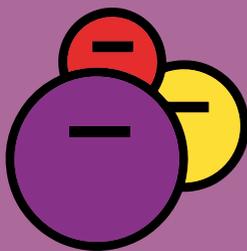


# 120 TÉRMINOS DE E-COMMERCE

COMPRAR ONLINE NO ES UN DESAFÍO  
QUE NO TE HAGAN EL LÍO



**ADICAE**

Consumidores Críticos,  
Responsables y Solidarios



# 120 TÉRMINOS DE E-COMMERCE

COMPRAR ONLINE NO ES UN DESAFÍO  
QUE NO TE HAGAN EL LÍO



**Proyecto:**

Retos del presente y futuro en el E-commerce: Seguridad, privacidad e información a los consumidores

**Año:**

2019

**Edita:**

ADICAE, Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros  
Servicios Centrales

C/Gavín 12, local. 50001 Zaragoza

Depósito legal: Z 2007-2019

**Autor del texto:**

Alexandre Fonseca Lacombe

Equipo E-commerce ADICAE

**Ilustraciones:**

Ana Belén Rivero Fernández

**Colabora:**

Ministerio de sanidad, consumo y bienestar social

# INDICE

INTRODUCCIÓN.....	P.04
CYBERSEGURIDAD.....	P.06
HERRAMIENTAS.....	P.10
LEGISLACIÓN.....	P.22
MÉTODOS DE PAGO.....	P.24
PROCESO DE COMPRA.....	P.28
TIPOS DE NEGOCIOS.....	P.45
ADEMÁS...DEBE CONOCER.....	P.50

# INTRODUCCIÓN

Los ciudadanos somos consumidores en las sociedades actuales. Consumimos diversos bienes y servicios todos los días de nuestra vida, siendo cada vez más común el realizar compras por internet.

Según el estudio anual del e-commerce realizado por la CNMC, 7 de cada 10 internautas compran de forma online, llegando a cerca de 20 millones de consumidores. Si lo miramos en cantidades económicas el e-commerce en España se quedó muy cerca de 40.000 millones de euros. Además la tendencia será creciente, no se observa ningún síntoma de estancamiento en la expansión del E-commerce.

A la luz de los datos, seguramente que tú consumidor o consumidora has realizado la compra de un bien y servicio online. Ya fuera a través de tu ordenador, tu móvil o tu tablet.

Teniendo en cuenta las magnitudes de las que estamos hablando, desde ADICAE consideramos fundamental que los consumidores estén formados y conozcan la terminología propia del e-commerce.

Definir el significado y alcance de estos términos asociados al e-commerce es la finalidad de este diccionario, redactado por Alex Fonseca, con la colaboración del equipo técnico de ADICAE. Algunos de estos términos pueden resultarte muy básicos, pero otros te resultarán completamente nuevos y muy útiles a la hora de realizar tus compras online.

Nuestra intención es que sea una lectura amena y agradable, por eso las definiciones están acompañadas por las geniales ilustraciones

de Ana Belén Rivero, que en clave de humor nos aportan una visión crítica sobre el e-commerce.

Este diccionario es el complemento perfecto al manual que también ha editado ADICAE, donde se detallan los pasos que hay que seguir para realizar una compra online de forma segura, consejos y vías para reclamar en caso de ser necesario.

Sabemos que durante la navegación por tiendas online o marketplaces, suelen aparecer términos confusos, siglas o nombres en inglés, por eso esperamos que la lectura de este diccionario os ayude a entender mejor como funciona el e-commerce.

Creemos, por tanto, que este diccionario puede contribuir como una herramienta más para seguir trabajando por el principal objetivo de ADICAE: promover un consumo crítico, responsable y solidario.

Esperamos que os guste, que lo disfrutéis y que os ayude a aprender.

# CYBERSEGURIDAD

## **3D SECURE** Protocolo de seguridad

Es un sistema de seguridad, concretamente de encriptación, que utiliza un protocolo llamado *Secure Socket Layer (SSL)* y que busca una máxima protección para los datos.

Lo podemos encontrar en los sistemas de pagos de Visa y Mastercard Security Code y se trata de *TPVs* que identifican al titular de la entidad bancaria verificando que esa tarjeta pertenece al usuario.

## **CACHÉ**

La caché en una web es una memoria que almacena archivos del sitio web (como páginas, entradas, artículos, etc) con el objetivo de mostrarlos más rápido a los usuarios que la visitan.

Cuando una persona navega por internet desde su ordenador, la caché de su navegador también almacena las páginas web para cargarlas más rápido la segunda vez que esa persona las visite.

## **CAPTCHA** Test de no soy un robot

Un Captcha (siglas de Completely Automated Turing test to tell Computers and Humans Apart) es una medida de seguridad implementada en la mayoría de páginas web, o más bien en sus

formularios de registro o introducción de datos para detectar si quien la rellena es realmente una persona o un 'bot' automatizado.

Se le suele identificar por ser un sistema que lanza una pregunta por responder, o que exige introducir una serie de palabras o incluso señalar fotografías.

Este sistema se utiliza en sitios web para evitar los mensajes no deseados o ciertas acciones realizadas de forma automática por una máquina.



## CIBERSEGURIDAD

La ciberseguridad o seguridad en internet, hace referencia al conjunto de técnicas o procedimientos que velan por la seguridad de los usuarios que comparten información entre sistemas computables.

También se conoce como la práctica de defender las computadoras, los servidores, los dispositivos móviles, los sistemas electrónicos, las redes y los datos de ataques maliciosos.

## PHISHING Suplantación de identidad

El phishing es una técnica utilizada por ciberdelincuentes para obtener información personal y bancaria de los usuarios.

El estafador, conocido como phisher, se vale de técnicas de suplantación de una entidad legítima como puede ser un banco, haciéndose pasar por una persona o empresa de confianza en una aparente comunicación oficial electrónica, por lo general un correo electrónico, o algún sistema de mensajería instantánea, redes sociales SMS/MMS, a raíz de un *malware* (programa malicioso) o incluso utilizando también llamadas telefónicas.



## SET Transacciones electrónicas seguras

Es la abreviatura de Secure Electronic Transaction (Transacciones electrónicas seguras). Protocolo que sirve para autenticar compras digitales en la red mediante el uso de firmas digitales de todas las partes implicadas en la transacción.

## SSL Plantilla de seguridad de puentes

De las siglas Secure Socket Layer.

Es un sistema de seguridad (relacionada con HTTPS) que encripta la información antes de enviarla para proteger cualquier información confidencial que se envía entre dos sistemas e impedir que los delincuentes lean y modifiquen cualquier dato que se transfiera, incluida información que pudiera considerarse personal.

Su fin es garantizar una alta seguridad en las transacciones a través de la red.



# HERRAMIENTAS

## AD BLOCKER Bloqueador de publicidad

Es un software o programa que se añade en los navegadores, que tiene como finalidad eliminar los anuncios de tipo spam de cualquier página web (banners, pop-ups, anuncios en vídeos...).

Los usuarios suelen usarlo básicamente cuando navegan por tiendas online o sitios en general que ofrecen sus ofertas con ventanas emergentes intrusivas y persuasivas.



## ADSENSE Sistema de anuncios en Google

Es un sistema de anuncios de publicidad de Google, mediante el cual, las empresas pueden anunciarse en web externas a la de Google.

Con este sistema, por ejemplo, puedes navegar a través de un portal de noticias y ver anuncios en forma de banner de otras empresas.

