



**EXTENSIONISMO TECNOLÓGICO/2020**  
**FOCO TEMÁTICO EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL**  
**TÉRMINOS DE REFERENCIA/ DICCIONARIO PRÁCTICO**

**COLOMBIA**  
**2020**

## Contenido

1.	Above the fold:.....	13
2.	Acciones:.....	13
3.	Acompañamiento:.....	13
4.	Administración:.....	13
5.	AdBlocker: .....	13
6.	Ad Network: .....	13
7.	AdServer:.....	13
9.	Advergaming: .....	13
10.	AdWords.....	13
11.	Afiliación (Marketing de...) .....	13
12.	Agile:.....	14
13.	Agregador de noticias o Feeds:.....	14
14.	AI o Inteligencia Artificial:.....	14
15.	Alcance orgánico:.....	14
16.	Algoritmo:.....	14
17.	Ambush Marketing: .....	14
18.	Análisis de sentimiento:.....	14
19.	Analítica web:.....	14
20.	Android:.....	15
21.	Anuncio: .....	15
22.	API:.....	15
23.	Aplet (Aplicación para la navegación).....	15
24.	Aplicación: .....	15
25.	Aplicación Web: .....	15
27.	Área: .....	15
28.	Áreas funcionales:.....	15
29.	Arquitectura de la información: .....	15
30.	Asana: .....	15
31.	Autodiagnóstico: .....	16
32.	Automatización: .....	16
34.	Awareness: .....	16
35.	B2B.....	16

36.	B2C:.....	16
37.	Backend Developer o Programador Backend .....	16
38.	Back-up .....	16
39.	Balanced Scorecard:.....	16
40.	Banner: .....	17
41.	Base de datos .....	17
42.	Beacons: .....	17
43.	Benckmarking:.....	17
45.	BI .....	17
46.	Big Data .....	17
47.	Bitrix24: .....	17
48.	Blockchain: .....	17
49.	Bluejacking: .....	18
51.	Branded content .....	18
52.	Branding: .....	18
53.	Browser (navegador): .....	18
54.	Bussiness model canvas:.....	18
55.	Buyer persona: .....	18
56.	Buzz Marketing: .....	18
57.	Cadena de la experiencia:.....	19
58.	Cadena de valor: .....	19
59.	Call to action: .....	19
60.	Canal:.....	19
61.	Canva: .....	19
62.	Capacidades: .....	19
63.	Capacidades Empresariales: .....	19
64.	Caracterización:.....	19
65.	Cash-Back: .....	19
66.	Chatbot:.....	19
67.	Click Stream (Rastreo de clic): .....	20
68.	Click: .....	20
71.	Cliclos.....	20

72.	<b>Cientes:</b> .....	20
73.	<b>Cliente ampliado:</b> .....	20
74.	<b>Cloud computing:</b> .....	20
75.	<b>CMS:</b> .....	20
76.	<b>Cobertura:</b> .....	20
78.	<b>Coche conectado:</b> .....	20
79.	<b>Código:</b> .....	21
80.	<b>Colaboradores:</b> .....	21
81.	<b>Comercio Electrónico</b> .....	21
82.	<b>Comercio social:</b> .....	21
83.	<b>Competencias Digitales</b> .....	21
84.	<b>Comunicación 2.0:</b> .....	21
85.	<b>Comunicaciones unificadas:</b> .....	21
86.	<b>Content Manager</b> .....	21
87.	<b>Convergencia digital:</b> .....	21
88.	<b>Conversión:</b> .....	21
89.	<b>Consultor:</b> .....	22
90.	<b>Cookies:</b> .....	22
91.	<b>Coordinación:</b> .....	22
92.	<b>Correo electrónico:</b> .....	22
93.	<b>Coste por visionado (CPV):</b> .....	22
100.	<b>CPM (Coste por millar):</b> .....	23
101.	<b>Creative Commons:</b> .....	23
103.	<b>CRM – Gestión de relaciones con los clientes:</b> .....	23
104.	<b>CRO (Conversion rate optimization)</b> .....	23
105.	<b>Cronograma:</b> .....	23
106.	<b>Cross Media Marketing:</b> .....	23
107.	<b>Cross Selling:</b> .....	23
108.	<b>CTR (Porcentaje de Clicks) (Click-Through Rate):</b> .....	24
109.	<b>Cuota de Mercado:</b> .....	24
111.	<b>Customer experience:</b> .....	24
112.	<b>Customer journey:</b> .....	24

113.	Customización:	24
115.	Data Management Platform DMP:	24
116.	Data Protection o Protección de datos	24
117.	Dato:	24
118.	DDoS (distributed denial-of-service):	24
119.	Decisiones:	25
120.	Desing Thinking:	25
121.	DeveOps:	25
122.	Digital:	25
123.	Digital Transformation o Transformación Digital	25
124.	Digitalización:	25
125.	Dimensión:	25
127.	Disrupción de nuevo mercado:	25
128.	Disrupción digital:	25
129.	Disrupción low-end:	25
130.	Documento:	26
131.	Download o descarga:	26
132.	Dropbox:	26
133.	Dropshipping:	26
135.	E-commerce Specialist o Experto en Comercio Electrónico	26
136.	Economía Digital:	26
137.	Ecosistema digital:	26
138.	Efecto WOW:	26
139.	Edge computing:	27
142.	Embudo de conversión:	27
143.	Empresa:	27
144.	Engagement:	27
146.	ERP	27
147.	Estrategia	27
148.	Estrategia digital:	27
149.	Experiencia de usuario:	28
150.	Experiencia phigital	28

152.	Facebook Ads:	28
153.	Facebook Workplace:	28
154.	Factura electrónica:	28
156.	Fintech:	28
157.	Firewall (Cortafuegos):	28
158.	Formación:	28
161.	Frecuencia:	29
162.	Freemium:	29
163.	Freeware:	29
165.	Funnel de ventas	29
166.	Gamificación:	29
168.	Gigabyte:	29
169.	Google AdSense:	29
170.	Google Analytics:	30
171.	Google Trends:	30
172.	Grado de Madurez Digital:	30
173.	Growth Hacking:	30
174.	Grupo de interés:	30
175.	Hardware:	30
176.	Herramienta:	30
178.	Hootsuite:	30
179.	HTML (Hypertext Markup Language):	31
183.	IAB:	31
184.	ICT o TIC:	31
185.	I-Frame:	31
186.	Impacto (hit):	31
187.	Implementación:	31
188.	Impresión 4D:	31
192.	In-Banner Video Ad:	32
194.	Indicadores de gestión:	32
195.	Industria 4.0:	32
196.	Influencer:	32

197.	Iniciativa: .....	33
198.	Innovación sostenida: .....	33
199.	Integración .....	33
200.	Inteligencia semántica: .....	33
201.	Interacción:.....	33
202.	Interfaz: .....	33
203.	Internet:.....	33
204.	Internet de las cosas: .....	34
205.	Inversión .....	34
207.	IP (Dirección...): .....	34
210.	Jobs to be done: .....	34
213.	KPI (Key performance indicator): .....	34
214.	Landing page: .....	35
215.	Lean startup: .....	35
216.	Lenguaje de programación: .....	35
217.	Liderazgo y reputación digital: .....	35
218.	Linkedin: .....	35
219.	Liquidez: .....	35
220.	Machine Learning:.....	35
221.	Madurez digital: .....	35
222.	Mailchimp:.....	36
223.	Malware: .....	36
224.	Manufactura aditiva: .....	36
226.	Market place privado:.....	36
227.	Marketing:.....	36
228.	Marketing 3.0:.....	36
229.	Marketing Automation: .....	36
230.	Marketing contextual: .....	36
231.	Marketing de afiliación: .....	37
232.	Marketing de atracción:.....	37
233.	Marketing de influenciadores: .....	37
234.	Marketing online:.....	37

235.	Marketing transaccional:	37
236.	Marketing Viral:	38
237.	Medios pagados:	38
238.	Mejora:	38
241.	Mercado:	38
242.	Mercado Objetivo:	38
244.	Metodología ágil:	38
245.	Métricas:	38
246.	Micro-pagos:	38
247.	Microsoft Office:	38
248.	Mobile Developer:	39
250.	Modelo:	39
251.	Modelo de negocio:	39
252.	Modelo híbrido:	39
253.	Mooc:	39
254.	Mouse over:	39
255.	Multimedia:	39
256.	Negocio:	39
257.	Negocio electrónico:	40
258.	NFV:	40
260.	Nivel de calidad (Quality Score/QS):	40
261.	Nivel de digitalización:	40
262.	Objetivo:	40
263.	Océano azul:	40
264.	Offshoring o deslocalización:	40
265.	Omnichannel:	40
266.	Online:	40
267.	Open Data:	41
268.	Open Innovation:	41
269.	OpenOffice:	41
270.	Operaciones:	41
271.	Organizaciones:	41



272.	Outsourcing:	41
274.	P2P (Peer to peer):	41
276.	Paquete:	42
277.	Pensamiento lateral:	42
279.	Permission Marketing:	42
280.	Phishing:	42
281.	Pipedrive:	42
283.	Plan:	42
284.	Plan de medios sociales (PMS):	42
285.	Plan de mejora:	42
286.	Plan de negocio:	43
287.	Plataforma:	43
288.	Plataformas digitales:	43
289.	Plug-in:	43
290.	Pocket:	43
292.	Pop-up:	44
293.	Porcentaje:	44
294.	Portal:	44
295.	Premium:	44
298.	Proceso:	44
299.	Proceso de Transformación digital:	44
300.	Procesos Organizacionales:	44
301.	Productividad:	44
302.	Programa:	44
303.	Programa informático:	45
304.	Promoted Tweet:	45
305.	Propuesta única de venta:	45
306.	Prosumer:	45
309.	Publicidad en display:	45
310.	Publicidad en redes sociales:	46
312.	Puntos calientes:	46
313.	Query (Consulta):	46

316.	Real time (Tiempo Real): .....	46
317.	Realidad Aumentada .....	46
318.	Realidad virtual .....	46
319.	Registro.....	47
320.	Relación: .....	47
321.	Rendimiento:.....	47
322.	Responsive design:.....	47
323.	Resultados: .....	47
324.	Resultados orgánicos de búsqueda: .....	47
325.	Rich Media:.....	47
326.	Retargeting:.....	47
327.	ROAS (Retorno de la inversión publicitaria): .....	48
328.	ROI: .....	48
329.	RSS (Really Simple Syndication): .....	48
330.	Scanner 3D.....	48
331.	Search console google:.....	48
332.	SDN: .....	48
333.	Segmentación:.....	48
334.	SEM (Search Engine Marketing): .....	48
335.	SEO (Search Engine Optimization):.....	48
336.	Sesión: .....	49
337.	Servidor: .....	49
338.	Simulación: .....	49
339.	Sistema Operativo:.....	49
340.	Sitio Web: .....	49
341.	Smart Working: .....	49
342.	Social Collaboration o Colaboración Social:.....	49
343.	Software: .....	49
344.	Software Libre: .....	50
345.	Soluciones digitales:.....	50
346.	Spam (Correo basura): .....	50
347.	Spam Keywords:.....	50

348.	Spider (Araña; rastreador):.....	50
349.	Stacking: .....	50
350.	Startup:.....	50
351.	Streaming: .....	50
352.	Suscriptores:.....	50
353.	Synectics:.....	50
354.	System Integrator o Integrador de sistema: .....	51
355.	System of insights: .....	51
356.	Tablet (Tableta):.....	51
357.	Tablero Kanban: .....	51
358.	Tarea:.....	51
359.	Tasa de conversión:.....	51
360.	Tasa de interacción: .....	51
361.	Tasa de involucramiento: .....	52
362.	Teaser: .....	52
363.	Tecnología: .....	52
364.	Tecnología de la Información y las Comunicaciones: .....	52
365.	Tecnología informática (IT):.....	52
366.	Tendencias:.....	52
367.	Test A-B: .....	52
368.	Text Ad (Anuncio de texto).....	52
369.	Test del cepillo de dientes: .....	52
370.	Tiempo de latencia:.....	53
371.	Time to market:.....	53
372.	Touchpoint: .....	53
373.	Tráfico:.....	53
374.	Tráfico orgánico: .....	53
375.	Transformación: .....	53
376.	Transformación digital:.....	53
377.	Trello:.....	53
378.	UGC (User generated content): .....	53
379.	Unidad de Negocio:.....	53

380.	URL:.....	53
381.	User Experience (UX) o Experiencia de Usuario: .....	53
382.	User Interface (UI) o Interfaz de Usuario: .....	53
383.	Usuarios únicos: .....	54
384.	Vendedores de medios sociales: .....	54
385.	Ventas:.....	54
386.	VOIP:.....	54
387.	Web mining: .....	54
388.	Web semántica:.....	54
389.	Webrooming: .....	54
390.	Wikinomics:.....	54
391.	Woorank:.....	54
392.	WordPress: .....	54
393.	YouTube:.....	54

### 1. Above the fold:

Término derivado de los medios impresos que se utiliza para indicar si un anuncio publicitario se muestra en una página web sin necesidad de desplazarse por ella. Se refiere a la parte de la página que es visible en el primer impacto, sin necesidad de hacer scroll.

### 2. Acciones:

Poner en marcha una serie de estrategias con un fin determinado. En economía las acciones se refieren a la parte de la empresa que le corresponde a cada accionista.

### 3. Acompañamiento:

Se refiere a seguimiento de un proceso o persona con un fin específico.

### 4. Administración:

Red o grupo de sitios que centralizan el inventario de espacio publicitario disponible para su comercialización.

### 5. AdBlocker:

Software en el navegador de un usuario que impide que se muestren los anuncios en la pantalla.

### 6. Ad Network:

Ordenar, organizar o dosificar algo. En términos generales, se refiere al conjunto de acciones sistemáticas o jerárquicas que están conducidas con un fin particular en una empresa.

### 7. AdServer:

Software de gestión responsable de la planificación, gestión interna, control, determinación de inventario disponible y solicitud de la publicidad contratada en un sitio web conforme a patrones comerciales determinados.

### 8. Ad Tracking:

Método para hacer seguimiento de campañas en diferentes servidores de publicidad. Las comercializadoras de publicidad sin servidor propio suelen insertar un píxel de 1x1 para recoger de forma más fiable los datos de la campaña

### 9. Advergaming:

Contracción del inglés: advertising (publicidad) y game (juego). El desarrollo de videojuegos gratuitos online o descargables para telefonía móvil como herramienta de marketing y comunicación. Frente al carácter invasivo de los formatos publicitarios tradicionales, los juegos interactivos permiten una exposición prolongada y voluntaria del usuario a los valores de la marca, producto o servicio promocionado, incorporados de manera creativa al desarrollo de la trama.

### 10. AdWords

Producto de Google que permite anuncios online en forma textual, gráfica y en videos. Ad Tracking (Seguimiento publicitario)

Método para hacer seguimiento de campañas en diferentes servidores de publicidad. Las comercializadoras de publicidad sin servidor propio suelen insertar un píxel de 1x1 para recoger de forma más fiable los datos de la campaña.

