



MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN  
Y FORMACIÓN PROFESIONAL



SECRETARÍA GENERAL  
DE FORMACIÓN PROFESIONAL

INSTITUTO NACIONAL  
DE LAS CUALIFICACIONES

## **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: GESTIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

**Código: COM709\_3** **NIVEL: 3**



**Actividad logística:** es el conjunto de los medios y métodos que permiten llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio. La logística empresarial implica un cierto orden en los procesos que involucran a la producción y la comercialización de mercancías.

**Análisis de datos:** proceso que consiste en inspeccionar, limpiar y transformar datos con el objetivo de resaltar información útil, para sugerir conclusiones y apoyo en la toma de decisiones.

**Analítica web:** procedimiento mediante el cual se recaba información relacionada con los usuarios que visitan una página web para realizar un análisis estratégico y optimizar su estadía en el sitio, para lo cual existen varios tipos de herramientas de analítica web.

**Áreas de negocio:** segmentos identificables y distintivos del entorno con el que una empresa hace (áreas actuales) o puede hacer negocio (áreas potenciales), o sea, responder con su oferta a unas demandas de producto.

**Asertivo:** que indica o expresa afirmación o sirve para afirmar.

**Atención al cliente:** servicio que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes.

**Base de datos:** conjunto de datos almacenados en ficheros informatizados, a los que se puede acceder con gran rapidez para actualizar, modificar, consultar o analizar su contenido.

**Big data:** es un término que describe el gran volumen de datos.

**Blog:** (o bitácora web) es un sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor, contenidos de su interés.

**Buyer persona:** es una representación semi-ficticia de un consumidor final (o potencial) construida a partir su información demográfica, comportamiento, necesidades y motivaciones.

**Caché (informática):** componente de hardware o software que guarda datos para que las solicitudes futuras de esos datos se puedan atender con mayor rapidez

**Cadena logística:** integrada por todos los medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio.

**Cámara de comercio:** organización formada por empresarios, dueños de pequeños, medianos o grandes comercios con el fin de elevar la productividad.



**Campañas:** conjunto de estrategias comerciales que tienen como objetivo dar a conocer el producto o servicio que buscas ofrecer. Esto se logra a través de anuncios distintos pero relacionados, que aparecen en uno o varios medios de comunicación durante un periodo determinado.

**Campos de acción:** ámbito en el que quiere llevar a cabo una actividad comercial.

**Canal de comunicación:** soporte que transmite la información desde el emisor, que es quien la envía, hasta el receptor, que es quien la recibe

**Canal de distribución:** vías elegidas por una empresa y que un producto recorre desde que es creado hasta que llega al consumidor final.

**Canal digital:** sirve para dar servicio, comunicar o vender a través de un formato digital.

**Chat:** intercambio de mensajes electrónicos a través de internet que permite establecer una conversación entre dos o varias personas.

**Ciberseguridad:** conjunto de herramientas, políticas, conceptos de seguridad, salvaguardas de seguridad, directrices, métodos de gestión de riesgos, acciones, formación, prácticas idóneas, seguros y tecnologías que pueden utilizarse para proteger los activos de la organización y los usuarios en el ciberentorno.

**Ciclo de compra:** proceso por el que pasa un consumidor potencial antes de tomar la decisión de efectuar una compra o conversión final. Este proceso se representa normalmente mediante un embudo o funnel.

**Comercio electrónico (e-commerce):** intercambio de bienes y servicios realizado a través de a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

**Comunicación offline:** marketing que se realiza en internet.

**Comunicación online:** marketing que se realiza fuera de internet.

**Comunicación telemática:** transmisión de información o sistema de comunicación a distancia que se realizar por medios electrónicos o electromagnéticos.

**Contingencias:** situaciones inciertas que puede ocurrir o no en un futuro.

**Contrato de compraventa:** contrato consensual, bilateral, oneroso y típico en virtud del cual una de las partes (vendedor) se obliga a dar algo en favor de la otra (comprador) a cambio de un precio en dinero.

**Conversión:** pasos que da el usuario en un sitio web específico y que generan valor a la empresa.



**Correlación:** correspondencia o relación recíproca entre dos o más acciones o fenómenos.

**Coste unitario:** es el gasto total que incurre una compañía por producir, almacenar y vender una unidad de un producto o servicio en particular.