## AFILIACIÓN

Es un sistema, generalmente en forma de *software* o *plataforma*, que permite contratar a terceros para que vendan sus productos.

Con este sistema, una empresa especializada en ventas, puede ser contratado para vender los productos de un e-commerce, generalmente a cambio de una comisión.

## BIG DATA Macro dato

Son base de datos y también sistemas capaces de manejar grandes conjuntos de datos, por lo que es posible analizar grandes cantidades de información, como por ejemplo toda la analítica de un E-Commerce (tráfico de la tienda, ventas, abandonos de carrito, registros, lugares donde más se han vendido ciertos productos, etc...)

Actualmente representa un gran desafío para las empresas, por la cantidad de datos o combinaciones de conjuntos de datos cuyo tamaño (volumen), complejidad (variabilidad) y velocidad de crecimiento (velocidad) dificultan su captura, gestión, procesamiento o análisis mediante tecnologías y herramientas convencionales.

El análisis de Big Data ayuda a las organizaciones a aprovechar sus datos y utilizarlos para identificar nuevas oportunidades. Eso, a su vez, conduce a movimientos de negocios más inteligentes, operaciones más eficientes y mayores ganancias.

Los objetivos más comunes para utilizar esta tecnología son: reducción de costes, tomar mejores decisiones y más rápidas, ofrecer nuevos productos y servicios, entre otros.

Ejemplos de uso del Big Data ha sido para optimizar el stock: monitorizan fechas de caducidad, los stocks y las promociones vigentes en cada establecimiento para que los consumidores puedan aprovechar los excedentes y los empleados puedan evitar que ciertos productos se echen a perder.

Incluso, gracias al uso del Big Data, una empresa textil puede saber qué tallas mandar por barrios y detectar tendencias en zonas concretas, superando con creces la intuición humana.

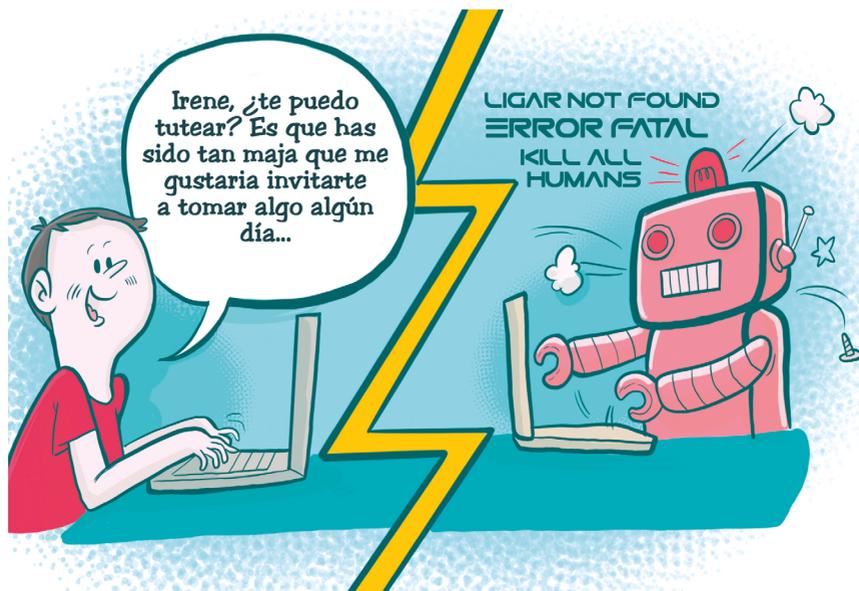


## CHATBOT Robot chateador

Un Chatbot es un programa que se utiliza para entablar una conversación, posee la capacidad de comunicarse con cualquier persona vía chat de texto. Sea para obtener información, para realizar cualquier consulta o asistir durante cualquier proceso, puede recurrirse a él, obteniendo un resultado cada vez más acertado y preciso.

Su empleo es algo muy común en gran parte de Internet y en las tiendas digitales importantes, sobre todo a la hora de entrar en la sección de soporte.

Están disponibles para resolver dudas que van desde lo más sencillo a lo más complejo a base del suministro de la información correspondiente. Además, con el continuo desarrollo de las inteligencias artificiales y las aptitudes cada vez más amplias que poseen, los chatbots están mejorando su rendimiento y su capacidad de forma considerable.



## CMS Sistemas de gestión de contenido

CMS son unas siglas en inglés que significa 'Content Management System', o lo que viene a ser, un sistema de gestión de contenidos para crear páginas web.

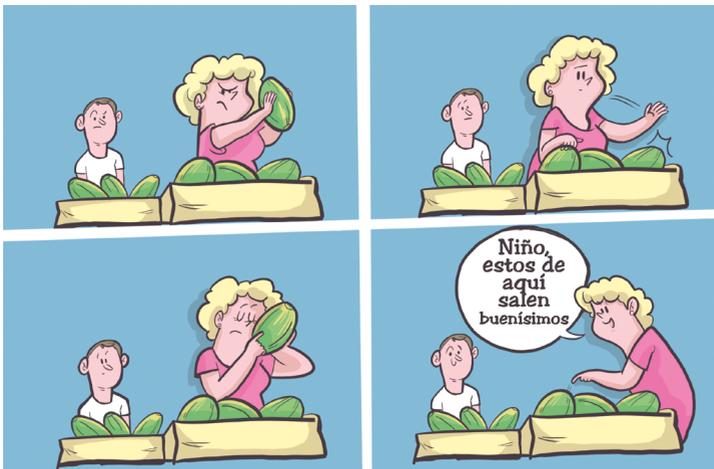
Éste tipo de sistemas son los más utilizados para crear y gestionar blogs y tiendas online, y aunque para el usuario las diferencias son prácticamente invisibles, existen muchos gestores de contenidos diferentes para administrar y gestionar un e-commerce.

Los más populares son Prestahop, WooCommerce, Magento y Joomla, aunque existen muchos más.

## COMPARADORES DE PRECIOS

Plataformas que ayudan al usuario a encontrar el mejor precio en la red y que se han ido perfeccionando en los últimos años.

No suelen ser páginas de venta directa sino informativas, aunque hay contadas excepciones, como es el caso de ciertos comparadores de seguros, y que también deben disponer de sellos de calidad.



## COMUNIDAD

Grupo de personas afines o participantes en determinadas plataformas, como la web de una tienda online.

Los integrantes de una comunidad siguen a una marca, realizan actividades y comparten su experiencia, interactuando entre sí o incluso manteniendo charlas online entre ellos.

Buenos ejemplos de ello son comunidades virtuales que comparten opiniones sobre: sus lecturas favoritas, escuchar música online, entrenamientos deportivos, compartir dietas, publicar trucos para ganar dinero extra, etc.

## CONFIANZA ONLINE

También puede denominarse confianza digital.

La Confianza online es un sello que aparece en todas aquellas webs pertenecientes a compañías, negocios u organizaciones que se han comprometido para llevar a cabo lo que se denomina como buenas prácticas en Internet. Es una garantía de calidad que deja claro a los visitantes que están en un lugar fiable.

Obtener este sello de calidad es algo que exige formar parte de la asociación que le da nombre y cumplir las normativas del Código Ético de Confianza Online.

Existen diferentes sellos de confianza digital, y por citar algunos ejemplos, tenemos: *Trusted shops* (garantías de protección al consumidor), *iCert* (gestiona las opiniones de una tienda Online, certificando su veracidad) o *eKomi* (que gestiona confianza, reputación, transparencia y resolución de reclamaciones de e-commerce).