### 11. Afiliación (Marketing de...)

Engloba todas aquellas relaciones comerciales en las que un anunciante promociona sus servicios o productos mediante anuncios y un afiliado inserta esos anuncios y promociones. Si un usuario visita una página web de un afiliado y es impactado por una promoción de un anunciante, tiene la posibilidad de hacer clic en el banner y realizar una acción determinada en el sitio del anunciante (por lo general una compra o un

registro). El afiliado recibe el pago de una comisión por esta acción. Estas acciones pueden ser una venta, un registro, un clic, la descarga de un programa...

#### **12. Agile:**

Metodología y herramientas asociadas que hacen posible la ejecución eficiente de proyectos que van a evolucionar en el tiempo. Se organiza en equipos pequeños auto-gestionados y multidisciplinarios que generan soluciones completas de forma interactiva, permitiendo una entrega rápida y de alta calidad. En el ecosistema digital se utiliza para desarrollo de producto, modelos de negocio, ingeniería o incluso en la gestión de equipos.

#### **13. Agregador de noticias o Feeds:**

Tipo de aplicación que permite suscribirse a fuentes web en formatos RSS, Atom y otros, para recibir información actualizada de un sitio web. También es llamado lector RSS.

#### **14. AI o Inteligencia Artificial:**

Rama de informática cuyo objetivo es la implementación de cálculos matemáticos que, a través de un mecanismo de auto-aprendizaje, simula la capacidad analítica y de toma de decisiones típica de los seres humanos.

#### **15. Alcance orgánico:**

El alcance orgánico es la parte del alcance constituida por las personas a las que llega nuestro mensaje directamente, es decir, aquellas que ven el contenido sin intermediación de otro usuario que lo haya compartido.

#### **16. Algoritmo:**

Conjunto de reglas establecidas en la programación de un sistema de gestión orientadas a la consecución de los objetivos previamente definidos. En la comercialización de medios tienden a la consecución del máximo ingreso posible para el medio y en otros entornos buscan maximizar la diferencia entre los costes de la compra y los ingresos obtenidos por la venta.

#### **17. Ambush Marketing:**

Estrategia publicitaria en la que el anunciante aprovecha un evento de alto impacto — ya sea deportivo, viral o cultural— para desarrollar acciones sin pagar ningún derecho a la organización responsable y sin contribuir como patrocinador oficial. Ejemplos de ambush marketing son ofrecer descuentos vinculados al evento, regalar objetos de marca durante su celebración, contratar publicidad exterior en las cercanías, o técnicas más agresivas como el despliegue sorpresivo de pancartas u otros elementos llamativos.

#### **18. Análisis de sentimiento:**

Conocido también como minería de opinión, es el sistema por el cuál determinamos la actitud de un interlocutor o un escritor con respecto a algún tema o la polaridad.

#### **19. Analítica web:**

Disciplina dedicada al estudio estadístico del funcionamiento de un sitio web; permite estudiar los comportamientos y la interacción de los usuarios con una página, con el fin de optimizar su usabilidad para conseguir los objetivos deseados. Existe una infinita variedad de mediciones y metodologías en las que basarse para la investigación. Habitualmente la analítica web recurre a técnicas como el ClickMap, test A/B y multivariante, el análisis de formularios, o el estudio de rutas de navegación. Algunas

de las herramientas más populares para la analítica web son Omniture, Google Analytics, Coremetrics, WebTrends, Comscore.

**20. Android:**

Sistema operativo para móviles desarrollado por Google. Se puede encontrar en diferentes fabricantes de móviles como Samsung o HTC.

**21. Anuncio:**

Soporte de comunicación comercial que busca impactar en una audiencia determinada favorable a los intereses de una marca anunciante. Ver Formatos IAB para conocer tamaños y alternativas estandarizadas.

**22. API:**

(Application Program Interface). Conjunto de convenciones internacionales que definen cómo debe invocarse una determinada función de un programa desde una aplicación. Cuando se intenta estandarizar una plataforma, se estipulan unos APIs comunes a los que deben ajustarse todos los desarrolladores de aplicaciones.

**23. Aplett (Aplicación para la navegación)**

Pequeña aplicación de software que utilizan con frecuencia los navegadores para mostrar animaciones automáticamente o realizar consultas en bases de datos solicitadas por el usuario.

**24. Aplicación:**

Cada uno de los programas que, una vez ejecutados, permiten trabajar con el ordenador. Son aplicaciones los procesadores de textos, hojas de cálculo, bases de datos, programas de dibujo, paquetes estadísticos, etc. Una aplicación es un tipo de programa informático diseñado para facilitar al usuario la realización de un determinado tipo de trabajo. Y en nuestro caso, además las aplicaciones utilizan las plataformas en y para su ejecución.

**25. Aplicación Web:**

El objetivo principal de una aplicación es que el usuario realice una tarea. También pueden entenderse como un programa que se utiliza desde el navegador. Para crearlos, se usan los lenguajes CSS, HTML, JavaScript y se puede utilizar software gratuito de fuente abierta, como Drupal, Symfony, Django o Meteor. Algunos ejemplos son los servicios de bancos, Google Docs y los sitios de ventas de retail.

**26. App (Aplicación)**

Programa informático desarrollado para dispositivos móviles.

**27. Área:**

Lugar o espacio delimitado por factores específicos. Dentro de las empresas, se denomina a cada sub conjunto de operaciones con un fin específico.

**28. Áreas funcionales:**

Son las áreas o departamentos específicos dentro de una compañía, que coordinan acciones eficientes y eficaces con el fin de que la empresa funcione de manera eficiente.

**29. Arquitectura de la información:**

El arte de explicar un modelo del flujo de información utilizado en actividades que requieren detalles explícitos de sistemas complejos. Entre estas actividades están los sistemas de bibliotecas, sistemas de gestión de contenidos, desarrollo web, las interacciones del usuario, el desarrollo de bases de datos, programación, redacción técnica, arquitectura, diseño y puntos críticos del sistema de software.

**30. Asana:**

Herramienta para crear planes de proyectos, coordinar tareas, planificar y dar seguimiento a campañas y/o lanzamientos, y recursos para la gestión laboral.

### **31. Autodiagnóstico:**

Evaluación que un individuo o institución hace de sí mismo.

### **32. Automatización:**

Proceso mediante el cual por medio de acciones específicas de máquina, se realizan tareas sin la interacción de personas.

### **33. Avatar:**

Elemento gráfico seleccionado por un usuario para representarle en determinados ambientes virtuales, chats, redes sociales, etc.

### **34. Awareness:**

Fase por la que pasa el consumidor antes de la compra. El futuro comprador empieza a estar alerta sobre las menciones que se producen sobre el producto que le empieza a interesar.

### **35. B2B**

Acrónimo de Business to Business (empresa a empresa), que hace referencia a los modelos de negocio en los que las transacciones de bienes o la prestación de servicios se llevan a cabo entre dos empresas, y no entre una empresa y el consumidor final (Business to Consumer o B2C). En los modelos B2B, es preciso tener en cuenta ciertas características que lo diferencian del B2C, como un target distinto, un tamaño menor del mercado, unas motivaciones de compra más racionales, un proceso de compra más lento o mayor valor de las transacciones, entre otras.

### **36. B2C:**

Modelo de negocio que indica que el acuerdo es entre una empresa y un usuario particular

### **37. Backend Developer o Programador Backend**

Programador informático capaz de crear la parte de un software que no es visible para el usuario, pero necesaria para realizar el «motor computacional» del producto informático. Normalmente utiliza lenguajes de programación como C++, C# y otros lenguajes de alto nivel.

### **38. Back-up**

Copia de seguridad de los ficheros o aplicaciones disponibles en un soporte magnético (generalmente disquetes), con el fin de poder recuperar la información y las aplicaciones en caso de una avería en el disco duro, un borrado accidental o un accidente imprevisto. Es conveniente realizar copias de seguridad a intervalos temporales fijos (una vez al mes, por ejemplo), en función del trabajo y de la importancia de los datos manejados.

### **39. Balanced Scorecard:**

O Cuadro de Mando Integral, es una metodología de gestión estratégica utilizada para definir y hacer seguimiento a la estrategia de una organización. Esta metodología, creada por Robert Kaplan y David Norton, permite estructurar los objetivos estratégicos de forma dinámica e integral para ponerlos a prueba según una serie de indicadores que evalúan el desempeño de todas las iniciativas y los proyectos necesarios para lograr su cumplimiento satisfactorio. Las 4 perspectivas del Balanced Scorecard son: Financiera, Cliente, Procesos Internos y Aprendizaje & Crecimiento.



#### 40. Banner:

Faldón publicitario que se incluye en una página web a modo de reclamo estático (jpeg o gif) o dinámico (java, flash) y que busca la interacción con el usuario, ya que incluye un vínculo para atraer tráfico a la página del anunciante. Es el formato más popular de publicidad on-line. El modelo estándar es rectangular, de 468x60 píxeles, pero en la práctica pueden adoptar tamaños muy variados (botones, rascacielos, etc).

#### 41. Base de datos

(DataBase). Conjunto de datos relacionados que se almacenan de forma que se pueda acceder a ellos de manera sencilla, con la posibilidad de relacionarlos, ordenarlos en base a diferentes criterios, etc. Las bases de datos son uno de los grupos de aplicaciones de productividad personal más extendidos. Entre las más conocidas pueden citarse dBase, Paradox, Access y Aproach, para entornos PC, y MySQL, MariaDB, MongoDB, Oracle, SQL Server, ADABAS, DB/2, Informix o Ingres, para sistemas medios y grandes.

#### 42. Beacons:

Son dispositivos de bajo consumo que emiten una señal de BLE (señal bluetooth de baja energía) que alcanza hasta 100 metros. Permiten la geolocalización de dispositivos móviles, especialmente en interiores.

#### 43. Benckmarking:

Recurso de marketing que compara estrategias, productos o resultados de empresas competidoras o de aquellas que evidencian las mejores prácticas.

#### 44. Beta:

En desarrollo de programas o de sitios web, estado donde se experimenta un funcionamiento lo suficientemente estable pero que se considera todavía en fase de pruebas.

#### 45. BI

Del término en inglés: “Business Intelligence” o inteligencia de negocio. Serie de estrategias y metodologías estadísticas aplicadas en datos con el fin de obtener información relevante del negocio, buscando mayores ventas, optimizar procesos y mejor comunicación con el cliente

#### 46. Big Data

Datos masivos procesados por varios sistemas en paralelo y tecnologías relacionadas y métodos de análisis. Por extensión, incluye los procesos de extrapolación, análisis y correlación de datos heterogéneos, estructurados o no estructurados, destinados a descubrir los vínculos entre diferentes fenómenos y anticipar desarrollos futuros.

#### 47. Bitrix24:

Bitrix24 te presenta una colección de más de 30 recursos online sin cargo para ventas y administración de ventas, todas unificadas en una sola plataforma. Algunas de ellas son: CRM, gestión de contactos, gestión de clientes potenciales, gestión de equipos de ventas, e-mail marketing, planificación, tareas y proyectos, gestión de documentos, presupuestos y facturas, automatización de ventas (flujos de trabajo y procesos empresariales), embudo de ventas, Telemarketing, comunicaciones internas y muchas otras. Versiones en la nube o su propio servidor. 12 usuarios gratis o \$99/mes sin límite 5GB almacenamiento online gratis. Sistema de gestión de contenidos. Tareas y proyectos ilimitados. Notificaciones móviles. Videoconferencias. E-mails.

#### 48. Blockchain:

Red de recursos informáticos compartidos (procesador, memoria, etc.) por una comunidad de usuarios, destinados a crear una base de datos común y extremadamente segura.

#### **49. Bluejacking:**

Envío de un mensaje desde un teléfono móvil o un transmisor a otro teléfono móvil que está en un rango cercano a través de tecnología Bluetooth.

#### **50. Bot (Robot de búsqueda):**

Tipo de robot o programa que opera automáticamente sin la intervención humana. En Internet, los bots más comunes son los spiders o crawlers, que acceden a los sitios web y reúnen referencias de su contenido para los índices de los buscadores.

#### **51. Branded content**

Es la creación de un contenido relevante, entretenido o interesante, de aspecto no publicitario, generado por una marca para crear audiencia y conectar con ella. El contenido comunica de forma implícita los valores asociados a la marca, aunque ésta pasa a segundo plano.

#### **52. Branding:**

Es un anglicismo empleado en mercadotecnia que hace referencia al proceso de hacer y construir una marca (en inglés, brand equity) mediante el plan estratégico de la marca vinculado en forma directa o indirecta al nombre y logotipo que identifican a la marca. Conjunto de acciones que generan imagen empresarial, credibilidad y reputación, dirigidas a la proyección de una imagen positiva para la sociedad. El branding resalta el conocimiento, la cultura y especialmente la gestión de la marca, que se convierte en el eje esencial de la estrategia empresarial.

#### **53. Browser (navegador):**

Software capaz de solicitar, descargar, guardar y mostrar documentos que están disponibles en Internet. Los navegadores pueden ser de texto o gráficos. Aplicación que permite interactuar con toda la información de la World Wide Web. Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, Safari.

#### **54. Bussiness model canvas:**

Es una herramienta estratégica que permite organizar, diseñar y comunicar las piezas básicas de un modelo de negocio de una manera sencilla y visual.

#### **55. Buyer persona:**

Ente ficticio creado para representar de una manera más real los diferentes tipos de clientes que se consideran potenciales de cara a conseguir una conversión. La definición de buyer persona se realiza combinando variables sociodemográficas con psicológicas o conductuales. En definitiva, consiste en identificar a los posibles clientes adjudicándoles nombre, edad, situación profesional y personal, gustos, comportamientos, objetivos. Cada buyer persona tiene unos intereses diferentes, por lo que los contenidos que le pueden interesar a uno difieren mucho de los que le pueden gustar a otro. Por eso trabajar en una buena definición permitirá diseñar acciones de marketing más efectivas.

#### **56. Buzz Marketing:**

Se trata de una técnica de marketing viral muy utilizada actualmente por las empresas, que se enfoca en maximizar el potencial de la palabra de boca en boca en una campaña o producto en particular, ya sea mediante las conversaciones entre la familia o los amigos, compañeros de trabajo, etc., en una escala de redes sociales. Al conseguir que los usuarios hablen de sus productos o de sus servicios, las empresas que utilizan el

Buzz Marketing, esperan con ello hacer crecer su presencia en dichas plataformas mediante el crecimiento gráfico y al mismo tiempo también esperan incrementar sus ventas y sus beneficios en Internet.

#### **57. Cadena de la experiencia:**

Son los agentes que forman parte de la secuencia que moldea la experiencia del cliente garantizando su plena satisfacción. En el ecosistema digital el concepto de “cadena de valor” centrado en producto ha dado paso a esta nueva “cadena de la experiencia” centrada en el cliente.

#### **58. Cadena de valor:**

Procesos que median entre el producto o el servicio y el consumidor.

#### **59. Call to action:**

En términos generales, el CALL TO ACTION o “llamada a la acción”, es una imagen que lleva a los lectores a hacer clic a través de para acceder a otro contenido. En una página web usualmente una llamada a la acción se representa mediante un botón de gran tamaño y llamativo, con el cual se intenta atraer la atención del usuario y hacer que haga clic en él. La finalidad de la llamada a la acción tiene que ver con convertir a los potenciales consumidores en consumidores finales.

