



## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES:  
Realizar estudios de mercado y propuestas de acciones  
y herramientas del plan de marketing mix internacional**

**Código: ECP1008\_3**

**NIVEL: 3**



**Competencia:** Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio.

**CRM:** (Customer Relationship Management. En español, gestión de la relación con el cliente). Sistema de gestión integral de la clientela en sus ámbitos de relación con una empresa, ventas, marketing, atención al cliente y todos los puntos de contacto.

**E-commerce:** (Anglicismo. En español, comercio en línea). También comercio por Internet. Compra y venta de productos o de servicios a través de Internet, tales como redes sociales y otras páginas web. También puede ser definido como una actividad económica que permite el comercio de diferentes productos y servicios a partir de medios digitales, como páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales. Por medio de la red virtual, los clientes pueden acceder a diversos catálogos de marcas, servicios y productos, en todo momento y en cualquier lugar.

**EDI:** (Electronic Data Interchange. En español, Intercambio Electrónico de Datos). Formato electrónico estándar que sustituye documentos en papel, como pedidos de compra o facturas, mejorando la comunicación entre empresas.

**ERP:** (Anglicismo, Enterprise Resource Planning. En español, Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales). Software diseñado para administrar e integrar las funciones de los procesos empresariales de distintas áreas tales como finanzas, recursos humanos, cadena de suministro, administración de inventario y operaciones de fabricación.

**Intranet:** (Anglicismo). Red informática interna de una empresa u organismo, basada en los estándares de Internet, en la que las computadoras están conectadas a uno o varios servidores web.

**Marketing:** (Anglicismo. En español, mercadotecnia, mercadeo o mercadología). Conjunto de actividades y procesos destinados a crear y comunicar valor de marca, identificando y satisfaciendo las necesidades y deseos de los consumidores.

**Marketing-mix:** (Anglicismo). Conjunto de herramientas que ayudan a una empresa a alcanzar sus objetivos y a la toma de decisiones en la gestión comercial, basados en la capacidad de influir en los consumidores y motivarlos a elegir un producto o servicio determinado y se desarrolla a través de cuatro aspectos: Producto, Precio, Punto de Venta y Promoción.

**Marketplace:** (Anglicismo). Plataforma online en la que diferentes marcas, empresas o tiendas pueden vender sus productos o servicios. Centro comercial online.

**Redes sociales:** (RR. SS.). Estructura formada en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ella, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.