## CROSS DOCKING Puerto cruzado

El cross docking es una técnica logística utilizada por los comercios electrónicos que busca reducir o eliminar el tiempo de almacenaje de un producto: Los productos se transportan entre un camión y otro de modo que la mercancía no sea alojada en un almacén intermedio.

Esto permite que los bienes materiales pasen por la cadena de suministro de forma más rápida hasta el punto de entrega.

## CROSS SELLING Venta cruzada

Es un término inglés que significa literalmente: ventas cruzadas.

Éste término es una técnica de marketing utilizada tanto en el comercio tradicional como en el digital, y consiste en la introducción a otros productos relacionados con el que están comprando.



Generalmente, cuando se elige un producto para comprar, el e-commerce muestra otro producto que tenga relación para intentar vender otro producto relacionado a modo de sugerencia.

Por ejemplo, comprar una chaqueta y mostrar una corbata a juego para que también se añada al carrito de compra. O en un restaurante de comida rápida, comprar una hamburguesa y que te sugieran un complemento por un euro más.

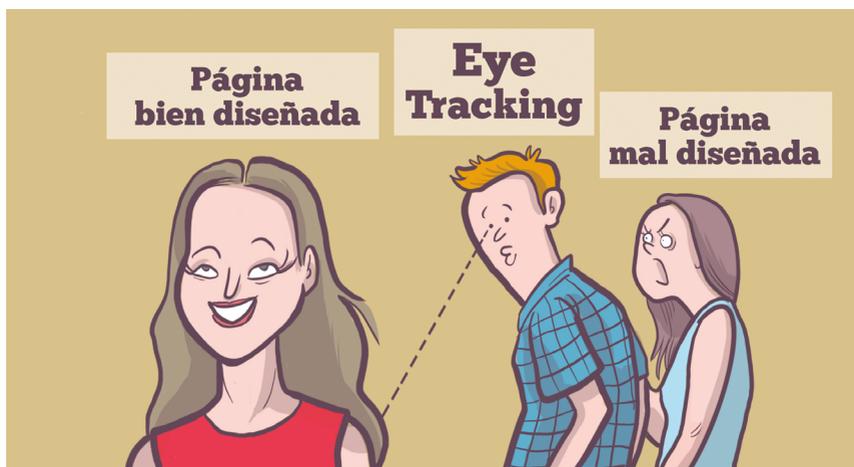
## E-MAIL MARKETING Marketing por mail

Son todas las acciones de Marketing que realiza un eCommerce o cualquier negocio electrónico, que se realizan utilizando como soporte principal el correo electrónico.

## EYE TRACKING Donde se fija la vista

En castellano significa: seguimiento de los ojos.

Consiste en evaluar los diferentes movimientos del ojo al enfrentarse a algún elemento (una web, un producto...) y permite conocer cuáles son los puntos calientes (donde más tiempo se centra la mirada) así como el movimiento del ojo a lo largo del objeto con el fin de estudiar el comportamiento del visitante de una web, y así mejorar la experiencia del usuario y la ergonomía.



## FAQ Preguntas más frecuentes

Los “Faqs”, siglas de *Frequently Asked Questions* (Preguntas Frecuentes), son secciones en las que se reúnen las preguntas más habituales en relación a un producto, servicio o temática en particular. La mayoría de páginas webs que ofrecen servicios suelen contar con un rincón de este tipo para que los usuarios accedan y resuelvan directamente esas cuestiones que suelen ser las más habituales.

Dada la utilidad que supone de cara a los usuarios, y también para los responsables de lo web, se ha convertido en un componente esencial de cualquier página con una buena afluencia de visitantes para evitar el tener que responder siempre a las mismas preguntas.

## FIREWALL Cortafuegos

Significa en castellano: Cortafuegos.

Es un programa que sirve para filtrar lo que entra y sale de un sistema conectado a una red.

Los filtros se pueden hacer por: contenido, es decir, por cantidad de información; por origen: impidiendo lo que llega desde direcciones IP desconocidas o no autorizadas y por tipo de archivos, rechazando los de determinadas extensiones, por tener estas, por ejemplo, la posibilidad de transmitir virus.

Por tanto, estamos hablando de un tipo de sistema de seguridad digital.

## FRONT-OFFICE Lo que ve el cliente

Es la parte de un sistema de software que interactúa directamente con el usuario, son los procesos que están directamente relacionados con el cliente.

El front-office está catalogado como el espacio en donde el cliente puede entrar en contacto con la empresa, en donde el consumidor es el principal protagonista y en donde la compañía tiene que esforzarse por dar su mejor imagen corporativa.

El front office tiene la misión no solo de dar asistencia al cliente, sino de satisfacer las exigencias y transmitir una grata impresión de la organización.

## **FREEMIUM** Gratis solo cierta parte

El Freemium es un modelo de negocio que proviene de la mezcla de dos conceptos: free (gratis) y premium.

Se trata del sistema mediante el cual una empresa otorga a los usuarios interesados un servicio o varios de forma completamente gratuita, pero que a la vez brinda la opción de gozar de mejores opciones si se animan a pagar por ellas.



## FUNNEL Embudar

Una definición coloquial del Funnel de ventas o Embudo de ventas sería “La manera en que una empresa planea captar a un cliente”.

Es decir, todo el proceso desde que el cliente se pone en contacto con la empresa hasta que se produce el cierre de la venta o ingreso.

Para el comercio electrónico, el embudo de ventas les ayuda a determinar que parte del proceso de venta puede estar fallando para poder solventarlo y así, ofrecer un mejor servicio al consumidor.



## LBS Servicio basado en localización

Gracias a la geolocalización y a la conexión y los datos ofrecidos a través de Smartphones u ordenadores, las compañías pueden detectar a través de sus servicios la ubicación en la que se encuentran los consumidores y, de este modo, poder hacerle propuestas especiales en base a ella.

Por tanto, LBS o location based services (servicios basados en localización, que así se llama en castellano), es un término que se utiliza para hablar de todos aquellos servicios que aprovechan la ubicación actual de un usuario para otorgar soluciones con un valor añadido. Sea en forma de productos específicos, consejos sobre la zona o cualquier otra posible utilidad.

# LEGISLACIÓN

## **LEY ANTICOOKIES** Ley antirastreo

Se conoce así a la Directiva de la Unión Europea que obliga a las páginas web a tener el consentimiento previo de los usuarios antes de poder utilizar la información recogida por las cookies que genera.

## **LOPD** Ley de protección de datos

Es la 'Ley Orgánica de Protección de Datos', y tiene por objeto garantizar y proteger las libertades públicas de las personas físicas en cuanto al tratamiento de sus datos personales y es la que se encarga de establecer las pautas que todas las entidades han de seguir para garantizar que la información del público permanece a buen recaudo y no se emplea con fines no permitidos por las personas. Es decir, es la responsable de que nuestra información no se mueva sin nuestro consentimiento.

## **LSSI** Ley de servicios de la sociedad de la información

Es la Ley de Servicios de la Sociedad de Información, y tiene por objeto garantizar las transacciones realizadas a través de los sistemas informáticos, así como la distribución de contenidos en la red. Es la Ley que regula las ventas online.