#### **60. Canal:**

Es un punto de contacto entre la marca y sus públicos en la web. Pueden ser blogs, vídeos, comentarios en post, imágenes, contactos en redes sociales o cualquier otra forma de interacción de la web 2.0.

#### **61. Canva:**

Esta herramienta te permitirá diseñar tus presentaciones, tarjetas, banners, flyers, etc. de forma muy sencilla con un resultado profesional.

#### **62. Capacidades:**

Son cada una de las vías por medio de las cuales se puede transmitir o transportar algo. En emprendimiento, se refiere a las diferentes formas por las que se puede comunicar una empresa con sus clientes.

#### **63. Capacidades Empresariales:**

Condiciones, cualidades o aptitudes, que se obtienen mediante formación con el fin de manejar indicadores definidos en la organización. Es la forma mediante la cual una empresa puede mantener sus ventajas competitivas frente al mercado, permitiendo tener mayor participación en el mismo.

#### **64. Caracterización:**

Determinar los atributos o características de algo o alguien, que permita identificarse de forma adecuada de los demás.

#### **65. Cash-Back:**

Tipología del marketing de afiliación en la que un sitio web afiliado reparte un porcentaje de sus comisiones con los usuarios. Los usuarios tienen la sensación de que el producto adquirido a través de los cash-back es más barato puesto que reciben una remuneración y/o descuento sobre el precio final. En algunos casos remuneran, directamente, con el dinero generado, y en otros casos asignan puntos o dinero virtual convertible en regalos.

#### **66. Chatbot:**

Programa de software, creado con técnicas de inteligencia artificial, que simula mantener una conversación con una persona al proporcionar respuestas automáticas a cuestiones planteadas por el usuario por medio de texto o de audio. Para las

empresas, constituyen una forma rápida y masiva de atender las dudas que tenga un usuario o cliente sobre un producto o servicio.

**67. Click Stream (Rastreo de clic):**

Ruta electrónica que sigue un usuario mientras navega en un mismo sitio web. Conjunto de datos informativos que describen la secuencia en la actividad entre el navegador de un usuario y cualquier otro recurso de Internet, por ejemplo, un sitio web o el ad server de un tercero. Esta información puede ayudar a los propietarios de los sitios web a entender la manera en que los usuarios usan sus sitios y cuáles son las páginas más utilizadas.

**68. Click:**

Es la acción de pulsar un botón del ratón una vez colocado el puntero del mismo sobre un elemento determinado de la pantalla. El click determina la interacción del usuario con el sistema.

**69. Click to Play:**

Formato publicitario basado en una imagen estática colocada sobre el player de vídeo alentando al usuario a hacer clic sobre dicha imagen y poder ver el video.

**70. Click Through Rate:**

CTR (Índice de Clic) El índice de clic es el porcentaje de impresiones publicitarias sobre las que un usuario ha hecho clic.  $\text{N}^\circ \text{ de clics} / \text{N}^\circ \text{ de impresiones} \times 100$ .

**71. Ciclos**

Tiempo necesario para llevar a cabo por completo una acción o acciones determinadas.

**72. Clientes:**

Persona o personas que adquieren bienes y/o servicios de una determinada empresa o entidad.

**73. Cliente ampliado:**

Necesidad, en el ecosistema digital, de considerar como clientes tanto al cliente final como al empleado de una compañía y sus proveedores, siendo todos ellos merecedores de una experiencia satisfactoria.

**74. Cloud computing:**

Computación en la nube. Significa desarrollo basado en Internet y el uso de la tecnología de computación. Es un estilo de computación donde las capacidades relacionadas con IT se proveen "como un servicio", permitiendo a los usuarios acceder a servicios habilitados tecnológicamente "en la nube" sin conocimiento de, o experiencia en, o control sobre la infraestructura tecnológica que los soporta.

**75. CMS**

Del inglés Content Management System (Sistema de gestión de contenidos). Herramienta informática o sistema que permite gestionar los contenidos de una página web y su almacenamiento en una base de datos.

**76. Cobertura:**

Número de usuarios únicos de una web que, potencialmente, ven la página una o más veces en un determinado periodo, expresado en un porcentaje de población activa en ese site.

**77. Cobranding (Acción conjunta del medio con la marca):**

Generalmente, un cobranding en Internet implica que dos sitios web o secciones de sitios web muestran sus logotipos (y por lo tanto sus marcas) de forma conjunta para que el usuario considere el sitio o sección como una empresa conjunta.

**78. Coche conectado:**

Con conectividad a internet, es capaz de suministrar información del mismo a terceras partes, así como ofrecer servicios diferenciales al conductor y a otros actores externos (la conducción autónoma, entretenimiento en el habitáculo, interacción desentendida, etc).

#### **79. Código:**

Se refiere a las instrucciones contenidas en un programa, y entendibles por el ordenador. Las aplicaciones normales pueden tener miles de líneas de código que es necesario mantener y actualizar. Conjunto de reglas y convenios según los que se debe formar, enviar, recibir o tratar las señales de datos que forman un mensaje o bloque.

#### **80. Colaboradores:**

Se refiere a las personas que contribuyen a alcanzar un objetivo en común. En el ámbito empresarial, se refiere a las personas o empleados que están contribuyendo a alcanzar los objetivos de la compañía.

#### **81. Comercio Electrónico**

Son las operaciones de compra y venta de bienes o servicios por medio de internet, independiente del sistema de pago o servicio contratado.

#### **82. Comercio social:**

Es una variación del comercio electrónico que utiliza las redes sociales para facilitar o realizar las ventas.

#### **83. Competencias Digitales**

Condiciones, cualidades o aptitudes, que se obtienen mediante formación con el fin de manejar indicadores definidos en la organización. Es la forma mediante la cual una empresa puede mantener sus ventajas competitivas frente al mercado, permitiendo tener mayor participación en el mismo.

#### **84. Comunicación 2.0:**

Es aquella que potencializa las redes sociales y la participación de los usuarios para aumentar su impacto y efectividad.

#### **85. Comunicaciones unificadas:**

Es utilizado comúnmente por los proveedores de tecnologías de la información para designar la integración de "los servicios de telefonía, mensajería unificada (la misma bandeja de entrada para correo electrónico, correo de voz y fax), mensajería instantánea corporativa, conferencias web y estado de disponibilidad del usuario en una sola e innovadora experiencia para los colaboradores y para el personal que administra y da mantenimiento a la infraestructura.

#### **86. Content Manager**

Gestor editorial que coordina las actividades relacionadas con la producción de textos, imágenes y contenido multimedia para las herramientas de comunicación de la empresa, incluidos sitios web, blogs y redes sociales.

#### **87. Convergencia digital:**

Proceso que lleva a la unificación y homogeneidad de servicios y tecnología entre los diferentes dispositivos (PC, Móvil, tabletas, TV...), haciendo que dichos servicios no sean definidos por el terminal desde el que se accede, sino que estén integrados y ofrezcan, prácticamente, la misma experiencia de usuario.

#### **88. Conversión:**

El objetivo de todo negocio online; la acción que un anunciante busca del tráfico que visita su sitio web, ya sea rellenar un formulario de registro y solicitud de información, descargarse un archivo, contratar un servicio o realizar una compra.

#### **89. Consultor:**

Persona experta en una materia que asesora, por medio de su opinión su concejo profesional.

#### **90. Cookies:**

Son pequeños archivos de texto cifrado. Se crean cuando nuestro navegador carga una página Web. La página visitada envía información al navegador y este crea un archivo de texto. Cada vez que el usuario regresa a la misma página, el navegador recupera este archivo con la información de la actividad anterior del usuario y lo envía al servidor de la página para "mejorar" la experiencia del usuario.

#### **91. Coordinación:**

Acción mediante la cual se dirigen y concretan varios elementos con un objetivo determinado.

#### **92. Correo electrónico:**

o e-mail, es un servicio que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes a través de Internet. Estos mensajes se transmiten a través de sistemas de comunicación electrónicos de una manera rápida y eficaz. En los mensajes de correo electrónico no sólo se puede introducir texto, sino también enlaces, imágenes, audio o vídeos con las limitaciones de tamaño que establezca el proveedor de correo.

#### **93. Coste por visionado (CPV):**

El coste por visionado parte de un modelo de comercio electrónico según el cual el editor web cobra una cantidad al consumidor para ver un contenido audiovisual online. Desde el punto de vista publicitario, el coste por visionado consiste en que el anunciante paga al editor o a la empresa de marketing online una cantidad cada vez que un usuario ha visto el vídeo publicitario. Ambas partes definen de manera previa el tiempo mínimo del vídeo consumido para considerarlo un visionado.

#### **94. CPA (Coste por acción):**

Modelo de compra de publicidad interactiva. El coste publicitario está basado en la realización de una acción específicamente definida por el usuario en respuesta a un anuncio. Las acciones incluyen transacciones de venta, captación de clientes o clics.

#### **95. CPI (Coste por instalación):**

Modelo de compra de publicidad online en el cual se paga al publisher o medio cada vez que se logra la instalación de una aplicación. Una aplicación se cuenta como instalada una vez que el usuario la descarga y la abre por primera vez.

#### **96. CPC (Coste por clic):**

Cualquier pago basado en el número de clics de un formato publicitario. El Coste Por Clic (también conocido como Pago Por Clic) es originario del sistema de enlaces patrocinados por palabras clave, el cual permite a los anunciantes pujar por posiciones en los listados patrocinados en función de palabras clave relacionadas con su negocio. El anunciante paga la cantidad que ha pujado solo cuando un usuario hace clic en su publicidad.

#### **97. CPL (Coste por Lead: Coste por contacto)**

Modelo de precio según el cual el anunciante paga una cantidad fija cada vez que se le envía un contacto cualificado. Normalmente, se trata de formularios consensuados entre el anunciante y el editor de la web o empresa de marketing online con un mínimo de datos cumplimentados. Ver Marketing de Afiliación.

#### **98. CPS (Cost Per Sale: Coste por venta):**

Modelo en el que el anunciante paga un porcentaje o una cantidad fija cada vez que el editor o la empresa de marketing online realizan una venta de su producto o servicio. Ver Marketing de Afiliación.

**99. CPV (Coste por visionado):**

El coste por visionado parte de un modelo de comercio electrónico según el cual el editor web cobra una cantidad al consumidor para ver un contenido audiovisual online. Desde el punto de vista publicitario, el coste por visionado consiste en que el anunciante paga al editor o a la empresa de marketing online una cantidad cada vez que un usuario ha visto el vídeo publicitario. Ambas partes definen de manera previa el tiempo mínimo del vídeo consumido para considerarlo un visionado

**100. CPM (Coste por millar):**

Tarifa que paga el anunciante por cada mil ocasiones en que se muestre el mensaje publicitario (impresiones). Es una modalidad de contratación que basa en el precio en la exposición: se factura por un volumen determinado de banners, independientemente de los resultados o los clics generados.

**101. Creative Commons:**

Organización sin ánimo de lucro, con sede en Estados Unidos, que permite a autores y creadores compartir voluntariamente su trabajo en Internet.

**102. Creatividades:**

Los diferentes soportes creativos que configuran una campaña de publicidad. Es habitual que los soportes, al reclamar al anunciante los mensajes a emitir en una campaña, se refieran a ellos como "los materiales" o "las creatividades".

**103. CRM – Gestión de relaciones con los clientes:**

Metodología vinculada al concepto de retención del cliente, que puede implementarse a través de un software útil para organizar la información de contacto y gestionar las relaciones e interacciones con los clientes actuales, potenciales y otros contactos.

**104. CRO (Conversion rate optimization)**

Conjunto de técnicas que permiten optimizar una web o landing page para aumentar el porcentaje de visitantes que, al llegar a ella, realicen la acción deseada — denominada conversión. Esta acción puede consistir en realizar una compra, registrarse en la web, rellenar un formulario, etc.

**105. Cronograma:**

"Calendario de trabajo"

**106. Cross Media Marketing:**

Estrategia de marketing que combina medios tradicionales, digitales y móviles para obtener una mejor respuesta de los potenciales clientes. Una de las diferencias entre el cross-media marketing y el marketing tradicional es que el primero utiliza diferentes canales de comunicación con el objetivo de facilitar el diálogo y personalizar la comunicación con los usuarios y posibles compradores; mientras que el marketing tradicional era un monólogo del anunciante hacia el cliente.

**107. Cross Selling:**

Táctica de marketing mediante la cual se intenta vender productos o servicios complementarios a los que consume o pretende consumir un mismo cliente, aprovechando cualquier comunicación con él. Su objetivo es maximizar las ventas de productos relacionados. La venta online ha potenciado esta técnica gracias a los sistemas de recomendación de productos o servicios que permite la tecnología y a que se dispone de más información sobre el comprador.

**108. CTR (Porcentaje de Clicks) (Click-Through Rate):**

Indicador que calcula la frecuencia de clicktroughs que obtiene un anuncio respecto al número total de impresiones emitidas y se expresa mediante un porcentaje que habitualmente ronda el 1 o 2 %. Aunque no se corresponda necesariamente con número de conversiones, se emplea para estimar la efectividad de la publicidad online (banner, botón, pop-up, enlace patrocinado...) y el tráfico que genera a la web del anunciante. Puede verse afectado por múltiples factores como la adecuación a los contenidos del sitio web donde se inserta el anuncio, la ubicación dentro de la página, la personalización del mensaje, su formato.

**109. Cuota de Mercado:**

Porción o porcentaje del mercado total que corresponde a una empresa, web, etc.

**110. Customer centric marketing (Marketing orientado al cliente):**

Estrategia de marketing basada en el detallado conocimiento de la conducta del cliente perteneciente al grupo objetivo para conseguir la completa satisfacción de sus necesidades y deseos.

**111. Customer experience:**

Engloba a todas las interacciones que tiene un negocio con el cliente: desde la atracción, la compra, el uso, el servicio al cliente y hasta la baja, sin importar el canal.

**112. Customer journey:**

Es el proceso que sigue un usuario desde el momento en que se plantea un objetivo hasta que lo consigue.

**113. Customización:**

Herramienta para la comercialización uno a uno. Significa el mayor grado de segmentación factible, tanto en oferta como en demanda.

**114. D2C (Direct To consumer):**

Directo al Consumidor. Servicio que va destinado al consumidor final.

**115. Data Management Platform DMP:**

Plataforma tecnológica de gestión que recolecta, integra y organiza grandes cantidades de datos de las audiencias (usuarios) procedentes de cualquier fuente. El resultado es el perfil demográfico y comportamental de las audiencias. Adicionalmente, permite impactarlos con campañas a la medida, a través de una integración directa con DSP o Ad Servers y realizar Look Alikes. Permite a los anunciantes, agencias, medio y otros controlar su propia audiencia (1st party) y los datos de la campaña, compararla con audiencias de 3rd party y habilitar una compra de medios precisa.

**116. Data Protection o Protección de datos**

Protección del proceso de adquisición y gestión de datos. Responde a las expectativas del público y a las restricciones regulatorias relacionadas con la privacidad y el procesamiento de datos.