**Coste:** suma de gastos necesarios para obtener un trabajo/servicio (consumo), o la renuncia a un beneficio por decidir utilizar los recursos para otro fin distinto.

**Costes asociados:** conjunto de todos los costes hasta llegar a la totalidad de un producto terminado.

**Costes logísticos directos:** puede medirse y asignarse de manera clara e inequívoca a un producto concreto.

**Costes logísticos fijos:** representa los gastos invariables de producción.

**Costes logísticos indirectos:** gastos que afectan al proceso productivo, pero no se pueden asignar de manera directa.

**Costes logísticos variables:** gasto que fluctúa en proporción a la actividad generada por una empresa.

**Costes logísticos:** gasto que realiza la empresa para llevar a cabo sus actividades operativas.

**Criterios de calidad:** aspectos relevantes que resumen, en la medida de lo posible, la capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas de la actividad o del proceso que medimos.

**Cuadro de mando:** indicador que permite conocer la situación global de negocio o de una parte del negocio en un momento dado y facilita la toma de decisiones y el control.

**Curación de contenido:** consiste en seleccionar información relevante que ya está publicada en Internet, filtrarla, organizarla, añadir un valor adicional y difundirla a la comunidad.

**Datos activos:** bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, resultantes de sucesos pasados de los que se espera obtener beneficios o rendimientos económicos en el futuro.

**Desviaciones:** diferencia que se produce entre las circunstancias y resultados previstos y los reales.

**Devolución:** proceso mediante el cual un cliente que ha comprado un producto, le devuelve al vendedor y a cambio, recibe u otro producto igual o sustitutivo.



**Diagrama de flujo:** forma esquemática de representar ideas y conceptos en relación.

**Documentación técnica:** consiste en toda la información que nos explica cómo funciona un sistema como está diseñado y con qué fin.

**Dominio:** denominación que identifica a un sitio en la red y que indica su pertenencia a una categoría determinada.

**Email marketing:** (emailing o e-mailing) es una palabra en inglés que se utiliza para definir el envío masivo de correos electrónicos a un conjunto de contactos. El envío de una campaña de email marketing es a la vez un acto de comunicación online y marketing directo.

**Embudo de conversión:** es un término de Marketing Online que trata de definir los distintos pasos que tiene que dar un usuario para cumplir un objetivo determinado dentro de la web, ya sea un registro, una compra o la generación de un lead.

**Embudo de ventas:** representación de las etapas por las que un potencial cliente pasa, desde el primer contacto con la empresa hasta el cierre de la venta.

**Escandallo:** determinación del precio de coste o de venta de una mercancía con relación a los factores que lo integran.

**Escucha activa:** procedimiento que nos permite hacer el seguimiento de las conversaciones que están teniendo lugar en el entorno digital sobre nuestra empresa aplicando una metodología concreta.

**Estrategia de producto:** conjunto de acciones o planes que se realizan para alcanzar objetivos como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado.

**Estrategia digital:** se refiere a la definición y ejecución de planes de actuación a medio y largo plazo en los que se definen los canales, medios y oportunidades en el ámbito de la conectividad a Internet para lograr más ventas o más audiencia para una organización.

**Experiencia de Interacción (IX):** proceso que lleva a cabo el usuario cuando interactúa con un producto.

**Facturación de operaciones:** Cantidad de dinero que suman todas las facturas emitidas por una empresa durante un período determinado de tiempo.

**Función logística:** conjunto de los medios y métodos que permiten llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio.

**Gestión comercial:** encargada de conseguir que los productos se vendan.



**Gestión de calidad:** mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos.

**Hardware:** Conjunto de elementos físicos o materiales que constituyen una computadora o un sistema informático.

**Hoja de pedido:** también orden de compra, documento que emite el comprador para pedir mercaderías al vendedor; indica cantidad adquirida, detalle, precio y condiciones de pago, entre otras.

**Incoterms:** reflejan las normas de aceptación voluntaria por las partes en un contrato de compraventa internacional de mercaderías acerca de las condiciones de entrega de las mercancías.

**Indexar:** ordenar una serie de datos o informaciones de acuerdo a un criterio común a todos ellos, para facilitar su consulta y análisis.

**Indicadores clave (KPIs):** es un acrónimo formado por las iniciales de los términos: Key Performance Indicator. La traducción válida en castellano de este término es: indicador clave de desempeño o indicadores de gestión. Los KPIs son métricas que nos ayudan a identificar el rendimiento de una determinada acción o estrategia.