## SCA Autenticación reforzada

Hace referencia a la ley conocida como 'Autenticación Reforzada de Cliente', para combatir el fraude y el uso de información sensible en los pagos a través de Internet y que busca proteger los servicios de pago electrónico de determinados peligros relacionados con diversas fuentes de fraude como los vinculados con el robo o extravío de credenciales de los usuarios y la consiguiente posibilidad de que se produzca una suplantación ilegítima, con el riesgo que ello supone de transferencias inapropiadas de fondos y comparticiones de datos que no deberían realizarse.

La 'Autenticación Reforzada de Cliente' consiste en una doble autenticación de seguridad en el que solicita al cliente la identificación a través del DNI o pasaporte, una contraseña que solo sabe el comprador, o algo que sirva para identificarle, como una huella digital o un rasgo biométrico.



# MÉTODOS DE PAGO

## CONTRAREEMBOLSO

Aunque es un tipo de pago cada vez más en desuso, en su momento fue uno de los métodos de pagos más populares en Internet, y todavía hoy, hay tiendas online que permiten hacer este tipo de pago. En éste tipo de pago, el abono se produce una vez que se recibe el pedido.

## CRIPTOMONEDA

Una criptomoneda es una divisa *Peer to Peer* (ver P2P) puramente digital. Al ser digitales, es posible mandar criptomonedas a cualquier parte del mundo en cuestión de segundos y sin intermediarios. Como cualquier otra divisa, puedes cambiarlas por bienes y servicios igual que hacemos con las monedas tradicionales como el Euro o el Dólar.

Sus principales características son: No están controladas ni emitidas por ningún gobierno o institución y su valor depende directamente de la confianza de sus usuarios; Están basadas en criptografía; Suelen ser de código abierto.

Si bien los más populares son el Bitcoin, litecoin y ethereum, también pueden considerarse como criptomonedas, las monedas de cambio inventadas en videojuegos, casinos virtuales, etc.



.... Y así fue como las criptomonedas comenzaron a arruinar infancias.

## CUENTA PRIVADA

Es un tipo de cuenta que permite las transacciones con tarjetas de crédito online dentro del sitio web.

En general, es una sección con un procesador de pagos que permite procesarlos de manera online y que requieren de previo registro por parte del usuario.

## CVV Valor de verificación de tarjeta

Corresponde a las siglas 'Card Verification Value' y es un sistema antifraude que incluyen las tarjetas de crédito para verificar que el comprador tiene físicamente la tarjeta.

Dependiendo del proveedor será un código de 3 o 4 dígitos que se sitúa en el reverso de la propia tarjeta de crédito.

En comercio electrónico, es común tener que introducir estos dígitos durante el pago.

## CYBERCASH Dinero digital

El cybercash es conocido como “dinero digital” o “dinero electrónico”. Este tipo de mecanismo de pago se creó con la intención de resolver los problemas de seguridad relacionados con el uso del número de tarjeta de crédito por Internet.

Desde el punto de vista del cliente, esta estrategia le concede mayor seguridad, al implicar que su número de tarjeta nunca llega a ser conocido por el comerciante, sino solamente por el servidor de CyberCash y, por supuesto, por los bancos participantes.

Por tanto, puede decirse que CyberCash actúa como intermediario entre el comerciante y el consumidor, asegurando que el primero recibe el pago, mientras que el segundo recibe la mercancía.

## MEDIOS DE PAGO

Son los mecanismos existentes, proporcionados por el sistema financiero, para proceder al pago de los bienes o servicios adquiridos sin hacer uso del efectivo (billetes o monedas de curso legal).

Los medios o métodos de pago, o bien, sistemas de pagos electrónicos, realizan la transferencia del dinero entre compradores y vendedores en una acción de compra-venta electrónica a través de una entidad financiera autorizada por ambos. Es, por ello, una pieza fundamental en el proceso de compra-venta dentro del e-commerce.

Hay múltiples de pago existentes, entre ellos destacan: Las tarjetas de crédito, tarjetas de débito, las transferencias... sin embargo, gracias a Internet y las Fintech, han ido evolucionando, apareciendo nuevas fórmulas, tales como: pasarelas de pago, apps y wallets (para monedas virtuales), entre otros.

## **MERCHANT BANK** Banco comercial

Es el banco comercial. Son los que realizan negocios con comerciantes que aceptan tarjetas de crédito y garantizan el correcto desarrollo de las operaciones.

## **PASARELA DE PAGO**

Es una herramienta encargada de procesar el cobro y pago del producto, y actualmente, es uno de los métodos más utilizados en Internet, junto a las tarjetas de crédito/débito.

También se puede considerar un sistema de monedero virtual seguro, rápido y eficaz para poder efectuar pagos en Internet sin necesidad de contar con tarjetas bancarias.

Su principal objetivo es que se realice de manera rápida, sencilla y segura para el usuario, permitiendo realizar pagos, aceptarlos o simplemente enviar dinero a otras personas sin necesidad de introducir datos bancarios. Y, en definitiva, es uno de los métodos de pago favorito para cualquier compra que se haga en la red, dada su creciente popularidad.

Ejemplos de pasarela de pagos son: Paypal, Payu o Stripe...

## **TPV VIRTUAL** Terminal de punto de venta virtual

Un TPV (Terminal de Punto de Venta) virtual es un servicio que ofrecen los bancos para poder realizar/recibir pagos por Internet. Su funcionamiento es análogo al de las TPVs físicas, pero aplicado al mundo digital y es la que se encarga de validar la información proporcionada y de gestionar el proceso de cobro, a través de sus servidores.

No confundir con Pasarela de Pago.

# PROCESO DE COMPRA

## ABANDONO DEL CARRITO

Son las compras que no terminan de realizarse, es decir, los productos que los usuarios han elegido para comprar, pero que no han completado el proceso de compra.

Por ello, aunque estén los productos elegidos en el carrito de compra, el proceso quedará "congelado" a la espera del pago.



## ATENCIÓN AL CLIENTE

Es un canal de comunicación (o varios) que dispone la empresa para atender las peticiones, quejas y sugerencias de un cliente.

La atención al cliente ha evolucionado a lo largo de los últimos años y ahora podemos encontrar los habituales como una línea telefónica o un formulario de contacto. Sin embargo, también podemos ver otras herramientas para tal fin. Los más populares son: el chat en tiempo real y las redes sociales.

Últimamente es tendencia los 'chat bots', que no es más que un chat en tiempo real, en lugar de hablar con un operador humano, se conversa con un 'bot', es decir, un robot diseñado para mantener conversaciones de texto y que atiende a las peticiones más comunes.

## ATRIBUTOS (DE UN PRODUCTO)

Los atributos de productos sirven para definir características variables de un producto, de forma que permitan al cliente elegir algunos aspectos de ese mismo producto según sus necesidades.

También se pueden usar los atributos para definir búsquedas entre productos de diferentes categorías en una tienda digital.

Por ejemplo, una tienda online de zapatillas con categorías en función del deporte: running, fútbol sala, baloncesto, natación, trekking...

## BOFU Final del embudo

El BOFU es el cierre del ciclo de venta.

Es el punto al que llegan los usuarios que están completamente interesados en los productos o servicios de una compañía y que

requiere de especial cuidado para convertir ese interés en una compra o una contratación.

Es aquí donde, también, se suele ofrecer algún contenido de prueba, alguna muestra gratuita acompañada de información con la que el consumidor puede comprobar de primera mano las bondades del producto y terminar de decidirse con la compra. De hecho, la prueba gratuita suele ser el recurso más empleado por las compañías en el entorno digital para conseguir la venta final.