**117. Dato:**

Unidad mínima de información, sin sentido en sí misma, pero que adquiere significado en conjunción con otras precedentes de la aplicación que las creó.

**118. DDoS (distributed denial-of-service):**

En seguridad informática, un ataque de denegación de servicio, también llamado ataque DoS (por sus siglas en inglés, Denial of Service), es un ataque a un sistema de computadoras o red que causa que un servicio o recurso sea inaccesible a los usuarios legítimos.<sup>1</sup> Normalmente provoca la pérdida de la conectividad con la red por el



consumo del ancho de banda de la red de la víctima o sobrecarga de los recursos computacionales del sistema atacado.

**119. Decisiones:**

Determinación o resolución que se toma sobre una situación dudosa.

**120. Desing Thinking:**

Metodología de generación de ideas innovadoras, que busca la eficacia entendiendo y priorizando las necesidades reales de los usuarios. Esta metodología utiliza herramientas del diseño —de ahí su nombre— para la resolución creativa de problemas, la generación de modelos de negocio y el diseño de productos o servicios, teniendo como foco los requerimientos de los posibles clientes.

**121. DeveOps:**

Proceso nacido en el mundo del software donde se busca la colaboración e integración de los equipos de desarrollo de productos o servicios, con los equipos que los van a operar, de una forma automatizada.

**122. Digital:**

Se refiere a un dispositivo o sistema que crea, presenta, transporta o almacena información mediante la combinación de bits.

**123. Digital Transformation o Transformación Digital**

Conjunto de cambios culturales, sociales, creativos y de gestión que producen un nuevo enfoque para la creación de negocios a través de la tecnología y de la innovación. En términos generales, se entiende por transformación digital la reinención de una organización a partir del uso de la tecnología digital para mejorar sus procesos o modelo de negocio. Supone la aplicación de tecnologías como el big data, cloud computing, inteligencia artificial, internet de las cosas, redes sociales, aplicaciones móviles, etc. Suele llevar consigo cambios en la organización referentes a las personas, procesos y estrategias.

**124. Digitalización:**

Expresión de información mediante dígitos, con el fin de tratarla y/o transportarla.

**125. Dimensión:**

Importancia o magnitud que fija la posición de un objeto en el espacio. Aspecto de algo.

**126. Display (Gráfica):**

Se conoce como publicidad Display a la publicidad de formatos gráficos, por contraposición a Search (enlaces patrocinados por palabras clave) y a Clasificados.

**127. Disrupción de nuevo mercado:**

Producto, servicio o modelo comercial que crea un mercado no servido hasta el momento centrándose generalmente en el Job to be done del cliente con unas nuevas métricas de rendimiento basadas en la simplicidad y en la conveniencia. Los incumbentes no ven como competencia al sirupto, pero a medida que gana cuota de mercado, no pueden competir con estas nuevas métricas.

**128. Disrupción digital:**

Es una transformación causada por las tecnologías digitales y por los modelos de negocio que pueden llegar a afectar al valor de los productos existentes y de los servicios ofrecidos por las empresas. Se utiliza el término disrupción, ya que la aparición de estos nuevos productos, servicios o negocios digitales irrumpen en el mercado actual y provocan la necesidad de una reevaluación de los mercados.

**129. Disrupción low-end:**

Producto, servicio o modelo de negocio que se lanza al mercado a un precio y con unas prestaciones menores que los de la oferta existente. Suele dirigirse a clientes con márgenes ajustados, generalmente olvidados por los incumbentes con un producto/servicio simple pero suficientemente bueno.

**130. Documento:**

Un documento es generalmente un escrito en el que se refleja algún hecho o acontecimiento, en el que se reflejan datos fidedignos o susceptibles de ser empleados como tales para probar algo. Un documento también sirve para reflejar y/o dejar constancia de un hecho o informar sobre el mismo. También se entiende por documento el soporte de cierta duración en el que queda registrado cualquier conocimiento o experiencia humana. En la expresión «cierta duración» se halla incluida la idea preconcebida de permanencia temporal.

**131. Download o descarga:**

Es copiar datos generalmente un archivo entero de una fuente principal a un equipo o dispositivo periférico. El término se utiliza a menudo para describir el proceso de copiar un archivo de un servicio en línea a nuestro propio ordenador. También puede referirse a copiar un archivo de un servidor de archivos de red a un ordenador o dispositivo móvil en la red.

**132. Dropbox:**

Servicio de alojamiento de archivos multiplataforma en la nube con el que podrás almacenar y sincronizar archivos y carpetas entre distintos ordenadores.

**133. Dropshipping:**

Se trata de una nueva forma de distribución comercial en la cual el vendedor de productos online vende sus productos sin tener stock. Para ello contacta con uno o varios proveedores de dicho producto y en ese momento les suministran. Normalmente la venta la sirve logísticamente y la factura el vendedor pagando una parte del margen o comisión al vendedor.

**134. E-Commerce (Comercio Electrónico)**

Ámbito del negocio electrónico que se centra específicamente en transacciones realizadas por Internet.

**135. E-commerce Specialist o Experto en Comercio Electrónico**

Profesional con experiencia en comercio online, cuya tarea es planificar la creación y el mantenimiento del comercio electrónico, de acuerdo con las necesidades de la empresa y del cliente, interactuando a su vez con otros profesionales, minoristas y proveedores de servicios de pago.

**136. Economía Digital:**

El desarrollo de la economía digital implica migrar de una economía tradicional con un escaso grado de aprovechamiento de las TIC a otra en donde se generaliza y potencia el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en todas las actividades económicas, culturales y sociales.

**137. Ecosistema digital:**

Hace referencia al mapa de todos los medios y soportes digitales de una marca (sitio web, redes sociales, aplicaciones, entre otros), que se interconectan e interactúan de manera integral y simultánea para hacer más efectiva la estrategia digital.

**138. Efecto WOW:**

Técnica muy utilizada en el ecosistema digital para crear momentos de sorpresas e inesperados dentro del “CUSTOMER JOURNEY” DE UN PRODUCTO /SERVICIO. Permite ofrecer una experiencia memorable y diferenciada para quienes lo vive, dando respuesta a la necesidad de novedad continúa del cliente digital.

**139. Edge computing:**

Procesamiento distribuido de los datos en el lugar donde se generan pudiendo tomar decisiones y ejecutar acciones de manera más rápida, eliminando toda latencia por la transmisión de información, así como tiempos de procesado en nodos centrales.

**140. Email Marketing:**

Email redactado, diseñado y enviado por un anunciante utilizando una base de datos de un tercero. Se basan en una aceptación previa del usuario que ha dado su consentimiento para recibir estas comunicaciones.

**141. Embeber / Embebido (embedded)**

En programación o desarrollo de páginas web, embeber significa insertar (incrustar) código de un lenguaje dentro de otro lenguaje. En móviles, se habla de contenido embebido en un teléfono cuando un terminal trae por defecto contenidos dentro.

**142. Embudo de conversión:**

El funnel o embudo de conversión, en el campo del marketing online, es un conjunto de pasos a alcanzar secuencialmente por un usuario para llegar a un objetivo final dentro de una web: un registro, una compra, etc.

**143. Empresa:**

"Entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos:"

**144. Engagement:**

Grado de compromiso del consumidor con nuestra marca. Para lograr un fuerte engagement, es necesario crear una relación recíproca y sólida con el cliente, para que se sienta parte de la marca.

**145. Enlace:**

Conexión electrónica entre dos sitios web. También conocido como enlace dinámico o hipervínculo.

**146. ERP**

(Enterprise resource planning software) Software que unifica todas las necesidades de todos y cada uno de los departamentos en un único sistema, centralizando la información de la empresa y soportando todas las necesidades particulares de cada departamento. El software ERP podría cubrir, desde las aplicaciones del departamento financiero hasta las de Recursos Humanos, pasando por las de almacén y logística.

**147. Estrategia**

Conjunto de acciones a mediano y largo plazo, que permiten alcanzar objetivos (comerciales, operativos, administrativos, de producto, etc) de forma sistemática y organizada.

**148. Estrategia digital:**

A través de la estrategia digital comprenderemos y podremos introducir los fundamentos de la misma. Proporciona una visión y técnicas sobre los nuevos modelos

digitales de negocio, innovación que se basa en las plataformas digitales y una relación directa con consumidores y clientes.

**149. Experiencia de usuario:**

Conjunto de factores y elementos relativos a la interacción del usuario cuyo resultado es la generación de una percepción positiva o negativa de dicho producto o servicio.

**150. Experiencia phigital**

Estrategias de marketing que unen lo físico con lo digital de modo que se planteen ecosistemas integrados que vinculen marcas y públicos. Habitualmente combinan medios tradicionales con soportes digitales.

**151. FAQ's (Preguntas frecuentes):**

Preguntas importantes y frecuentes. Suelen tener una sección específica en muchos sitios web.

**152. Facebook Ads:**

Plataforma o herramienta publicitaria de Facebook con la que realizar campañas de anuncios dentro de la mayor red social del mundo, así como en Instagram, Messenger y ahora también en aplicaciones y sitios web externos a Facebook mediante Audience Network.

**153. Facebook Workplace:**

Plataforma de trabajo colaborativo lanzada por Facebook en 2016, similar a Slack. Permite gestionar grupos, chatear con colaboradores o compartir de documentos en un entorno parecido a una red social, con la intención de hacer más sencilla la comunicación interna. Facebook admite diversos tipos de publicidad que la plataforma clasifica como vídeo, imagen, colección, canvas, secuencia y presentación. Entre sus ventajas, que permite una alta segmentación de la audiencia y que admite presupuestos de todo tipo.

**154. Factura electrónica:**

Una factura electrónica es una factura que se expide y se recibe en formato electrónico. La expedición de una factura electrónica está condicionada al consentimiento de su destinatario.

**155. Feed:**

En informática, se llaman feeds a los documentos con formato RSS o Atom (basados en XML). Suelen utilizarse en medios digitales en forma de titulares de noticias, normalmente con un resumen del contenido, siendo usado en páginas webs que leen RSS.

**156. Fintech:**

Acrónimo de las palabras inglesas finance y technology, utilizado para referirse a las compañías y negocios que emplean la tecnología –principalmente digital– para desarrollar nuevos productos y servicios financieros.

**157. Firewall (Cortafuegos):**

Dispositivo de seguridad colocado entre la red informática interna de una empresa e Internet. La función que realiza un firewall es asegurar que todas las comunicaciones entre los usuarios de dicha red e Internet se realicen conforme a las normas de seguridad de la organización o empresa que lo instala.

**158. Formación:**

Acción y resultado de educarse o instruirse en una determinada tarea.

**159. Formatos expandibles/desplegables:**

Formatos publicitarios que se expanden o despliegan al pasar el ratón por encima de ellos o al hacer clic.

**160. Formatos flotantes:**

Anuncio que aparecen en la ventana principal del navegador encima del contenido de la página web, dando la sensación de que flotan sobre la página.

**161. Frecuencia:**

Indicador del número de veces que un mismo usuario se expone a un mensaje publicitario durante un periodo de tiempo determinado. Se calcula atendiendo a la cantidad de veces que el servidor web recibe la orden de descarga desde el navegador del usuario. Por ejemplo, número de veces que un banner es mostrado a un mismo usuario en 24 horas.

**162. Freemium:**

Modelo consistente en ofrecer servicios básicos gratuitos (free) con opción a disfrutar de servicios complementarios, sin limitaciones, o de un nivel superior mediante una suscripción de pago (premium). Esta fórmula, asociada a algunos de los modelos de negocio de más éxito en la Red, como Spotify o HootSuite, está en plena sintonía con las nuevas tecnologías, y normalmente es posible gracias a los bajos costes estructurales que permite el entorno virtual en comparación con el físico.

**163. Freeware:**

Software gratuito para el usuario.

**164. Front-end:**

Portada o desarrollo por el que los usuarios acceden a un sitio web.

**165. Funnel de ventas**

Representación gráfica del recorrido que realiza un usuario de un e-commerce, desde que entra en la web hasta que efectúa una compra. En el funnel de ventas se deben definir las diferentes fases por las que el usuario pasa hasta que realiza una conversión, para poder visualizar cuántos clientes se pierden en cada una de ellas y, de esta manera, poder mejorar esos apartados y reducir la tasa de abandono, aumentando así las probabilidades de compra. El funnel se representa con forma de pirámide invertida o embudo porque siempre hay más visitas que ventas en la página y, a medida que avanzamos en el proceso de compra, el número de usuarios disminuye.

**166. Gamificación:**

Uso de técnicas, dinámicas y mecánicas propias de los juegos en contextos ajenos a ellos, para motivar o modificar la conducta de los usuarios. En marketing online es una técnica muy utilizada para atraer al público objetivo, generar engagement o fidelizar clientes.

**167. Gif:**

Formato gráfico que utiliza la compresión para almacenar y mostrar imágenes

**168. Gigabyte:**

Un gigabyte equivale a 1000 megabytes.

**169. Google AdSense:**

Programa gratuito diseñado para editores de sitios web que permite asociar una web a la red de contenidos de Google cediendo parte de su espacio para que AdWords inserte mensajes publicitarios a cambio de una remuneración. La web recibirá ingresos cada vez que un usuario acceda a uno de los anuncios publicados. Mediante un proceso de segmentación, el propio programa cuida de que los enlaces guarden relación con el

contenido de la página en que se muestran, aunque también permite aplicar un filtro para rechazar aquellos que su webmaster considere inadecuados. Es una de entre las muchas aplicaciones que incluye, como elegir en qué páginas se muestran los anuncios, su ubicación o formato, y obtener informes detallados de rendimiento. Google AdSense permite también la posibilidad de incorporar una barra de búsqueda y obtener beneficios de cada enlace patrocinado al que los usuarios accedan tras realizar con ella una consulta.

**170. Google Analytics**

Herramienta gratuita de Google que permite a un webmaster analizar en profundidad las visitas que recibe su página y el comportamiento de los internautas en la navegación por la misma. (Fuente: Google Analytics)

**171. Google Trends:**

Herramienta de Google que analiza un porcentaje de las búsquedas que se producen en Google Search para determinar cuántas búsquedas se realizaron en un período de tiempo determinado. Esta información se proporciona gratuitamente al internauta en forma de gráficos que muestran la frecuencia con la que se han buscado términos, frases y temas en ese periodo de tiempo, lo que hace de ella un instrumento útil para encontrar las mejores palabras clave.

**172. Grado de Madurez Digital**

Es el nivel de apropiación tecnológica y de herramientas de análisis que permiten optimizar procesos, aumentar las ventas y mejorar la comunicación con el cliente.

**173. Growth Hacking**

Combinación de técnicas de marketing para hacer crecer el número de usuarios o clientes de una empresa —habitualmente una start-up— de manera exponencial, con el mínimo gasto de recursos posible. Para lograr este objetivo, el growth hacking combina creatividad, SEO, redes sociales, SEM, etc. y da mucha importancia a la analítica web para deducir si las técnicas utilizadas funcionan o no.

**174. Grupo de interés:**

Conjunto de entidades o personas que son objeto de algún provecho o utilidad.