**Índice Customer Effort Score (CES):** tipo de métrica de satisfacción del cliente.

**Índice de satisfacción del cliente (CSAT):** metodología de encuesta de satisfacción del cliente.

**Índice Net Promoter Score (NPS):** medir la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones.

**Interfaz:** dispositivo capaz de transformar las señales generadas por un aparato en señales comprensibles por otro.

**Lead:** es un usuario que ha entregado sus datos a una empresa y que, como consecuencia, pasa a ser un registro de su base de datos con el que la organización puede interactuar. Para ello también es necesario que esta persona haya aceptado la política de privacidad de la compañía.

**Línea de actuación:** estrategias de orientación y organización de diferentes actividades relacionadas con un campo de acción, de tal forma que se pueda garantizar la integración, articulación y continuidad de esfuerzos, de manera ordenada, coherente y sistemática.

**Líneas de producto:** grupo de productos relacionados entre sí que se ofrecen a la venta.



**Liquidación:** venta de mercancías a un precio muy bajo para despacharlas pronto, o a causa de un traslado, una quiebra o un traspaso.

**Log de registro:** grabación secuencial en un archivo o en una base de datos de todos los acontecimientos (eventos o acciones) que afectan a un proceso particular.

**Logística inversa:** conjunto de actividades y procesos que se lleva a cabo para trasladar los productos o materiales desde el usuario o consumidor hasta el fabricante.

**Logística:** conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.

**Marca:** es una identificación comercial primordial y/o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.

**Marketing directo:** conjunto de técnicas de comunicación y distribución, que se originan dentro de un sistema de comercialización, que tiene como finalidad la de establecer vínculos de manera directa con el comprador, esto se hace con el objeto de promover un producto o servicio

**Marketing (mercadotecnia):** conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

**Memoria intermedia:** en informática, es la memoria que almacena datos de forma temporal a la espera de ser transferidos a un dispositivo, a un software o a su almacenamiento permanente en otra memoria.

**Métrica:** son aquellos datos expresados numéricamente que nos sirven para analizar el rendimiento de una determinada campaña de marketing online.

**Métricas de Experiencia de Interacción (IX):** trata de medir la experiencia del cliente.

**Modelo de negocio:** representación abstracta de una organización, ya sea de manera textual o gráfica, de todos los conceptos relacionados, acuerdos financieros, y el portafolio central de productos o servicios que la organización ofrece y ofrecerá con base en las acciones necesarias para alcanzar las metas y objetivos estratégicos.

**Modelos predictivos:** para predecir la respuesta a una promoción de marketing o a una determinada inversión.

**Monitorizar:** controlar el desarrollo de una acción o suceso a través de uno o varios monitores.



**Motores de búsqueda:** es un sistema informático que busca archivos almacenados en servidores web gracias a su araña web. Un ejemplo son los buscadores de Internet, cuando se pide información sobre algún tema.

**Movimientos de mercado:** movimiento claro y sostenido ascendente o descendente, este recibe el nombre de tendencia.

**Niveles de producción:** grado de uso de la capacidad de producción.

**Niveles de servicio:** porcentaje de los pedidos que la empresa es capaz de atender dentro de un plazo determinado.

**Objetivo comercial:** metas o fines específicos, establecidos por la dirección de marketing, que se desean conseguir.

**Objetivo estratégico:** resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año.

**Optimización:** método para determinar los valores de las variables que intervienen en un proceso o sistema para que el resultado sea el mejor posible.

**Organigrama:** representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.

**Outlet:** tienda en la que se venden productos de una o más marcas que están fuera de temporada o tienen alguna tara, por lo que son más baratos.

**Palabras clave o keyword:** término utilizado en el marketing digital para describir una palabra o grupo de palabras que un usuario de Internet utiliza para realizar una búsqueda en un buscador o barra de búsqueda.

**Pasarela de pago:** servicio de un proveedor de servicios de aplicación de comercio electrónico, con el que se autorizan pagos a negocios electrónicos (en línea).

**Plan de desarrollo:** se concretan los objetivos de ventas y se especifica de qué forma se conseguirán cuantificándolos en un presupuesto.

**Plataforma de comercio electrónico:** software que sirve para crear una tienda online y vender tus productos a través de Internet.