## BUYER PERSONA Persona compradora

El *buyer* persona es una representación de los clientes ideales de un eCommerce y sirve como guía para la creación de las estrategias de marketing digital.

Para la creación del modelo o arquetipo, las empresas toman como base de datos: Preferencias y hábitos de consumo, motivaciones, objetivos, datos demográficos y otros datos importantes para el desarrollo de las estrategias.



## CARRITO DE COMPRAS

El “carrito de compras” es una aplicación utilizada en los sitios de ventas online o e-commerce que recoge los pedidos de los clientes. El carrito de compras está representado en las páginas con un icono que contiene la imagen de un carrito de compras de supermercado.

## CATEGORÍAS

Las categorías son las diferentes clasificaciones en las que se puede catalogar o ubicar el contenido de un e-commerce en base a los productos, información o temática que aborda.

Es algo que puede formar parte de una jerarquía de contenidos o de la estructura de una tienda online, en la que se ordenan los productos.

## CESTA ABANDONADA

También conocido como carrito abandonado, es un término que se usa cuando un usuario ha agregado al carrito un grupo o conjunto de productos, pero que nunca han terminado de comprarse.

## CHECKOUT **Hacer un pedido**

El checkout se conoce en castellano como el proceso de compra, y es la parte de la tienda en la que se produce el pedido.

Normalmente se inicia en el carrito (ver carrito de compras), sitio en el que vamos depositando los productos que queremos comprar, y finaliza cuando terminamos todos los pasos, seleccionamos la forma en la que vamos a pagar, decidimos cómo queremos que nos envíen los productos, y aportamos todos los datos que nos piden, tales

como: dirección del domicilio (u otra dirección de entrega), método de pago, facturación; y en ocasiones, si existe la opción, nos pueden pedir método o vía de transporte, códigos de descuento, etc...



## CÓDIGO DE DESCUENTO

Es un elemento de principal atractivo de las compras en comercio electrónico, insertado en forma de cadenas alfanuméricas utilizadas para ofrecer descuentos.

Hay tres tipos de códigos principales en una tienda online: Los que ofrecen un descuento en el precio del carrito (el total de la compra), los que ofrecen un descuento en un producto determinado o los que ofrecen una ventaja adicional, como, por ejemplo, envío gratis.

## COUPONING *cuponeo*

También conocido como “cuponing” o “cuponeo”, es una técnica de marketing muy utilizada en los e-commerce y consiste en ofrecer una ventaja en la compra, generalmente en forma de descuento en el precio final.

Sin embargo, también es considerado un modelo de negocio e-commerce basado en las compras colectivas y los cupones de descuento online, que basan su modelo de negocio en la venta en grupos.



## **E-COMMERCE** Comercio electrónico

Conocido también como 'Comercio Electrónico' y es la acción de compra o venta que tenga lugar a través de medios electrónicos, principalmente en la web.

Consiste en toda la distribución, la venta, el proceso de compra, el marketing y el suministro de información sobre productos y/o servicios tomando como base Internet.

Es la actividad comercial en su estado más simple, pero llevada a Internet para sacar partido de sus posibilidades tanto de cara a la compañía como de cara al consumidor.

Dicho de otro modo, es el traslado del comercio tradicional al ámbito digital.

## **F-COMMERCE** Comercios en Facebook

Este concepto hace referencia a las tiendas online que trabajan directamente desde la red social Facebook, permitiendo hacer la compra sin salir de la misma.

También está asociado a otro término conocido como *Social Commerce*, ya que, a fin de cuentas, es una rama más de la misma.

Por tanto, es una variante del e-commerce.

## **GIFT CARD** Tarjeta regalo

En español se conoce como tarjeta de regalo o, cheque de regalo.

Su significado proviene de la voz inglesa «gift card» que significa en español "tarjeta para regalar".

Es una tarjeta que contiene una cantidad de dinero, formulada por un distribuidor o ente para que pueda utilizarse como alternativa de compra y para que dicha tarjeta, si se desea, pueda ser regalada.

Cabe destacar que en el mundo digital estas tarjetas no suelen ser físicas y buscan la oportunidad de ofrecer al consumidor una compra por un importe determinado, sin decidir de antemano el producto.

## **GOOGLE PLAY STORE** Tienda de aplicaciones

Es la tienda de aplicaciones móviles para dispositivos con sistema operativo Android. Todo programa que se desarrolle con el fin de ser utilizado en smartphones o tablets que cuenten con el S.O. de Google Android, debe aparecer listado en el catálogo de esta tienda para garantizar su seguridad y la aprobación por parte de la compañía.

En la actualidad, es uno de los principales medios de difusión de aplicaciones para smartphones y tablets debido a su vinculación con los dispositivos Android.

Mueve toneladas de contenidos y de usuarios al día y no hace más que crecer con software tanto gratuito como de pago, por lo que se considera como un Marketplace.

## **GOOGLE SHOPPING** Comparador de productos

Google Shopping es un comparador de productos de las distintas tiendas online que usan la plataforma y, por tanto, también de precios.

Por tanto, distintas compañías usarán Google Shopping para dar a conocer sus productos y sus precios a través de la búsqueda que realizan los usuarios.

## HOSTING Almacenamiento

También es popular como “web hosting”.

Es un servicio de alojamiento para las webs o tiendas online de otras empresas y también provee a los usuarios de Internet de un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web.

## INFOPRODUCTO

Un Infoproducto es lo que su propio nombre indica: una combinación entre información y producto.

Para concretar mejor, es un tipo de producto cuya finalidad es informar; por lo general, un libro o incluso un curso que un profesional construye en base a su experiencia y que pone a la venta para que su público objetivo lo adquiera y aprenda gracias al conocimiento de este experto.

## LOVEMARK Fidelidad a la marca

Se puede traducir como amor a la marca, es un concepto que ha pasado a formar parte del marketing moderno para convertirse en uno de los ejes principales de las nuevas estrategias de los e-commerce. Se trata de la idea de unir el amor con la marca, de conseguir que el usuario la elija por encima de todo.

Es el término con el que se acuña a las marcas que logran conectar con su público de una forma totalmente especial, creando un vínculo que muchos asemejan al del amor, pero llevándolo al ámbito comercial.



## M-COMMERCE Comercio desde el móvil

Son las siglas de Mobile Commerce, y hace referencia al Comercio electrónico desde el teléfono móvil.

Éste término toma sus bases del e-commerce, solo que llevando todas las transacciones a nivel de poder ser ejecutadas desde un teléfono móvil.

Por tanto, consiste en comprar y vender productos y servicios mediante dispositivos móviles (tabletas y smartphones).

Por ejemplo, se considera m-commerce, el hecho de comprar una camisa o comprar un billete de avión desde el teléfono móvil.

## **MARKETPLACE** Plataforma de venta online

Son las llamadas 'Plataformas de venta online' de terceros, puestos a disposición de particulares y empresas para vender allí sus productos sin necesidad de disponer de una tienda online propia.

Son ejemplos conocidos de Marketplace: Amazon, eBay, Etsy o AliExpress, entre otros.

## **MERCHANT** Comerciante

En castellano: Comerciante. Esto es, cada uno de los vendedores que encontramos habitualmente en una tienda online o marketplace.

## **OUTLET** Club privado de ventas

También conocido como "Clubs privados de ventas", son páginas web que normalmente reúnen ofertas muy atractivas de productos de marcas de prestigio.

Son muy populares y la mayoría de las marcas se han apuntado a la tendencia.