**175. Hardware:**

Conjunto de componentes materiales de un sistema informático. Cada una de las partes físicas que forman un ordenador, incluidos sus periféricos. Maquinaria y equipos (CPU, discos, cintas, módem, cables, etc.). En operación, un computador es tanto hardware como software. Uno es inútil sin el otro. El diseño del hardware especifica los comandos que puede seguir, y las instrucciones le dicen qué hacer.

**176. Herramienta:**

Aplicación empleada para la construcción (de ahí su nombre) de otros programas o aplicaciones.

**177. Home (Portada):**

Se refiere a la página principal de entrada a un sitio web.

**178. Hootsuite:**

Herramienta para gestionar varias redes sociales desde un mismo panel de control, por ejemplo Twitter. Facebook, Google+ y LinkedIn. Hootsuite tiene dos funcionalidades muy prácticas: La posibilidad de programar el envío de tus mensajes a las horas y días que quieras y el acortador de URLs.

**179. HTML (Hypertext Markup Language):**

Conjunto de códigos conocidos como tags en archivos de texto (\*.txt) que determinan el modo en que el navegador recupera y muestra la información. Existen dos tipos de tags: anchor y format. Las anchor tags determinan la información que debe recuperarse, y las format tags determinan la manera en que la información debe mostrarse.

**180. Http (Hypertext Transfer Protocol):**

Lenguaje formado por tags con el que se asigna un formato a las páginas de Internet y con el que se distribuye la información. Es el formato más utilizado en la transferencia de documentos en la web.

**181. Hipertexto:**

Texto o elementos gráficos en una página que activan un hipervínculo al hacer clic sobre ellos.

**182. Hipervínculo:**

Información HTML que envía al usuario a una nueva URL cuando éste hace clic sobre un hipertexto.

**183. IAB:**

Interactive Advertising Bureau. Organización internacional fundada en 1996 con el propósito de promover e impulsar el sector de la comunicación digital. En España IAB Spain se fundó en el año 2000.

**184. ICT o TIC:**

Acrónimo inglés que significa Tecnologías de la Información y la Comunicación. Es el conjunto de métodos y tecnologías que realizan la transmisión, recepción y procesamiento de información esencial para las organizaciones.

**185. I-Frame:**

Es un espacio delimitado en la estructura de la página en el que la programación le indica que el contenido que se debe servir en ese espacio lo debe servir un servidor de un tercero. En el caso concreto de la publicidad, normalmente el navegador recibe la instrucción de preguntar al Ad server del editor que posteriormente pasa el control de ese hueco para preguntar por el contenido a los Ad servers de los anunciantes que se hacen responsable de servir los anuncios en ese espacio concreto.

**186. Impacto (hit):**

Cada una de las entradas que registra el log, relativas a algún elemento hipertextual existente en dicho servidor. Cuando los usuarios acceden a un sitio web, sus ordenadores envían una solicitud de descarga de una página web al servidor del sitio web. El log de servidor del sitio web se encarga de registrar los elementos de una página solicitada (como los gráficos, texto, elementos interactivos) en forma de impacto. Si un usuario accede a una página que contiene dos gráficos, los impactos se grabarán una vez para la página en sí y otra por cada uno de los gráficos. Los webmasters utilizan los impactos para medir el volumen de trabajo de sus servidores. Debido a que el diseño de páginas y las pautas de visitas varían de sitio web a sitio web, el número de impactos no guarda ninguna relación con el número de páginas descargadas, por lo que resulta una guía insuficiente para la medición del tráfico.

**187. Implementación:**

Son una serie de actividades encaminadas al mismo fin y concretar un plan diseñado.

**188. Impresión 4D:**

Combinación de la impresión 3D con materiales “inteligentes” para conseguir que los productos impresos puedan transformarse en otros por sí mismo ensamblándose, reparándose o reaccionando con la temperatura.

**189. Impresión publicitaria:**

Anuncio enviado y recibido con éxito por el navegador de un usuario. Es el soporte del comercio de publicidad en el medio Internet y la unidad básica de compra y venta, normalmente, medida en miles de unidades servidas o compradas bajo las siglas CPM (Coste por Mil).

**190. Impresiones reales:**

Las impresiones reales son aquellas entregadas en un periodo de tiempo como parte o total de la realización una campaña; con independencia de las planificadas originalmente, que pueden ser más o menos de las reales.

**191. In App Advertising:**

Publicidad dentro de aplicaciones

**192. In-Banner Video Ad:**

Anuncio de video que se reproduce dentro del espacio de un banner estándar. La única interacción con el usuario es al activar/repetir la reproducción.

**193. Inbound Marketing:**

Estrategia de marketing orientada a conseguir que encuentre el sitio web del anunciante. Consiste en una combinación de estrategias de publicación de contenidos orientada a “dirigir” al usuario hacia la web. Es el usuario quien llega a la marca anunciante, y no al revés. Se podría traducir como “marketing de atracción”.

**194. Indicadores de gestión:**

Es una forma de medir si una empresa, unidad, proyecto o persona está logrando sus metas y objetivos estratégicos.

**195. Industria 4.0:**

Industria 4.0 y su cuasi-sinónimo Cuarta Revolución Industrial, son expresiones que denominan una evolución técnico-económica de la humanidad, contando a partir de la Primera Revolución Industrial. Es una nueva era que da un salto cuantitativo y cualitativo en la organización y gestión de cadenas de valor. Esta nueva etapa de la industria apuesta por una mayor automatización, conectividad y globalización

**196. Influencer:**

Persona que tiene la capacidad de liderar la opinión en un sector o área de actividad determinada por su autoridad y su alcance. El ejemplo típico de influencer es un bloguero de prestigio que tiene un gran número de visitas en su blog, o miles de seguidores en redes sociales, y cuya opinión sobre los temas en los que está especializado es escuchada y tenida en cuenta por la comunidad. Las marcas que “hacen los deberes” en materia de comunicación digital y reputación online, se esfuerzan por identificar a estos líderes de opinión, y monitorizan su actividad para detectar tendencias y sobre todo menciones (a la marca, o a la competencia). Del mismo modo, las marcas se esfuerzan por construir una relación de respeto mutuo, confianza y colaboración con estos líderes. Obviamente, esto debe hacerse sin intentar comprometer la independencia del influencer, ya que un error en este sentido podría tener un efecto rebote muy pernicioso (y bien merecido) para la marca.



**197. Iniciativa:**

Es la idea que da origen a un proyecto.

**198. Innovación sostenida:**

Producto, servicio o modelo comercial que mejora el rendimiento en los atributos más valorados por los clientes clave de una industria. Las mejoras suelen ser incrementales y se desarrollan generalmente sobre el negocio principal de una compañía, utilizando los procesos y recursos existentes. Permite incrementar las prestaciones y el precio del producto final.

**199. Integración**

Capacidad de los programas o software a estar conectados o comunicándose entre sí. Habilidad de dos o más programas para interactuar e intercambiar datos con el fin de obtener un resultado específico.

**200. Inteligencia semántica:**

Tecnología utilizada para la búsqueda de información usando el lenguaje natural en lugar de términos, claves como se realiza actualmente en los buscadores convencionales. La inteligencia semántica es capaz de entender el significado diferenciado en dos expresiones que utilizan los mismos términos.

**201. Interacción:**

"Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, personas, agentes, fuerzas, funciones"

**202. Interfaz:**

Conexión e interacción entre hardware, software y el usuario. El diseño y construcción de interfaces constituye una parte principal del trabajo de los ingenieros, programadores y consultores. Los usuarios "conversan" con el software. El software "conversa" con el hardware y otro software. El hardware "conversa" con otro hardware. Todo este "diálogo" no es más que el uso de interfaces. Las interfaces deben diseñarse, desarrollarse, probarse y rediseñarse; y con cada encarnación nace una nueva especificación que puede convertirse en un estándar más, de hecho o regulado.

**203. Internet:**

Conjunto de redes de ordenadores creada a partir de redes de menos tamaño, cuyo origen reside en la cooperación de dos universidades estadounidenses.

Algunas extensiones de archivos relacionadas a internet

ASP - Active Server Pages

CSS - Documento de hoja de estilos en cascada

HTA - HTML Aplicación

HTM - HTML Documento

HTML

HTT - Plantilla de hipertexto

JS - Script de JavaScript

JSE - Script codificado JavaScript

JSP - Archivo JSP

MHT - Documento MHTML

MHTML - Documento MHTML

PHP - Personal Home Page

SHTM - Archivo SHTM

URL

XML

XSL - Hoja de estilos XSL

MSG - Mensaje e-mail

NWS - Mensaje de News

Intranet

Red propia de una organización, diseñada y desarrollada siguiendo los protocolos propios de Internet, en particular el protocolo TCP/IP. Puede tratarse de una red aislada, es decir no conectada a Internet.

**204. Internet de las cosas:**

IoT o Internet of Thing es un concepto que hace referencia a la conexión a la red de todo tipo de objetos (televisores, coches, drones, etc.), lo que supone multiplicar sus aplicaciones y transformar el uso que se da a los mismos, así como muchos aspectos de la vida de las personas.

**205. Inversión**

Es un término económico que hace referencia a la disposición de un capital para un proyecto, con el objetivo de recuperarlo con un tiempo determinado.

**206. iOS**

Sistema operativo de Apple para sus teléfonos móviles iPhone.

**207. IP (Dirección...):**

Dirección numérica que se le asigna a un ordenador en Internet para que pueda ser distinguido de otros equipos. Expresado como cuatro grupos de números separados por puntos.

**208. Jailbreaking:**

Término del mundo Smartphone. Proceso por el que se modifican las limitaciones de serie de un teléfono móvil, a menudo impuestas por el operador o la marca.

**209. Java:**

Lenguaje de programación diseñado para generar aplicaciones en Internet.

**210. Jobs to be done:**

Un “job” es un problema que un cliente trata de resolver. EL “Job to be done” (trabajo por hacer) se centra en el análisis de los deseos y el timeline de compra de los clientes para llegar a la causa por la que este cliente necesita un producto o servicio.

**211. Jpg:**

Formato de archivo que utiliza una técnica de compresión para la reducción del tamaño (número de bytes) de archivos gráficos.

**212. Keyword (Palabra clave):**

Palabra(s) específica(s) que el usuario introduce en un motor de búsqueda y que tiene como resultado una lista de sitios web relacionados con la misma. Los anunciantes pueden adquirir palabras clave con el propósito de insertar un anuncio publicitario relacionado con la búsqueda del usuario. Asimismo, las técnicas de posicionamiento orgánico tratan de optimizar las palabras clave principales de una web para que aparezca entre los primeros resultados del buscador.

**213. KPI (Key performance indicator):**

KPI o Key Performance Indicator (indicador clave de desempeño) es una métrica que permite medir el progreso de un objetivo previamente marcado y cuantificar su grado de cumplimiento. En marketing digital, los KPI pueden ser, por ejemplo, el número total de visitantes únicos, el tiempo medio en página por visita o las conversiones en una

landing page. Es aconsejable que los KPI sean SMART, esto es, que cumplan los siguientes principios: specific (específicos), measureable (medibles), achievable (alcanzables), relevant (relevantes para el negocio) y time-bound (con un horizonte temporal).

**214. Landing page:**

La página de destino a la que se decide enlazar un banner o un enlace patrocinado. Hace las veces de recepción para el usuario, y puede tratarse de la página principal de una web, de cualquiera de sus secciones o de un micrositio especialmente diseñado para una promoción. La primera impresión resulta vital para el éxito de una campaña; si se desea convertir al visitante en cliente, es imprescindible optimizar el diseño y contenidos de una landing page de manera que resulte clara y atractiva para mantener las expectativas generadas originalmente por la fuente externa. También hay que tener en cuenta la inclusión de determinadas palabras clave durante su programación, para obtener un mejor resultado en buscadores.

**215. Lean startup:**

Forma de abordar el lanzamiento de negocios y productos que se basa en el aprendizaje validado extraído de las necesidades de los clientes y la iteración en los lanzamientos del producto.

**216. Lenguaje de programación:**

Conjunto de normas «lingüísticas» que permiten escribir un programa y que éste sea entendido por el ordenador y pueda ser trasladado a ordenadores similares para su funcionamiento en otros sistemas.

**217. Liderazgo y reputación digital:**

La llegada de las redes sociales e Internet ha cambiado la forma en que las personas, consumidores y empleados se comunican. Se deben emplear prácticas de liderazgo abierto y cómo los directivos y marcas gestionan su reputación en Internet de manera externa o interna de la empresa. Sin duda alguna, en el momento actual, emplear estos métodos será clave para el progreso y crecimiento de la organización, adaptándola a las necesidades del cliente y convirtiéndola en sostenible.

**218. LinkedIn:**

Red social de profesionales, enfocada en construir relaciones comerciales y profesionales.

**219. Liquidez:**

La liquidez de una empresa es su capacidad de obtener dinero en efectivo para poder hacer frente a obligaciones de pago a corto plazo. Es decir, supone la habilidad con la que un activo se puede transformar en dinero. Por ejemplo, un local comercial es un activo que tiene una liquidez baja porque puede ser complicado venderlo y convertirlo en dinero.

**220. Machine Learning:**

Métodos de inteligencia artificial que permiten a la máquina aprender y hacer predicciones sobre un conjunto de datos.

**221. Madurez digital:**

Es un esquema organizado, el cual permite identificar el nivel de digitalización de los procesos, las capacidades instaladas y las debilidades en las MiPyme, a partir de ello, establecer procesos de Transformación Digital y la mejora de las competencias que deriven en un incremento del desempeño empresarial.

#### **222. Mailchimp:**

Excelente herramienta con la que puedes realizar envíos de emailing totalmente profesionales. Además, puedes controlar las campañas y monitorizar resultados.

#### **223. Malware:**

Es cualquier software o fragmento de código malintencionado que tiene como objetivo infiltrarse en un ordenador para realizar actividades no autorizadas por su dueño y que pueden estar relacionadas con el sabotaje, el robo de información o la toma de control del sistema. Es un término general que abarca múltiples amenazas de seguridad. Antiguamente se utilizaba el término virus de manera genérica, pero hizo falta extender el concepto de software malicioso al hacerse más sofisticado y surgir nuevas y muy diferentes categorías.

#### **224. Manufactura aditiva:**

Manufactura aditiva se define como el proceso de agregar o unir materiales, usualmente capa por capa para crear objetos a partir de modelos de computo CAD 3D. Su opuesto es la manufactura sustractiva donde se corta material (cnc). Algunos sinónimos son impresión 3d, fabricación aditiva, procesos aditivos, manufactura por capas, layers o fabricación de forma libre.

#### **225. Marcador:**

Marcadores (conocidos como favoritos en algunos navegadores) que actúan de enlaces a las páginas web preferidas que un usuario ha elegido archivar y almacenar en un directorio en el navegador. Permiten regresar rápidamente a la página web seleccionada.

#### **226. Market place privado:**

Negociación realizada a través de una DSP con el objetivo de obtener ventajas sobre el inventario, incluyendo exclusividad, inventario premium, inventario garantizado, CPM fijo y mayor transparencia que en una subasta. Existen diferentes modelos de compra dependiendo de la exclusividad del inventario, de menor a mayor: subasta abierta, acuerdo preferente, programático garantizado.

