tus campañas**. Su función es confirmar que las impresiones fueron válidas, visibles y mostradas en entornos apropiados (Brand Safety), brindando **mayor transparencia y confianza** en la inversión publicitaria.

Esta capa adicional de medición complementa los reportes de Mercado Ads DSP y ayuda a equipos de marketing y agencias a **estandarizar métricas** con sus proveedores globales de auditoría.

Partner compatible
Mercado Ads DSP es compatible con Double Verify e Integral Ad Science (IAS)

¿Para qué sirve esta herramienta?

La verificación de terceros ayuda a garantizar la calidad, transparencia y seguridad en la entrega de tus campañas. Algunos beneficios son:

- **Transparencia independiente:** verificación complementaria a los reportes de Mercado Ads.
- **Confianza:** permite asegurar que las impresiones corresponden a tráfico real y entornos adecuados.
- **Estandarización global:** facilita que marcas internacionales mantengan políticas de auditoría consistentes en todos sus mercados.
- **Mejor toma de decisiones:** contar con datos validados externamente ayuda a optimizar estrategias y justificar inversiones.

¿Cómo es y cómo se implementa el tracking?

Creativos tipo imagen

Es un tag JavaScript, similar a este ejemplo:

```
<script src="https://third-party.adverificator.com/cdn?parameters=etc&tagid=12346" type="text/javascript"> </script>
```

Creativos tipo video

Es un tag 1x1, similar a este ejemplo:

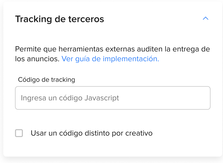
```
<img src="https://third-party.adverificator.com/cdn/img.jpg?tagid=123456&cp=20202020&id=456123" alt="" width="1" height="1" />
```

Cómo implementarlo:

Para configurarlo solo tienes que copiar y pegar el código que te entrega tu proveedor de verificación en el campo Código de tracking, dentro del formulario de creación del creativo

Para simplificar la implementación debes pegar el código completo, pero solo utilizaremos la URL de verificación incluida en él.

Por eso, en la previsualización del creativo solo verás la URL y no el script completo. Si necesitas actualizar el código, deberás volver a pegar el código completo, y nos encargaremos de eliminar las partes que no necesitamos.



Recomendaciones:

- Asegúrate de que el código provenga directamente de tu proveedor de tracking.
- No modifiques el contenido del tag antes de pegarlo.
- Al copiar el código, asegúrate de seleccionar solo el texto dentro de la celda. Copiar la celda completa puede agregar comillas adicionales ("") que afecten su funcionamiento.
- Revisa que todos los creativos de la campaña o line item estén con el tracker implementado para prevenir discrepancias en los reportes.
- Después de las primeras 48h de la campaña activa recomendamos revisar si los reportes del partner compatible están generando métricas también.

Métricas disponibles

Estas son las métricas y herramientas que estarán disponibles dependiendo del formato y el tipo de tag implementado.

Feature	Display (Site-Served JS)	Video (Pixel 1x1)
Impression	Disponible	Disponible
Fraud and Invalid Traffic	Disponible	Disponible
Viewability	Disponible	No disponible
Brand Safety	Disponible	Disponible

*Blocking Tag no está disponible.

Guía de resolución de problemas

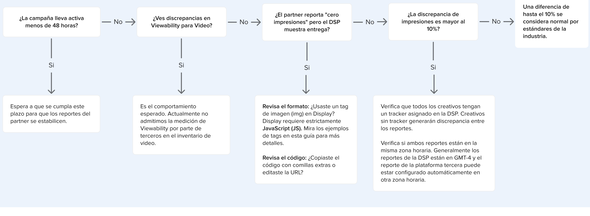
Resumen (Lectura en 30 segundos)

Si notas que los números de tu partner no coinciden con el DSP de Mercado Ads o que los trackers no reportan datos, revisa estos puntos críticos:

- **Discrepancia:** hasta 10% de diferencia entre los reportes es normal. Por encima de ese porcentaje, sigue los siguientes pasos en esta guía.
- **El Formato importa:** Usa **JavaScript** para Display y **Pixel 1x1** para Video. Revisa la sección "¿Cómo es y cómo se implementa el tracking?" de esta guía para ver ejemplos de tags.
- **Implementación:** Pega el código completo sin editar; el sistema extraerá la URL de verificación automáticamente.
- **Tiempo de espera:** Las métricas externas pueden tardar hasta **48 horas** en reflejarse en el reporte y en la plataforma del partner.
- **Métricas no disponibles:** Actualmente no admitimos la medición de Viewability por parte de terceros en el inventario de video.
- **Blocking Tags:** Esta funcionalidad no está soportada actualmente.