## **PACKING** Embalar

Se trata de todo lo que engloba al producto: El envase, embalaje y empaque del producto, básicamente, y se origina desde el momento que cada producto tiene propiedades físicas, comportamientos químicos e inclusive biológicos que deben ser tomados muy en cuenta en la decisión de la presentación frente al consumidor y consecuentemente en su introducción en cadenas de abastecimiento logístico y de distribución.

# PEDIDO

Es el momento en que se produce una comanda (recepción de la orden) de un producto o varios de un cliente y empieza cuando acaba un proceso de pago y acaba con la entrega del producto al cliente.

El ciclo del pedido, en términos generales son: recepción de la orden (el momento de la compra), procesamiento del pedido (picking, packing, etc), envío y entrega.



## PICKING

El picking es básicamente la preparación de un pedido y consiste en tener listo, coordinar y recoger el pedido desde, pasillos, estantes, carretillas, palets, tarimas y sistemas informáticos hasta el fin de su destino con el fin de mejorar los tiempos, espacios y eficiencia en la calidad del servicio por parte del e-commerce.

## PROCESO DE VENTA

El Proceso de venta son todos los pasos de un e-commerce, desde que un usuario entra a la tienda online hasta que formaliza la transacción final y se hace con el producto o contrata los servicios indicados. Va desde la atracción y la llamada de atención (marketing), hasta la realización de la venta.

## PRODUCTOS DIGITALES

Son productos que se pueden descargar a través de Internet y no tienen ningún elemento físico, y generalmente suelen ser archivos, como es el caso de: Música, películas, vídeos, aplicaciones, plantillas para programas, videojuegos, etc. Son consumidos en dispositivos como smartphones, tablets u ordenadores, principalmente.

## PROSUMER Comprador que colabora con la marca

Conocido también como prosumidor; y se trata del consumidor de una marca que no se conforma solo con ser cliente, sino que

también colabora de forma activa con ella. Personas que, además de comprar los productos de una firma, generan contenido relacionado como pueden ser posts en el blog de la empresa o en su perfil de redes sociales.

## **PUNTOS CLICK & COLLECT** Recoger en tienda

Es un sistema de “recogida en tienda”, un modelo híbrido de comercio electrónico en el que los usuarios seleccionan artículos en línea y los recogen en la propia tienda o en un punto de recogida centralizado (o autorizado).

Sus principales ventajas son los ahorros en gastos de envío, reducción del tiempo de espera para la recepción de la compra y generalmente mejora la experiencia del cliente en cuanto a seguridad, ya que se evita el temor de los clientes en cuanto a la filtración de datos bancarios, que el pedido no llegue en las condiciones deseadas, sea erróneo o no llegue a tiempo, entre muchos otros.

El servicio Click & Collect no debe ser confundido con la práctica de “retirar en tienda” que consiste en realizar un pedido online y recoger días más tarde, en un sitio determinado.

## **ROPO** Buscar online, comprar en tienda

Se refiere a aquellas compras realizadas en la tienda física pero que han sido investigadas y decididas en la tienda online por parte del consumidor.

El significado de ROPO son las siglas: Research online, purchase offline; es decir, Buscar online, comprar offline.

## **SHOWROOMING** Ver en tienda, comprar online

Es la práctica de los clientes de ver los productos en tiendas físicas para posteriormente comprarlos a través de tiendas online, generalmente por el precio.

## **TRACKING** Seguimiento

Es la técnica que usan las empresas para hacer un seguimiento en la forma de navegar de los usuarios a través de las cookies.

Con ésta técnica, miden las audiencias y conocen los comportamientos de los consumidores en las tiendas online.

## **UP SELLING** Venta con producto complementario

Es una técnica de venta consistente en ofrecer a los compradores otro producto adicional o complementario (generalmente de mayor valor) al que acaban de adquirir con tal de hacer que tengan una experiencia mucho mejor y más completa.

El Up Selling por lo general implica la comercialización de servicios o productos más rentables, pero también puede ser simplemente exponiendo al cliente otras opciones que quizás no eran consideradas previamente.

Ejemplos de upselling pueden ser: La venta de un contrato de servicio extendido para un aparato, venta de acabados de lujo en un vehículo, versiones Premium de un producto, etc.



## VARIANTES

Las variantes de un producto hacen referencia a las diferentes modalidades o características que pueda tener un producto como, por ejemplo, talla, color, unidades, etc.

## WE COMMERCE *Compra colaborativa-social*

Es un término que cada vez se está usando más para referirse a las compras online que se hacen desde un punto de vista social, esto es aquellas en las que se comparte información con las redes de contactos, se informa de que se ha comprado y se pide recomendaciones.

También se denomina compra colaborativa-social o «Compra social», donde el objetivo es ahorrar, realizando compras grupales, ya que interviene el número de personas que pueden comprar X producto. En algunos casos las ofertas son por stock limitado y por otros es a partir de X stock asegurado.

## WISH LIST Lista de deseos

Significa: lista de deseos o regalo, y es aquel listado que cualquier usuario puede elaborar en cualquier e-commerce para guardar todos los productos que le hayan despertado interés con el fin de adquirirlos más adelante o simplemente compartírlas con otras personas a las que les puedan interesar.



# TIPO DE NEGOCIOS

## **B2A** Empresa-Administración

Corresponde a las siglas en inglés, *Business-to-Administration*.

Y son las relaciones de negocios (incluyendo los negocios digitales) que tienen las empresas con las Administraciones Públicas.

## **B2B** Empresa-Empresa

Corresponde a las siglas en inglés, *Business-to-Business*.

Son las relaciones efectuadas entre empresas.

En Internet, existen comercios electrónicos especializados en ofrecer productos y servicios destinados únicamente a empresas, por lo tanto, podremos decir que es un negocio B2B.

## **B2C** Empresa-Consumidor

Corresponde a las siglas en inglés, *Business-to-Consumer*.

Son los negocios o e-commerce destinados al cliente final.

## C2B Consumidor-Empresa

Son siglas que corresponden a la expresión inglesa 'Consumer to Business', y podrían traducirse como del 'consumidor al negocio'.

El significado de C2B en el ámbito del comercio electrónico hace referencia a un modelo de negocio en que los ciudadanos o consumidores son los que crean un valor que posteriormente consumirán las empresas y es el consumidor quién fija las condiciones de esa transacción, por lo tanto, el cliente propone y colabora en ese servicio o producto determinado, en lugar de hacerlo en una oferta específica.

Este tipo de modelos es propio de sectores como el ocio y el turismo. Por ejemplo: un cliente online puede pujar por un producto o servicio hasta lo que esté dispuesto a pagar.

## C2C Consumidor-Consumidor

Sus abreviaturas corresponden a la terminología 'Consumer to consumer', y hace referencia a una actividad comercial o económica entre los propios consumidores aprovechando determinados sitios web o espacios ofrecidos por empresas.

Generalmente se realiza a través de una plataforma dedicada o aplicaciones móviles, aunque también existen muchos medios más pequeños para facilitarla. Se suele obtener una pequeña comisión, aunque los costes son prácticamente nulos.

## DROP SHIPPER Vendedor que no tiene el stock

Un Dropshipper es un proveedor de *Dropshipping* (ver Drop Shipping\*).

Se trata de la empresa, firma o compañía que suministra los productos que una tienda online quiere comercializar sin necesidad de que esta tenga almacén propio.

Éste es el que se encarga de almacenar todos los productos, ofreciendo sus servicios a cambio de una comisión por venta o de una tarifa en concreto.