#### **227. Marketing:**

Es conjunto de actividades orientadas a investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro.

#### **228. Marketing 3.0:**

También conocido como marketing de valores, es un marketing enfocado a no solo vender el producto, sino a tratar a las personas como más que simples consumidores o medios para conseguir beneficios. A diferencia de lo que sucede con el marketing 2.0 que se enfoca en los canales de comercialización, el marketing 3.0 está dirigido a la satisfacción total de los clientes. En este caso se trata no solo de la satisfacción del cliente como consumidor, sino también como un ser humano en el más amplio sentido de la palabra. También es importante decir que en el marketing 3.0, las empresas difieren en cuanto a los valores que aportan, por lo que todo se basa en el desarrollo de la comercialización donde la visión, la misión y los valores de la compañía están relacionados entre sí.

#### **229. Marketing Automation:**

Software que automatiza algunas actividades de marketing repetitivas como enviar correos electrónicos o registrar formularios.

#### **230. Marketing contextual:**

Estrategia basada en intercambiar contenido relevante con cada cliente de manera personalizada, teniendo en cuenta las características del punto de contacto, es decir, el canal en el que se produce y el contexto en el que se encuentre.

**231. Marketing de afiliación:**

El marketing de afiliación está especializado en la obtención de resultados. Engloba todas aquellas relaciones comerciales en las que un comerciante (tienda online o anunciante) promociona sus servicios o productos mediante anuncios y un afiliado (normalmente una página web) inserta esos anuncios y promociones. Si un usuario visita una página web de un afiliado y es impactado por una promoción de un anunciante, tiene la posibilidad de hacer clic en el banner y realizar una acción determinada en el sitio del anunciante (por lo general una compra o un registro). El afiliado recibe el pago de una comisión por esta acción. Estas acciones pueden ser una venta, un registro, un clic, la descarga de un programa... Este modelo de coste por acción (CPA) define y diferencia al marketing de afiliación con respecto a otra tipología de canales.

**232. Marketing de atracción:**

Técnica de marketing diseñada para convencer a tus clientes potenciales de lo bueno que es tu producto y las ventajas que le puede proporcionar antes de que él lo compre con el fin de atraerlo y conseguir así la venta.

**233. Marketing de influenciadores:**

Este marketing consiste en conseguir que las personas influyentes en Social Media de tu sector (influencers) difundan ante su audiencia tus noticias, mensajes o novedades.

**234. Marketing online:**

Al contrario que el marketing digital, el cuál puede darse sin internet, este marketing consiste en el uso de internet para publicitar y vender productos y servicios. Este tipo de marketing hace referencia a un conjunto de poderosas herramientas y metodologías utilizadas para la promoción de productos y servicios a través de la web. El marketing en línea consta de una gama amplia de elementos de marketing que la comercialización tradicional no incluye, debido a los canales adicionales y a los mecanismos de comercialización disponibles en Internet. La comercialización online puede ofrecer beneficios como el crecimiento de la empresa, la disminución de costos, comunicación con el cliente más elegante, un mejor control y mejor servicio a los clientes, además de una ventaja competitiva. También se le conoce como marketing de Internet, marketing digital o marketing web.

**235. Marketing transaccional:**

Este tipo de marketing busca únicamente las ventas. No existe intención más allá de la rentabilidad del negocio, y por supuesto no trata de establecer relaciones con sus clientes, tratándolos como una masa anónima a la que se dirigen para vender sus existencias. Este es el tipo de marketing que busca la satisfacción de todas y cada una de las necesidades de los clientes, además de alcanzar los objetivos de la compañía a través de la transacción o el intercambio de servicios o bienes. En el marketing transaccional, todo está enfocado al corto plazo y la meta es clara, conseguir clientes. Se buscan transacciones puntuales, además de que se tiene muy poco contacto con el consumidor, por lo que básicamente es un tipo de marketing orientado al producto, aunque ciertamente está dirigido a las masas. También hay que decir que este marketing se desarrolla solo en su departamento y lo que se busca son clientes satisfechos con una transacción.

**236. Marketing Viral:**

Estrategia de marketing que se basa en que los usuarios reenvíen, compartan y comuniquen una acción de una marca. Pueden ser juegos, música, fotos, vídeos, noticias o ideas creativas. Ofrece mucha visibilidad a bajo precio y ayuda a construir imagen de marca, aunque su resultado no es matemático y depende de los usuarios.

**237. Medios pagados:**

Espacios contratados por una marca en medios de comunicación, y pagados según tarifa, para insertar un mensaje o anuncio determinado.

**238. Mejora:**

Cambio o modificación que se hace en algo, con el fin de aumentar su propia medida.

**239. Memoria caché (memoria temporal):**

Memoria temporal que se utiliza para el almacenamiento de los contenidos, archivos o páginas que se solicitan con más frecuencia, con el objetivo de poder enviarlos al usuario con una mayor rapidez en una próxima visita.

**240. Mensajería instantánea:**

Método de comunicación individualizada o en grupos de usuarios por medio del protocolo IP estándar. Los usuarios pueden crear listas de contactos y charlar con amigos, familiares y compañeros en tiempo real. Ejemplos: Gmail Chat, Skype y Messenger de Windows.

**241. Mercado:**

En términos económicos, se le dice mercado al escenario (físico o virtual) donde tiene lugar un conjunto regulado de transacciones e intercambios de bienes y servicios entre partes compradoras y partes vendedoras que implica un grado de competencia entre los participantes a partir del mecanismo de oferta y demanda.

**242. Mercado Objetivo:**

Es el grupo seleccionado de un mercado que comparte un interés y al cual va dirigida la oferta de un producto o servicio.

**243. Meta-tags (Etiquetas):**

Etiquetas HTML que informan a los buscadores sobre el contenido de una página web.

**244. Metodología ágil:**

Proceso iterativo durante el cual la idea inicial y la forma del proyecto se modifican y adaptan en función de los comentarios de los usuarios. Originalmente utilizado en el desarrollo de software, hoy también se aplica a los procesos de negocios.

**245. Métricas:**

En SEO conjunto de valores que nos permite evaluar el posicionamiento de determinadas palabras clave en las páginas de resultados de Google. También se aplica este término a los valores que permiten medir la importancia de una página Web.

**246. Micro-pagos:**

Concepto que se ha utilizado para denominar transacciones de pequeñas cantidades en un entorno web, donde el usuario usa su ordenador o su móvil para pagar por diversos servicios. En el caso del móvil, normalmente, recibe una contraseña que le da acceso a contenido Premium en el site.

**247. Microsoft Office:**

Grupo de aplicaciones Windows de Microsoft que incluye Mail, Access, PowerPoint, Word y Excel. Las aplicaciones han sido diseñadas para una integración más cercana con la posibilidad de compartir funciones comunes como verificación de ortografía y elaboración de gráficos. Los objetos pueden "arrastrarse y soltarse" entre aplicaciones.

Incluye MOM, el Microsoft Office Manager, una utilidad de barra de herramientas que carga y ejecuta las aplicaciones.

**248. Mobile Developer:**

Desarrollador de aplicaciones que se pueden usar en sistemas operativos para dispositivos móviles como smartphone o tablet.

**249. Mobile Marketing (Marketing Móvil):**

Es el uso de las tecnologías móviles para soluciones de marketing y ventas: mobile advertising, SMS, MMS, Desarrollo de Apps, venta de contenidos, etc

**250. Modelo:**

Es una herramienta que permite plasmar con claridad el tipo de negocio que se va a crear, a quién va dirigido, cómo se va a vender y cómo se van a conseguir los ingresos.

**251. Modelo de negocio:**

Es cómo una empresa crea, desarrolla y captura valor. El modelo de negocio es una visión, un conjunto de todo lo que es tu negocio. Es algo más que la planificación que hace una empresa para determinar cómo va a generar ingresos. El modelo de negocio debe incluir desde la oferta de productos y servicios, el cliente al que va dirigido la oferta, cómo se va a vender, con qué recursos financieros y humanos se cuenta. El modelo de negocio no es sino es una herramienta previa al plan de negocio que permite definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, de qué manera lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos. Pero el modelo de negocio habla no sólo de cómo ganar dinero sino también de quiénes son tus clientes, de cómo vas a llegar a ellos, qué cosas tienes que hacer para entregarles tu propuesta de valor, qué es lo que te hace único, qué estructura de costes tienes, etc.

**252. Modelo híbrido:**

Combinación de dos o más modelos de marketing online de pago. En medición de audiencias digitales se refiere a un modelo que aporte un dato como resultado de hibridar los datos de panel (user centric) y de medición censal (site centric).

**253. Mooc:**

Acrónimo de Massive Open Online Course, que traducido al español queda como cursos en línea masivos y abiertos. El caso es que con lo que hay que quedarse es que son gratuitos, accesibles por Internet y para todos ya que están basados en la teoría de la liberación del conocimiento. Actualmente están alcanzando mucha fama por lo que ya hay en la Red un interesante catálogo de cursos MOOC de gran calidad.

**254. Mouse over:**

Movimiento del ratón por parte del usuario sobre una determinada zona de una web que provoca una acción. Al pasar el ratón por encima de un formato publicitario expandible, por ejemplo, se desencadena la acción y se despliega la creatividad.

**255. Multimedia:**

El concepto Multimedia alude a la combinación en un ordenador de sonido, gráficos, animación y vídeo. La configuración habitual del hardware está constituida por un procesador del tipo 386 (Ver 80X86) o superior, una tarjeta de sonido, dos altavoces, un lector de CD-ROM y un monitor. Es una tecnología típicamente asociada a los PCs, aunque es creciente su uso en aplicaciones de red.

**256. Negocio:**

Se determina negocio a aquella actividad que tiene un fin lucrativo y espera obtener ganancias.

**257. Negocio electrónico:**

Realización de cualquier tipo de negocio por medio de Internet, con independencia de si se trata de envío de información, solicitudes de correo electrónico o intercambio de dinero por productos.

**258. NFV:**

Network function virtualization es un método para virtualizar servicios de red tradicionalmente ejecutados en hardware dedicado. Gracias a la virtualización, estos servicios se convierten en software que puede ser ejecutado sobre servidores genéricos, abaratando a los costes de suministro, soporte y mantenimiento. Además estos servicios de red pueden ser gestionados de forma más esencial, escalando los recursos asignados por uso cuando sea necesario.

**259. Nicho:**

Pequeños grupos de consumidores que tienen necesidades muy estrechas, o combinaciones únicas de necesidades. Pequeños mercados no atendido por otras empresas

**260. Nivel de calidad (Quality Score/QS):**

Escala numérica que determina la relevancia estimada del anuncio. Aplica para search y display, y es otorgado por el ad server. Determina qué anuncio se muestra, en qué posición e impacta en los costos de campaña. Los factores que considera son: el CTR esperado, la experiencia de navegación en la página de destino y la relevancia del anuncio.

**261. Nivel de digitalización:**

Es uno de los pilares del Modelo de Madurez para la Transformación Digital que analiza qué tan digitalizados están los procesos de una empresa, es decir, la utilización de soluciones TIC para que los procesos de la cadena de valor sean más eficientes, productivos e inteligentes.

**262. Objetivo:**

Es una meta o finalidad a cumplir para la que se disponen medios determinados.

**263. Océano azul:**

La estrategia de océano azul busca romper las reglas del mercado reposicionando productos actuales o lanzando nuevos productos innovadores consiguiendo generar nuevos clientes y que los competidores sean irrelevantes. Para conseguirlo, simultáneamente se incrementa el valor ofrecido y se reducen los costes operativos. Suele utilizarse en contraposición al océano rojo que representa un mercado maduro y altamente competitivo.

**264. Offshoring o deslocalización:**

Estrategia adoptada por una empresa local que consiste en la deslocalización de algunas actividades, productos y/o servicios de la sede central en el extranjero, ya sean filiales de la empresa matriz o proveedores de servicios independientes.

**265. Omnichannel:**

Tipo de experiencia que ofrecen las marcas a sus clientes en la que las conversaciones se inician y continúan sin cortes a través de cualquier canal.

**266. Online:**

Palabra en inglés que significa "en línea", se utiliza para nombrar aquello que está conectado en internet o haciendo uso de una red.



**267. Open Data:**

El nombre lo dice (casi) todo. Open Data significa literalmente “datos abiertos”. En otras palabras, datos públicos para entender la realidad que nos rodea, tomar decisiones informadas, mejorar el entorno, ejercer nuestra responsabilidad social de forma más plena y también, por qué no, para supervisar la eficacia de la gestión de los gobiernos, instituciones y organismos públicos. El ideal Open Data supone disponer de datos públicos de forma masiva, reutilizable, integrada en la Red, y sin barreras de acceso, de uso, ni de proceso.

**268. Open Innovation:**

Enfoque a la innovación empresarial basada en ideas, recursos y habilidades tecnológicas provenientes de fuentes externas, en particular de startups, universidades, instituciones de investigación, proveedores y consultores.

**269. OpenOffice:**

Es un paquete ofimático que está publicado como software libre y código abierto que incluye dentro de sus aplicaciones un procesador de texto (OpenWriter), una hoja de cálculo (OpenCalc), presentaciones (OpenImpress), herramientas para el dibujo vectorial (OpenDraw) y una base de datos (OpenBase). Además, está disponible para múltiples plataformas (Microsoft Windows, Windows Vista, GNU/Linux, Solaris, Mac OS X). Su descarga es totalmente gratuita.

**270. Operaciones:**

Son las actividades realizadas en una empresa, que tiene relación entre las diferentes áreas y que generan un producto o servicio disponible para los clientes.

**271. Organizaciones:**

Es la forma como se dispone un sistema para lograr los resultados deseados. Es un convenio planeado entre personas para lograr algún propósito específico.

**272. Outsourcing:**

Es un tipo de relación contractual que permite a una organización cualquiera el uso de las instalaciones físicas de otra que, además, provee a la primera de mantenimiento y desarrollo de aplicaciones, proceso de datos, gestión de comunicaciones, etc. Así, una empresa (la segunda, según la definición anterior), aprovecha, por ejemplo, el sobrante de potencia de proceso de sus máquinas, o rentabiliza su experiencia en la gestión de sus propias aplicaciones, o comparte su estructura de comunicaciones, etc. La primera, en estas circunstancias, no necesita acometer costosísimas inversiones para resolver sus necesidades de operación.

**273. Overlay:**

Contenido publicitario que aparece, normalmente, en una capa superpuesta a un contenido audiovisual en un player de vídeo.

**274. P2P (Peer to peer):**

Red que no sigue el modelo clásico de “cliente - servidor centralizado”, ya que no tiene clientes ni servidores fijos, sino que tiene una serie de nodos que se comportan simultáneamente como clientes y servidores de los demás nodos de la red. Se ha popularizado como solución para descargas, aunque empieza a popularizarse como solución para Video Streaming.

**275. Páginas en caché:**

Los robots de los buscadores toman una instantánea de cada página visitada al rastrear la web. Esta información se almacena y se utiliza como una copia de seguridad si la página original no está disponible.