Árbol de decisión (Diagnóstico rápido)



Problemas frecuentes y cómo resolverlos (FAQ)

¿Por qué solo veo una URL en el preview si pegué un script completo?
Es normal. Mercado Ads DSP está diseñado para extraer únicamente la URL de verificación del código que pegas. Esto simplifica la implementación y reduce errores manuales de edición.

¿Puedo usar "Blocking Tags" para evitar que mi anuncio se sirva en sitios no seguros?
No. Actualmente Mercado Ads DSP solo soporta trackers de medición post-bid. No hay influencia en la decisión de puja (pre-bid) ni bloqueo en tiempo real.

¿Cómo debo copiar el tag desde la plataforma de mi proveedor (ej. DV)?
Selecciona únicamente el texto dentro de la celda de tu reporte/plantilla. **Evita copiar la celda completa** de Excel o Google Sheets, ya que esto suele introducir comillas adicionales ("") que rompen el código.

Discrepancias esperadas

Existen diferentes métricas que son parte natural del ecosistema publicitario:

- **Límites de Discrepancia:** Se considera normal por estándares de la industria, cualquier resultado con una diferencia de impresiones de hasta el 10% entre Mercado Ads y el partner.
- **Filtros de Tráfico Inválido (IVT):** El partner externo puede tener criterios de filtrado de bots más o menos agresivos que el DSP, lo que genera variaciones naturales.
- **Zonas Horarias:** Asegúrate de que el reporte de tu partner esté configurado en GMT-4 o la hora local de tu cuenta para alinearlo con el DSP.

Tabla de causas raíz

Síntoma	Causa probable	Cómo verificar	Cómo reparar
Cero impresiones en el partner	Formato de tag incorrecto (ej. usar 1x1 en Display)	Revisa en el DSP si el tag pegado empieza con <script (Display) o <img (Video).	Solicita el formato correcto a tu proveedor (JS para Display).
Alta discrepancia (>10%)	Implementación parcial	Comprueba si se agregaron creativos nuevos a la campaña que no tienen el tracker configurado.	Asegura que el 100% de los creativos tengan su tag.
Error al guardar creativo	Caracteres extra o comillas	Revisa en la DSP si el código tiene comillas dobles al inicio y al final "".	Pega el código como "texto sin formato".
Caída de entrega tras edición	Re-auditoría de creativos	Verifica el estado del creativo en el DSP.	Los cambios en el tracker activan una nueva moderación (puede tardar hasta 48h).

*Blocking Tag no está disponible.

Checklist de escalamiento a soporte

Si después de realizar los pasos anteriores el problema persiste, prepara la siguiente información para tu Account Manager:

- **IDs de Identificación:** ID de la Cuenta, Campaña, Line Item y Creativos afectados.
- **Tag Original:** El código completo tal como lo entregó el proveedor (DoubleVerify/IAS).
- **Reporte del Partner:** Export en Excel/CSV que incluya dimensiones de Día, Placement y Dominio.
- **Configuración de Reporte:** Confirmar que el huso horario del reporte es UTC-4.
- **Capturas de pantalla:** Setup en la plataforma del vendor y del error (si aplica) en el DSP.

Mercado Libre no genera estos códigos. La verificación y sus métricas se gestionan directamente desde la plataforma del proveedor.

¿Tienes alguna duda con nuestra guía de ayuda?

Contacta a tu asesor en Mercado Libre en caso de que tengas alguna duda. ¡Tus comentarios nos ayudan a crecer!