## **DROP SHIPPING** Venta sin stock

Se trata de un tipo de e-commerce en la que el vendedor no cuenta con stock de los productos, sino que manda directamente las ordenes al distribuidor y es éste quien se encarga de hacerle llegar el pedido al comprador.

Por tanto, podemos concluir, que el Drop Shipping es una técnica de realizar ventas sin contar físicamente con el inventario, triangulando entre el vendedor y el comprador.

## **EBUSINESS** Negocio electrónico

También conocido como negocio electrónico.

El eBusiness son las líneas de negocio que se canalizan exclusivamente en Internet. Cualquier tipo de negocio que base su actividad a través de la red puede considerarse un negocio electrónico.

## **MEMBER SITE** Suscripción

Es lo que se conoce como sitio de membresía (suscripción).

Se trata de una página web en la que se publica contenido de calidad y de especial interés para ponerse a disposición solo a un

grupo selecto de usuarios que han decidido pagar periódicamente, y además, ofrecer algún tipo de compensación a los responsables de dichas publicaciones.

También se le conoce como Membership site.

## MEMBRESÍA

A efectos prácticos, es un concepto idéntico al de suscripción.

La Membresía es el término con el que se define a ese procedimiento a través del que un usuario decide pasar parte de un grupo selecto de consumidores a ojos de una empresa, recibiendo información sobre sus servicios y/o productos, así como algún tipo de bonificación especial.

## POP UP STORE Tienda efímera

Es una tienda efímera, es decir, que abre sólo para unos días y sirve para testar a los consumidores y ver cómo reaccionan los clientes, además de dar a conocer dicha marca o producto.

En el e-commerce también se aplica este concepto, aunque no es muy común y normalmente es para testear su funcionamiento.

## RETAILER Venta al por menor

Cualquier negocio que se dedique a la venta al detalle o al por menor.

En el mundo digital también se les conoce como *E-retailers*, que es el arquetipo de negocio que ha surgido como consecuencia del paradigma digital. Se trata de tiendas cuyo único canal de ventas es internet. Se confunde muy fácilmente con el término *Pure-Player*, que puede ser una empresa de cualquier tipo.

## SAAS Software como servicio

Significa: *Software as a service*, es decir, software como servicio.

Hace referencia al modelo de distribución del software desde la nube, accediendo a él vía web y estando alojado en un servidor del distribuidor.

Son ejemplos de ello: Google Docs, Canva, Asana o Trello, entre otros muchos.

## SOCIAL COMMERCE Comercio social

El Social Commerce (S-Commerce) o Comercio Social, es una categoría que abarca el comercio electrónico y su actividad se basa en las redes sociales, así como en los contenidos aportados por los usuarios en ellas.

Todo ello ha surgido a partir de la integración de las tiendas en plataformas como Facebook o Instagram, donde se puede exponer un producto o un catálogo para su compra-venta.

## WEB DE SUBASTAS

Son aquellas tiendas online en las que no hay precio fijo para los productos, sino que se puja por ellos durante un periodo establecido.

# ADEMÁS... DEBES CONOCER

## BACKOFFICE Administración de las webs

Back office es una expresión tomada de la lengua inglesa que quiere decir, literalmente, 'oficina trasera'.

En los servicios a través de la web, es decir, servicios esencialmente digitales, el back office se refiere a los procesos de alimentación y administración de los portales, páginas y blogs de contenidos, a los cuales el usuario final no tiene acceso.



## **BENCHMARKING** Evaluación

Formalmente, se entiende como el proceso sistemático de evaluación de productos, servicios y procesos de trabajo en organizaciones de cara a optimizarlos.

En este proceso se recopila información y se obtienen nuevas ideas, mediante la comparación de diferentes aspectos con el fin de mejorar el nivel de calidad y la productividad.

En pocas palabras, el Benchmarking es la consecuencia de una administración que tiene como objetivo la mejora de la calidad. También es una herramienta para la mejora de procesos dentro de la legalidad establecida.

## **CALL TO ACTION** Llamada a la acción

También conocido como 'llamada la acción' y por sus siglas en inglés, CTA.

El CTA es una técnica de marketing digital con el objetivo de atraer clientes potenciales y convertirlos en clientes finales, generalmente a través de un formulario de suscripción.

Su principal característica es que tiene forma de botón o de enlace y un texto que anima al usuario a hacer clic.

Por lo general, este texto contiene términos en modo imperativo, como, por ejemplo: "llama ahora", "haz clic aquí", "apúntate ya", "descarga el ebook y "contáctanos". Son ejemplos de CTA más comunes.



## COMMUNITY MANAGER Gestor de comunidad

El Community Manager es un perfil profesional dentro de una empresa responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online, generalmente en redes sociales, alrededor de una marca en Internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.

## COOKIES Rastros

Segmento de datos que son almacenados en el navegador del usuario con la finalidad de ofrecer mayor información al servidor web acerca de éste, permitiendo así recordar determinados parámetros e información sobre el usuario, consiguiendo una mayor personalización y análisis sobre el comportamiento del mismo.

Las cookies sirven para identificar y reconocer los usuarios, así como para conocer su comportamiento de navegación y no contienen ni recopilan información.

Se usan, por ejemplo, para mantener en usuario autenticado en una cuenta (la de tu Gmail, por ejemplo) sin que sea necesario que se autentique cada vez que acceda a la cuenta.



## DISCLAIMER Advertencia

Disclaimer significa advertencia, y simplemente, hace referencia práctica para extender el texto legal.

# ERGONOMÍA

Adaptación gráfica y organizacional de un sitio web para optimizar la navegación y la facilidad de manejo de los visitantes de una página web.

## FOLLOWER Seguidor

Conocido como "seguidor", es un usuario que decide libremente comenzar a recibir el contenido que publica otro usuario o marca. En cualquier momento puede dejar de seguir al otro si es que el contenido publicado no es de su interés. Generalmente es utilizado en las redes sociales.



## GAMIFICATION Gamificación

Gamificación en castellano.

Es el uso de la teoría y mecánica del juego para mejorar los resultados de una tienda online, buscando así “enganchar” a los usuarios mediante juegos en los que pueden conseguir recompensas, puntuaciones, estar en los primeros puestos del ranking y así obtener más reconocimiento dentro de la entidad, incluso de una comunidad.



## GEOLOCALIZACIÓN

Consiste en el conocimiento de la ubicación geográfica de usuarios/clientes para poder aprovechar esta información para ofrecer contenidos de una manera más segmentada.

Es un dato bastante importante a ojos de las compañías, ya que deben tenerlo muy en cuenta para valorar a qué región quieren destinar su contenido o sus campañas de marketing.

Es algo que juega un papel bastante positivo para las webs, pero sobre todo para los usuarios, ya que los buscadores se encargan

de hacer que siempre aparezcan primero aquellas consultas que se encuentren cerca para garantizar una mejor experiencia.

## **HTML** Lenguaje de marcas de hipertexto

Sus siglas corresponden a 'HyperText Markup Language', y es el principal lenguaje utilizado en las páginas webs.

Con él se puede definir la estructura, añadir textos e imágenes, insertar objetos, definir etiquetas, etc.; y es el lenguaje de programación que da sentido a internet.

## **HTML5** 5ª versión del lenguaje de marcas de hipertexto

Es la última versión del lenguaje HTML que se conoce.