#### **276. Paquete:**

El término se refiere a cierto software de aplicación diseñado para atender necesidades sectoriales, de un tipo de negocio, etc. Un paquete integrado contiene un conjunto de programas para atender diversas necesidades, por ejemplo: contabilidad, ventas, etiquetas, etcétera. Con frecuencia, un paquete integra aplicaciones desarrolladas por distintas firmas.

#### **277. Pensamiento lateral:**

Conjuntos de técnicas para la resolución creativa basándose en cuestionar suposiciones, hacer preguntas que cambien la perspectiva del problema y generar ideas ajustadas al objetivo del negocio.

#### **278. Perfil de la audiencia:**

Definición de las diferentes características parciales del usuario de un site en función de criterios establecidos por el propietario del mismo. Componentes admitidos son los niveles socio demográficos, sexo, edad, conductas de navegación registradas, etc.

#### **279. Permission Marketing:**

Término acuñado por Seth Godin en 1999 en un libro del mismo título que se refiere a un tipo de marketing basado en obtener la autorización del propio consumidor, de forma totalmente voluntaria, para que se le envíe publicidad e información sobre una marca o un producto determinado. Frente al marketing de interrupción, ofrece al consumidor la oportunidad de elegir voluntariamente ser objeto de marketing.

#### **280. Phishing:**

Conocido como suplantación de identidad, es un término informático que denomina un modelo de abuso informático y que se comete mediante el uso de un tipo de ingeniería social, caracterizado por intentar adquirir información confidencial de forma fraudulenta como puede ser una contraseña, información detallada sobre tarjetas de crédito u otra información bancaria.

#### **281. Pipedrive:**

Con esta herramienta tendrás un CRM personalizado que además se puede utilizar tanto en el ordenador como en el móvil. Ideal para vendedores.

#### **282. Pixel de conversión:**

Literalmente un pixel es una imagen de un solo punto 1x1. Al insertarlo en tu página web, junto con un pequeño código, Facebook, Twitter, etc. recogen información sobre cualquier usuario que han visitado tu página web o los que han comprado algo. Esta información es muy valiosa para conocer mejor a tus clientes y clientes potenciales, pero especialmente valiosa para optimizar tus campañas de anuncios

#### **283. Plan:**

Es la consecuencia de una idea, generalmente y en función de lograr una óptima organización, adoptará la forma de un documento escrito en el cual se plasmará dicha idea acompañada de las metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar los fines propuestos y que fueron la motivación de la idea.

#### **284. Plan de medios sociales (PMS):**

Documento en el que se establecen las líneas estratégicas de actuación y la manera de construir la relación con la comunidad a través de las distintas plataformas sociales.

#### **285. Plan de mejora:**

Es una herramienta que sirve para desarrollar acciones encaminadas al incremento en la calidad y el rendimiento de los resultados. Los planes de mejora son orientados a corregir problemas crónicos en la organización.

**286. Plan de negocio:**

También se denomina plan de empresa. Es el documento en el que se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con éste, tales como sus objetivos, las estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida, el estudio de viabilidad y la rentabilidad esperada.

**287. Plataforma:**

Es un término de carácter genérico que designa normalmente una arquitectura de hardware, aunque también se usa a veces para sistemas operativos o para el conjunto de ambos. Los ordenadores VAX de la firma Digital, por ejemplo, serían una plataforma en la que se pueden soportar aplicaciones que, a su vez, corren (Ver: Correr) en otras plataformas. Plataforma es todo soporte hardware y/o software que utilizan las aplicaciones en y para su ejecución; en cambio, las plataformas pueden ser de 3 tipos:

- **De computación:** implica a dos o más máquinas con sistema operativo que ofrecen procesamiento para la ejecución de aplicaciones.
- **De almacenamiento:** puede ser de almacenamiento relacionado (base de datos) o sin relacionar (disco para almacenamiento de ficheros) y normalmente son utilizadas por las aplicaciones a la hora de su ejecución.
- **De ejecución de aplicaciones:** plataformas necesarias para ejecutar una o varias aplicaciones.

**288. Plataformas digitales:**

Las plataformas digitales o plataformas virtuales, son espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades. Cada una cuenta con funciones diferentes que ayudan a los usuarios a resolver distintos tipos de problemas de manera automatizada, usando menos recursos. El principal objetivo que cumplen las plataformas digitales es facilitar la ejecución de tareas a través de programas o aplicación en un mismo lugar en la web. Como existe una gran variedad de plataformas digitales, los objetivos específicos de cada una de ellas varían de acuerdo con la necesidad de los usuarios.

**289. Plug-in:**

Plug-in es un programa que extiende las capacidades del navegador de un modo específico, dado por ejemplo la capacidad de mostrar vídeo, audio, ficheros de un determinado formato (ficheros PDF, presentaciones de ASAP, fichero VRML, etc ...). Un plugin es una aplicación que relacionándose con otra puede aportarle una nueva función. Este término normalmente se utiliza para los plugins de WordPress, que son aplicaciones que instalándolas pueden añadir nuevas funcionalidades a nuestra plantilla. Existe una gran cantidad de plugins de todo tipo y algunos pueden ayudarnos mucho en nuestro día a día. Personalmente te recomiendo estos plugins de SEO para WordPress que seguro conseguirán incrementar tu tráfico orgánico.

**290. Pocket:**

App para que guardar artículos y vídeos para verlos más tarde.

**291. Podcasting**

Se trata de poner a disposición del usuario, para su descarga (normalmente, en formato MP3), un archivo multimedia.

**292. Pop-up:**

Formato publicitario on-line consistente en una ventana que emerge de manera automática sobre el sitio de Internet que se está visitando, generalmente mientras la página activa carga contenidos. Permite al anunciante desplegar mensajes publicitarios de gran tamaño y variedad (puede incluir gifs animados, sonido, enlaces...), pero posee un carácter intrusivo que lo convierte en el formato peor considerado por los usuarios.

**293. Porcentaje:**

Cantidad que corresponde a una proporción, tomando como referencia el número 100.

**294. Portal:**

Sitioweb que sirve de punto de partida para navegar por Internet. Los portales ofrecen una gran diversidad de servicios: listado de sitios web, buscador, noticias, e-mail, información meteorológica, chat, newsgroups (grupos de discusión) y comercio electrónico. En muchos casos el usuario puede personalizar la presentación del portal. Algunos de los más conocidos son Altavista, Yahoo!, Netscape y Microsoft.

**295. Premium:**

Sobretarificado; que tiene un coste que va más allá del mero coste técnico necesario para desarrollar un servicio, y que se entiende como margen para el anunciante. Surgió con la irrupción de los SMS Premium para abonar el coste de contenidos frente a los SMS Estándar, a un precio mucho menor para un servicio de mensajería normal. Del SMS, se ha extendido al resto de tecnologías.

**296. Pre-roll:**

Publicidad en formato de vídeo que se emite antes del contenido audiovisual que el usuario desea ver.

**297. Prescriptor de marca**

Cliente que tiene una percepción favorable de una marca, que hablará favorablemente de ella a sus conocidos y que ayuda a generar conciencia de marca o influye en la intención de compra.

**298. Proceso:**

Conjunto de acciones o actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar con un fin.

**299. Proceso de Transformación digital:**

Son procesos que conllevan el uso y apropiación de las tecnologías de información combinadas con la capacidad de liderazgo y el cambio organizacional para mejorar o cambiar radicalmente el desempeño y el modelo de negocio de las empresas.

**300. Procesos Organizacionales:**

Son aquellos procesos que son parte fundamental de la organización del trabajo, y llevan a definir la secuencia y el orden correctos de las funciones y responsabilidades.

**301. Productividad:**

Es un indicador de eficiencia y se define por la relación entre la cantidad de productos y los recursos empleados en su producción.

**302. Programa:**

1. Redacción de un algoritmo en un lenguaje de programación.

2. Conjunto de instrucciones ordenadas correctamente que permiten realizar una tarea o trabajo específico.

3. Toda secuencia de instrucciones o indicaciones destinadas a ser utilizadas, directa o indirectamente, en un sistema informático para realizar una función o una tarea o para obtener un resultado determinado, cualquiera que fuere su forma de expresión y fijación.

4. Conjunto secuenciado de instrucciones que quedan escritas en un lenguaje determinado con unos fines específicos. Aunque en el lenguaje común con frecuencia se denomina programa al sistema operativo, la diferencia estriba, precisamente, en la especificidad de aquél frente al carácter de gestión global de éste. La palabra software engloba ambos.

### **303. Programa informático:**

Un programa informático o programa de computador es una pieza de software, es decir, una secuencia compleja de instrucciones y procesos orquestados para cumplir una tarea específica en un computador o sistema de computadores. Estos programas pueden ser programas preinstalados en el computador, como el Sistema Operativo que controla todo el funcionamiento del mismo, o pueden ser añadidos adicionalmente por el usuario.

### **304. Promoted Tweet:**

Tweets corrientes comprados a Twitter por los anunciantes y posicionados en el timeline de determinados usuarios, para aumentar el número de seguidores o promocionar un determinado producto. Aparecen siempre etiquetados como mensajes promocionales.

### **305. Propuesta única de venta:**

en inglés “Unique Selling Proposition”. Hace referencia a la ventaja diferencial o propuesta única de venta o valor de un producto. Se sostiene que, los mensajes publicitarios deben ser sencillos y contener una única propuesta de compra.

### **306. Prosumer:**

Es un nuevo tipo de consumidor capaz de generar contenido, opiniones y comentarios sobre los productos o servicios de una empresa. Este consumidor comparte estos contenidos en una comunidad con gustos en común.

### **307. Publicidad comportamental:**

Modelo publicitario basado en el comportamiento del consumidor para el cual una cookie recaba información anónima sobre hábitos de navegación con el fin de ofrecerle publicidad acorde a sus intereses. ∞

### **308. Publicidad contextual**

La publicidad que se pone en relación con el contenido específico de una página en una web, como por ejemplo ver un anuncio de coches cuando leemos una noticia de Motor.

### **309. Publicidad en display:**

Tipo de publicidad en Internet que muestra anuncios gráficos, estáticos o animados, interactivos en formatos de imagen (banner), video o texto que se contratan en espacios de sitios web y sitios móviles, aplicaciones y otros medios publicitarios en Internet. La forma más adecuada de implementar y optimizar la entrega de este tipo de publicidad es a través de un ad server que reporta la cantidad de impresiones servidas, los clics entregados y otros indicadores de comportamiento. Por ejemplo: CTR, usuarios únicos alcanzados u otros. La pieza creativa juega un papel muy importante en el desempeño de una campaña. Existe la posibilidad de propiciar la

interacción del usuario con la pieza (vea rich media). En este tipo de publicidad es muy importante considerar los criterios de segmentación que se apliquen a la misma. Por ejemplo: demográfico, geográfico, etcétera.

**310. Publicidad en redes sociales:**

Consiste en insertar anuncios publicitarios en redes sociales, como Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram o Youtube. Según cada red social, esta publicidad puede adoptar diversos formatos: anuncios en el muro o feed del usuario, enlaces patrocinados o contenidos publicitarios en forma de post. Los anuncios pueden incluir imágenes, vídeos o simplemente texto. Una de sus principales ventajas es que permite la microsegmentación del público objetivo por ubicación, edad, sexo, intereses.

**311. Puja:**

Precio ofrecido por un comprador para adquirir un determinado emplazamiento publicitario. En los sistemas de subasta en tiempo real y gestión automatizada sirve para determinar el valor inicial de la compra y calcular el CPM efectivo.

**312. Puntos calientes:**

Posibilidad de agregar hipervínculos a los objetos en un vídeo que permitirá a los usuarios etiquetar un producto o servicio. Puede ser utilizado como un mecanismo de respuesta directa en vídeos web.

**313. Query (Consulta):**

Se define con el término genérico “Query” (consulta) al conjunto de palabras clave que se introducen en un motor de búsqueda.

**314. QWERTY QWERTY:**

Es un tipo de teclado en teléfonos móviles que hace referencia a la forma de ordenar las teclas. QWERTY son las primeras seis letras que aparecen en la esquina superior izquierda de este tipo de teclados. Es el más extendido en la actualidad.

**315. Reach:**

Número de usuarios únicos de una web que, potencialmente, ven la página una o más veces en un determinado periodo, expresado en un porcentaje de población activa en ese site.

**316. Real time (Tiempo Real):**

Información servida sin ninguna dilación. También hace referencia a acciones o procesos ejecutados sin retrasar la navegación normal del usuario o el tiempo de respuesta de los servidores implicados.

**317. Realidad Aumentada**

Se trata de una nueva tecnología utilizada para aplicaciones móviles y tablets que permite ver en la pantalla aquello que la cámara filma agregándole una capa de datos. Esto permite, por ejemplo, filmar el Obelisco y obtener datos sobre su construcción o ver como lucía una esquina determinada años atrás. También es posible mirar en tiempo real las casas de una cuadra en particular y ver superpuesto a la imagen qué casas están a la venta o alquiler y a qué precios sin que haya ningún cartel colocado.

**318. Realidad virtual**

Concepto con el que se conoce a una serie de tecnologías que pretenden reproducir la realidad mediante la utilización de ordenadores y elementos añadidos. Generalmente, un ordenador genera una imagen falsa que el usuario contempla a través de un casco equipado con un visor especial, de manera que tiene la impresión de estar presente en la escena reproducida por el ordenador. En su grado más alto de sofisticación, los equipos de realidad virtual se completan con guantes y trajes equipados con sensores,

que permiten «percibir» los «estímulos» y «sensaciones» generados por el ordenador. En definitiva, el usuario percibe como real algo que no lo es. Aunque se ha aplicado mayoritariamente al mundo de los videojuegos, existen ya aplicaciones --en medicina, por ejemplo-- que han permitido importantes avances en la simulación de intervenciones quirúrgicas.

### **319. Registro**

Es una pequeña unidad de almacenamiento destinada a contener cierto tipo de datos. Puede estar en la propia memoria central o en unidades de memoria de acceso rápido. Repositorios.

En referencia a las distribuciones Linux, no son más que servidores centralizados donde se almacenan los paquetes (aplicaciones, librerías, controladores, documentación) con el objetivo de proporcionar un recurso directo para su instalación.

### **320. Relación:**

Conexión, correspondencia o referencia que se hace entre algunas cosas o sobre un hecho.

### **321. Rendimiento:**

Es el producto o la utilidad que rinde o da una persona o cosa. Es la proporción entre el resultado que se obtiene y los medios que se emplearon para alcanzar al mismo.

### **322. Responsive design:**

Técnica de diseño web que redimensiona y adapta automáticamente los elementos de una página web al ancho de cualquier dispositivo (ordenador, Tablet, Smartphone, etc). Permite al usuario una experiencia homogénea de navegación independiente del dispositivo a la vez que mejora el tiempo/costo de desarrollo.

### **323. Resultados:**

Se le llama de esta forma a la consecuencia o respuesta de una acción o actividad.

### **324. Resultados orgánicos de búsqueda:**

Se trata de los resultados naturales de búsqueda (también llamados orgánicos) que aparecen, generalmente, en la zona central de la página del buscador y separados de los enlaces patrocinados. Los resultados naturales se basan en los algoritmos del buscador y están relacionados con la relevancia de las palabras clave de búsqueda, y no tienen que ver con los resultados de pago (enlaces patrocinados).