**Posicionamiento de un producto:** estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo, relativo a la competencia, en la mente del consumidor.



**Posicionamiento natural en buscadores:** o búsqueda orgánica, se refiere a los resultados de búsqueda que aparecen en los motores de búsqueda de forma natural, sin ser influenciados por la publicidad de pago.

**Preguntas frecuentes (FAQs):** que en español podemos traducir como 'preguntas frecuentes'. Como tal, es una lista de las preguntas más frecuentes con sus respectivas respuestas sobre un tema en particular.

**Promoción:** actividades que tratan de estimular la demanda a corto plazo de un producto o servicio, mediante la utilización de incentivos materiales o económicos.

**Proveedor:** empresa que abastece de productos necesarios a una persona, grandes grupos, asociaciones, comunidades u otros.

**Red logística:** soporte que posibilita que el producto llegue al consumidor.

**Refinado de datos:** proceso de purificación de datos.

**Rendimiento de software (profiling):** investigación del comportamiento de un programa de ordenador usando información reunida desde el análisis dinámico del mismo.

**Reporte analítico:** es un texto el cual tiene como principal objetivo el explicar o definir las causas que dieron lugar a un determinado suceso.

**Reportes (informe, reporting):** noticia o informe acerca de un hecho o suceso reciente.

**Repositorios:** son archivos donde se almacenan recursos digitales de manera que estos pueden ser accesibles.

**Retorno de inversión (Return on Investment, ROI):** es el valor económico generado como resultado de la implementación de diferentes acciones. Este indicador nos permite medir el rendimiento que se ha obtenido.

**Rotura de stock:** refleja la ausencia o escasez de suficiente stock de productos en un momento dado debido a falta de previsión.

**Segmentación:** divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

**SEM (posicionamiento de pago en buscadores, Search Engine Marketing):** acción de Marketing dentro de los buscadores, sea de pago o no.



**Sistema de radiofrecuencia (RFID):** sistema de almacenamiento y recuperación de datos remoto. El propósito fundamental de la tecnología RFID es transmitir la identidad de un objeto mediante ondas de radio.

**Sistemas de intercambio de información (EDI):** sistema de comunicación que permite el envío y la recepción de documentos electrónicos en un formato normalizado entre los sistemas informáticos de quienes intervienen en una relación comercial.

**Sistemas relacionales de gestión de clientes y/o usuarios (CRM):** siglas de *Manejo de las Relaciones con el Cliente*, es un modelo de gestión de toda la organización, basada en la satisfacción del cliente.

**Software:** conjunto de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas.

**Soportes de archivo:** medio en el cual se contiene la información, este varía según los materiales y la tecnología que se emplea.

**Stock de productos:** conjunto de mercancías o productos que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización.

**Taxonomía:** estructura formada por un conjunto de categorías y subcategorías que permiten ordenar entidades en base a algunas características comunes de tales entidades.

**Técnicas de mantenimiento:** actividades que se requiere realizar periódicamente para mantener el óptimo estado de funcionamiento, y poder detectar a tiempo cualquier indicio de error o daño.

**Tendencias de mercado:** disposición hacia donde se mueve el mercado en un intervalo de tiempo.

**Tracking:** aquellas acciones con las que se siguen y se miden índices utilizados para cuantificar el comportamiento de determinadas variables en distintos momentos del tiempo.

**Tráfico web:** cantidad de datos enviados y recibidos por los visitantes de un sitio web.

**Transformación digital:** integración de tecnología digital en todas las áreas de una empresa, cambiando fundamentalmente la forma en que opera y brinda valor a sus clientes.

**Trazabilidad:** serie de procedimientos que permiten seguir el proceso de evolución de un producto en cada una de sus etapas.



**Usuario potencial:** también llamado cliente potencial, es toda aquella persona que puede convertirse en determinado momento en comprador.

**Usuario único:** es identificado a través de una cookie, una única vez durante un tiempo máximo, es decir, que por muchas veces que este usuario vuelva al sitio, únicamente se va a contabilizar una (siempre y cuando lo haga desde el mismo navegador).

**Usuario:** individuo que utiliza o consume un determinado producto o servicio.

**Venta cruzada:** (o cross-selling) un vendedor intenta vender productos complementarios a los demandados por el cliente.

**Volumen comercial:** cantidad de transacciones comerciales que se producen en un determinado período de tiempo.