Entre las novedades que incorpora, destaca la modificación de la estructura web anterior de cabeza y cuerpo, a la que se le han añadido otras secciones como pie de página, artículos, comentarios... así como la integración de audio y vídeo.

## **HTTPS** Protocolo seguro de transformación

Significa 'Hypertext Transfer Protocol Secure' (Protocolo Seguro de Transferencia de Hipertexto) y es una combinación del protocolo HTTP y una encriptación de seguridad (SSL) que se emplea para lograr conexiones más seguras, muy útil para transacciones de pagos y otras informaciones sensibles que se realizan a través de una web.

Su objetivo principal es garantizar a los usuarios que navegan que la página en la que se encuentran es segura y actúa de forma acorde a lo que dictan las normas actuales en internet.

## **JAVA** Lenguaje de programación para aplicaciones

Lenguaje de programación diseñado para generar aplicaciones en Internet. Este lenguaje ofrece características avanzadas, como el aumento de detalle en la animación y actualizaciones en tiempo real.

## **JAVASCRIPT** Lenguaje de programación

Javascript es un lenguaje de programación diseñado para realizar actividades tanto simples como complejas en páginas web.

Es un error habitual confundir este lenguaje con Java, debido a las similitudes entre nombres, que tienen funciones similares o que uno es un subconjunto del otro; pero no tienen conexión alguna más allá de la casualidad en su nombre.

Ambos se elaboraron con fines totalmente distintos, aunque es cierto que el lenguaje orientado al entorno web, el que nos ocupa, tiene ese nombre porque sus creadores intentaron aprovechar la seriedad y popularidad de Java.

## **LANDING PAGE** Página de entrada

Es la página por la cual el usuario está entrando al sitio o eCommerce.

En general, para las campañas publicitarias se crean páginas especiales a las cuales se deriva el usuario luego de hacer click en el anuncio ("la landing de la campaña"). Pero, en general, es la página por donde el usuario entró al sitio, generalmente, a través de una acción publicitaria o de marketing.

En español también se las conoce como "página de aterrizaje".

## LINK Enlace

También conocido como enlace o hipervínculo, sirven para saltar de una página a otra, a un archivo, video, etc.

## LOGIN Inicio de sesión

El login es el nombre dado al momento de autenticación al ingresar a un servicio, sistema o una tienda online (previo registro).

En el momento que se inicia el login, el usuario entra en una sesión, para ello se emplea usualmente un nombre de usuario y contraseña. Actualmente el procedimiento de login puede ser también a través de la lectura de las huellas dactilares (con un lector de huellas), identificación a través de las redes sociales, entre otras formas.

Login suele usarse como verbo y conjugarse al españolizarse, por ejemplo: "loguearse". En inglés la acción de "loguearse" es "logging in". Pero un término más apropiado para "loguearse" sería "Iniciar sesión" o "Autenticarse" o "Autenticarse".

## LOGÍSTICA

Cuando hablamos de logística, nos referimos a todo lo relacionado con el almacenamiento, reparto y entrega de los productos que se comercializan dentro de una tienda online.

Habitualmente, suele estar subcontratado a otra empresa dedicada exclusivamente para ello.

## MULTICANAL

Se trata de la posibilidad que una tienda online venda utilizando diferentes canales para ello, de manera que permita una combinación de varios. El desarrollo de los smartphones, el auge de las redes sociales, etc. permiten ampliar este concepto.



## NEWSGROUPS Grupos de noticias

Son lo que conocemos como grupos de noticias o news. Son anuncios clasificados por grupos y que son accesibles mediante correo electrónico. Te suscribes, y periódicamente te bajas los "títulos" de los mensajes y seleccionas las que quieres leer.

## **OLTP** Proceso de transacción online

Son las siglas en inglés de 'OnLine Transaction Processing' (Procesamiento de Transacciones En Línea), y es el tipo de sistemas que facilitan y administran aplicaciones transaccionales para el e-commerce a través de paquetes de software basados en la arquitectura cliente-servidor.

## **OPEN SOURCE** Código abierto

Significa código abierto, y se refiere al software distribuido y desarrollado de una manera libre.

Entre los principales softwares Open Source podemos encontrar: Android, Firefox y las plataformas ecommerce Magento, Prestashop, osCommerce, etc...

## **OPT-IN** Optar por entrar

Es la acción de darse de alta voluntaria en una lista de distribución de información y que concede permiso a una marca o negocio para enviarle correos electrónicos.

También la podemos definir como, aquellas listas de distribución en la que todos sus suscriptores lo son por propia voluntad y tienen la posibilidad de darse de baja cuando lo deseen.

Suele estar disponible en las webs de cualquier marca o negocio en campos típicos como los de suscripción o recepción y envío de ofertas.

## **PURE-PLAYERS** Empresa exclusivamente online

Empresas que únicamente operan a través de Internet.

## RETARGETING Publicitar según usuario

También conocido como Remarketing.

Consiste en volver a hacer publicidad a un usuario en base a su comportamiento de búsqueda histórico. La mayoría de las veces se hace a través de la captación de cookies.

En definitiva, es una técnica de marketing digital que recurre para impactar en aquellos usuarios que han interactuado anteriormente con una marca y que busca conseguir la venta a aquellos que han mostrado interés por un producto o servicio en relación con una compañía, pero que todavía no han realizado la compra.



## RMA Autorizar la devolución de la mercancía

Son las siglas de '*Return-Merchandise-Authorization*', que, traducido al castellano significa, 'autorización de devolución de mercancía'. Se refiere a la transacción entre distribuidores para las devoluciones de un producto con la finalidad de repararlo o reemplazarlo.

## SPAM Envío de mensajes no solicitados

El Spam es un término inglés que se utiliza para referirse a la práctica de enviar mensajes no solicitados, es decir, que los usuarios no han proporcionado la dirección de correo al remitente.

Es una práctica extremadamente intrusiva y con un gran rechazo por parte de los internautas.



## START-UP Empresas nuevas de emprendimiento

Empresas recién constituidas, de nueva creación y habitualmente relacionadas con el emprendimiento.

## **TRUSTRANK** Rango de confianza

Concepto que se utiliza para hablar de la credibilidad o confianza de una página web. Es un término planteado por Google que y que depende de la cantidad y sobre todo la calidad de los enlaces que apuntan a la web en cuestión.

## **WEBMASTER** Creador de webs

Persona que se encarga de la creación de una web así como de su mantenimiento.

El e-commerce puede estar repleto de términos confusos que pueden ser difíciles de comprender. En el mundo de las compras online muchos de los términos que se usan son anglicismos o están directamente en inglés por lo que aumentan la confusión.

Esto puede asustar un poco a cualquier persona poco familiarizada con estos términos o que nunca ha realizado una compra por internet, pero entenderlos es más fácil de lo que crees.

Este diccionario que tienes en las manos arrojará luz sobre todos los términos que se utilizan en el ámbito del comercio electrónico explicando todos ellos y, además, traduciendo los que vienen del inglés. También trata de ser un elemento formativo entretenido y ameno, sin utilizar tecnicismos complicados.

Con este diccionario **ADICAE** sigue avanzando en la formación de consumidores críticos, responsables y solidarios, para que lo sean tanto en sus compras físicas como en sus compras online.

Gracias a este diccionario no tendrás más dudas y podrás tener más confianza mientras estás realizando una compra online.

**¡Consúltalo siempre que lo necesites!**



Con el apoyo del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social  
Su contenido es responsabilidad exclusiva de la Asociación