### **325. Rich Media:**

Nombre que agrupa una serie de formatos publicitarios digitales que usan tecnología avanzada y permiten funcionalidades más ricas. Los formatos Rich Media posibilitan una experiencia de usuario más completa a través del uso de la interactividad y el juego con elementos audiovisuales

### **326. Retargeting:**

Conocido también como remarketing, el retargeting es una forma de publicidad online en la que se puede ayudar a una marca a mantenerse a flote tras experimentar tráfico de rebote. Se trata básicamente de una técnica de publicidad empleada tanto por agencias como por anunciantes, con la intención de recapturar todos aquellos potenciales compradores que en su momento no se concretaron en una venta. El retargeting entonces se enfoca en todos los visitantes que tras acceder al sitio web, lo abandonaron casi de inmediato sin hacer ninguna acción o sin comprar algo. Es también una herramienta diseñada para ayudar a las empresas a alcanzar ese 98% de los usuarios que no se convierten en clientes de inmediato.

### **327. ROAS (Retorno de la inversión publicitaria):**

Métrica propia de Google Adwords que nos indica el porcentaje de ingresos obtenidos en relación con la inversión publicitaria realizada y que se calcula dividiendo los ingresos entre el gasto total. Es decir, si por cada euro invertido en publicidad hemos obtenido 3€, nuestro ROAS es del 300%.

### **328. ROI:**

Indicador empleado para evaluar la efectividad de una campaña publicitaria atendiendo a la relación entre el coste de la inversión realizada y los beneficios obtenidos como resultado (ventas, clientes potenciales...). Aunque no existe una fórmula fija y la metodología varía dependiendo de cada empresa, una operación bastante estandarizada para su cálculo consiste en restar la inversión de los ingresos, multiplicarlo por cien y dividir el resultado entre la inversión de nuevo; el porcentaje final permite estimar los beneficios o pérdidas obtenidos por una campaña.

### **329. RSS (Really Simple Syndication):**

Software que permite a los usuarios marcar páginas web de contenidos para recibir las actualizaciones de estos sitios web vía correo electrónico.

### **330. Scanner 3D**

Herramienta electrónica que proporciona las coordenadas espaciales de los puntos que describen el objeto en relieve.

### **331. Search console google:**

Google Search Console (anteriormente conocido como Google Webmaster Tools) es un servicio gratuito para webmasters de Google que permite a los creadores de páginas web comprobar el estado de la indexación de sus sitios en internet por el buscador y optimizar su visibilidad. También, es una herramienta en la cual se puede hacer modificaciones para mejorar el aspecto de la página web y medir de mejor manera y unificada, las estadísticas del sitio web.

### **332. SDN:**

Software defined networking es la separación de los planos de datos y control de la red, permitiendo que el control de la misma pueda ser programable y que la infraestructura subyacente sea transparente para los propios servicios de red.

### **333. Segmentación:**

Práctica consistente en orientar los esfuerzos de publicidad y marketing hacia un subconjunto específico del mercado considerado relevante por su perfil. Este grupo se denomina público objetivo y generalmente está definido en función de criterios sociodemográficos (edad, ubicación, nivel económico, sexo...), aunque Internet permite aplicar todo tipo de variables de manera creativa en la segmentación de usuarios.

### **334. SEM (Search Engine Marketing):**

Acciones asociadas a la investigación y posicionamiento de una web en un buscador, con el objetivo de aparecer en las primeras posiciones de los resultados de una búsqueda, lo que finalmente aumenta las visitas. En el ámbito español, Search Engine Marketing se suele relacionar con los enlaces patrocinados por palabras clave.

### **335. SEO (Search Engine Optimization):**

Proceso de trabajo que tiene por objeto conseguir un lugar destacado para una página web dentro de los resultados naturales u orgánicos de un buscador. Este proceso



implica acciones tanto en la propia página web como acciones externas a la misma para conseguir un mejor posicionamiento.

**336. Sesión:**

Tiempo desde que un usuario inicia una aplicación, ordenador o sitio web hasta que la cierra.

**337. Servidor:**

Genéricamente, dispositivo de un sistema que resuelve las peticiones de otros elementos del sistema, denominados clientes. (Ver: Cliente/servidor).

**338. Simulación:**

Recreación de procesos que se dan en la realidad mediante la construcción de modelos que resultan del desarrollo de ciertas aplicaciones específicas. Los programas de simulación están muy extendidos y tienen capacidades variadas, desde sencillos juegos de ordenador hasta potentes aplicaciones que permiten la experimentación industrial sin necesidad de grandes y onerosas estructuras; un caso típico de esto último sería el túnel de viento en aeronáutica.

**339. Sistema Operativo:**

Conjunto de programas fundamentales sin los cuales no sería posible hacer funcionar el ordenador con los programas de aplicación que se desee utilizar. Sin el sistema operativo, el ordenador no es más que un elemento físico inerte.

Todo sistema operativo contiene un supervisor, una biblioteca de programación, un cargador de aplicaciones y un gestor de ficheros. MS-DOS, Windows, Linux y Macintosh son los más conocidos, pero hay muchos más.

**340. Sitio Web:**

El objetivo principal de un sitio web es entregar información. Por lo tanto, consumir contenidos es la tarea más importante hacen los usuarios en este tipo de plataformas. Esta idea puede sonar confusa, ya que todos los sitios incluyen algún llamado a la acción adicional, como por ejemplo realizar un contacto o suscribirse a un newsletter. La diferencia está en que estas interacciones representan una parte pequeña y usualmente se pueden lograr solo después de guiar al usuario a través del contenido. Los sitios web tienen además varias páginas interconectadas y requieren un gestor de contenidos.

**341. Smart Working:**

Metodología habilitada por tecnologías que soportan el trabajo ágil y móvil y convierten el lugar de trabajo en un espacio virtual. Las áreas macro tecnológicas utilizadas son los servicios de colaboración social, soluciones de accesibilidad y seguridad, la tecnología de espacio de trabajo y las iniciativas de movilidad.

**342. Social Collaboration o Colaboración Social:**

Método basado en tecnologías digitales y de colaboración que permite mejorar la calidad y la eficiencia en los procesos de trabajo de la organización, simplificando la comunicación y los flujos de trabajo.

**343. Software:**

El término inglés original define el concepto por oposición a hardware: blando-duro, en referencia a la intangibilidad de los programas y corporeidad de la máquina. Software es un término genérico que designa al conjunto de programas de distinto tipo (sistema operativo y aplicaciones diversas) que hacen posible operar con el ordenador.

#### **344. Software Libre:**

Programas informáticos que le dan a sus usuarios, por decisión explícita de sus programadores y diseñadores, el acceso al código fuente o código de programación original en que fueron fabricados, para que pueda copiar, modificar, personalizar y distribuirlo libremente. Esto da origen, por ende, a múltiples versiones del mismo programa, cuya aparición no representa una violación legal o ética del programa original.

#### **345. Soluciones digitales:**

Conjunto de estrategias o programas computacionales, que buscan optimizar los procesos empresariales con miras a entender mejor el cliente, mejorar procesos internos y generar mayores canales de venta.

#### **346. Spam (Correo basura):**

Correo recibido por el usuario y que no desea ni ha solicitado

#### **347. Spam Keywords:**

Técnica que consiste en incluir tantas palabras clave como sea posible en las páginas: en el contenido, en la meta información, en los textos alternativos de las imágenes, etc. Los buscadores penalizan una densidad de palabras clave excesiva. No debería superarse el 3-5% de densidad de palabras clave.

#### **348. Spider (Araña; rastreador):**

Programa usado por los motores de búsqueda que rastrea la red y busca sitios web para indexarlos y facilitar su búsqueda por palabras clave.

#### **349. Stacking:**

Uso simultáneo de múltiples dispositivos para consumir contenido no relacionado entre sí por parte de un mismo individuo. Se considera Stacking cuando el usuario no está complementando la experiencia de la fuente, sino más bien dividiendo la atención. Por ejemplo: el usuario revisa su correo electrónico mientras ve un programa deportivo. En español se puede referir al Stacking como consumo simultáneo no relacionado.

#### **350. Startup:**

Nombre que designa a una empresa emergente e innovadora en el campo de las nuevas tecnologías. Normalmente está asociada a jóvenes emprendedores y a la creación de aplicaciones móviles. El significado inicial del término es el de una empresa tecnológica, recién creada, que despegue favorablemente sobre el resto de su entorno. Pero el uso abusivo de este neologismo ha hecho que se utilice para designar a cualquier empresa que tenga que ver, aunque sea mínimamente, con la tecnología.

#### **351. Streaming:**

Audio / Vídeo comprimido que se baja y reproduce a la vez. El usuario no tiene que esperar a que el archivo se descargue por completo para poder reproducirlo.

#### **352. Suscriptores:**

Personas que previo registro e inscripción ceden sus datos a una marca o empresa y dan el consentimiento de recibir información o novedades relacionadas con los productos o servicios de la empresa.

#### **353. Synectics:**

Es un método de solución de problemas basado en el pensamiento creativo y el uso de analogías entre personas de diversas disciplinas y experiencias.

**354. System Integrator o Integrador de sistema:**

Empresa (o experto) que se ocupa de la integración de sistemas, cuya tarea es hacer que diferentes plantas interactúen entre sí para crear una nueva estructura que integre el potencial de los sistemas originales y cree nuevas funcionalidades.

**355. System of insights:**

Son los sistemas que relacionan e integran datos de los usuarios (redes sociales, navegación, etc) de soporte al negocio de una compañía y de los sistemas de la automatización del entorno (IoT...), con el objetivo de tomar la decisión más adecuada en tiempo real y de forma automatizada. Permiten orquestar la experiencia de cliente y las operaciones que la soportan.

**356. Tablet (Tableta):**

Dispositivo móvil de mayor tamaño que un Smartphone pero menor que un PC

**357. Tablero Kanban:**

Herramienta visual que ofrece una visión general del estado actual del trabajo y simplifica la comunicación del equipo. También es un elemento fundamental del método Kanban, que ayuda a optimizar y mejorar continuamente cualquier proceso de negocios. Visualizar el trabajo en un tablero Kanban aumentará la productividad y eliminará el caos en tu lugar de trabajo. Los tableros Kanban funcionan asignando elementos de trabajo individuales a notas colocadas en columnas en un tablero grande. Las columnas del tablero representan el flujo de valor - una secuencia de pasos específicos que las tareas o productos deben atravesar desde el comienzo del proceso de trabajo hasta el final. Los elementos de trabajo se escriben en tarjetas y se colocan en sus respectivas columnas.

**358. Tarea:**

Herramienta para uso personal o empresarial enfocada en equipos para gestionar y organizar las tareas desde cualquier lugar. Revisa en una sola vista el cumplimiento de las tareas, organiza tu agenda laboral y la de tu equipo de trabajo mediante las agendas compartidas, revisa tu ocupación y la de otros usuarios, mira la disponibilidad de tiempo y agrega tareas directamente con evidencias del avance, fecha y hora y en general, el desarrollo de la misma.

**359. Tasa de conversión:**

Medida del éxito de un anuncio respecto a la tasa de clics; es decir, cuántos de los que clicaron se convirtieron en clientes. Lo que define una "conversión" depende del objetivo de marketing, por ejemplo: se puede definir como una venta o una solicitud para recibir más información.

**360. Tasa de interacción:**

Porcentaje que resulta de dividir el número de interacciones recibidas en una pieza rich media por el número de impresiones servidas.  $Tasa\ de\ interacción = \frac{Número\ de\ interacciones}{Impresiones\ servidas} \times 100\%$  Se considera que hay dos tipos de interacciones: a) Los in-unit clicks: son clics que contabilizan la reacción del usuario a un creativo o micrositio, pero no lo dirigen a otra página o sitio ni activan una nueva ventana. Por ejemplo: los clics que hace un usuario al botón de play o pausa de un video o podcast, o los clics para activar un juego. b) Los mouseovers: cuando el usuario acciona la animación y/o las ligas (hipervínculos) dentro de un banner o contenido editorial con solo pasar el mouse sobre el mismo, aun sin accionar ningún botón. El

número de interacciones puede ser, en algunos casos, mayor al número de impresiones servidas. Sólo aplica para formatos de display de tipo rich media. Vea conversión y costo por acción (CPA). Para mayor detalle vea: <http://www.iab.net/adunitportfolio>.

**361. Tasa de involucramiento:**

Métrica que representa el nivel de involucramiento de la audiencia con un contenido. El cálculo de la tasa de involucramiento se realiza, por lo general, dividiendo el número de acciones consideradas de involucramiento entre el número total de impresiones o impactos de la pieza publicada. Las acciones que se contabilizan como la base de impactos pueden variar según la plataforma y el tipo de estrategia, orgánica o pagada, pero siempre se buscará que este conteo sea una referencia comparable entre esfuerzos similares. Por lo general, este es un porcentaje siempre igual o mayor que cero y difícilmente mayor a 100 %.

**362. Teaser:**

Formato publicitario que funciona como anticipo de una campaña, ofreciendo sólo información fragmentaria. Es una técnica habitual en el lanzamiento de un producto o servicio y puede adoptar diversos formatos, como páginas web en desarrollo o anuncios enigmáticos en los que nunca se llega a desvelar la identidad del anunciante responsable ni el producto o servicio promocionado. De esta manera, el mensaje publicitario se plantea como un enigma, con el objetivo de generar curiosidad y expectación en los usuarios (Hype) y, aprovechando la viralidad propia de Internet, asegurarse repercusión mediática. La historia se resuelve o el mensaje se completa en anuncios posteriores.

**363. Tecnología:**

Conjunto de teorías y técnicas específicas en un determinado arte, oficio o industria.

**364. Tecnología de la Información y las Comunicaciones:**

Son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios; que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes (Art. 6 Ley 1341 de 2009).

**365. Tecnología informática (IT):**

La Tecnología Informática (IT), según lo definido por la asociación de la Tecnología Informática de América (ITAA), es: el estudio, diseño, desarrollo, innovación puesta en práctica, ayuda o gerencia de los sistemas informáticos computarizados, particularmente usos del software.

**366. Tendencias:**

Propensión o inclinación de una persona o proceso a llegar a un determinado valor o fin.

**367. Test A-B:**

El Test A-B pone a prueba dos versiones diferentes de una página web para medir cuál es más eficaz. Busca aumentar el porcentaje de clics, los porcentajes de conversión y los ingresos por visita.

**368. Text Ad (Anuncio de texto)**

Texto estático y breve que se muestra como publicidad.

**369. Test del cepillo de dientes:**

Prueba que cualquier idea de negocio debe pasar, antes de proseguir en su desarrollo, para asegurar que el producto/servicio a lanzar sea tan relevante y de uso frecuente como para resultar imprescindible.

**370. Tiempo de latencia:**

Tiempo que tarda un anuncio en cargarse en una web.

**371. Time to market:**

Tiempo que transcurre desde que un producto o servicio es ideado hasta que entra en contacto con los clientes.

**372. Touchpoint:**

Cualquier situación en la que una marca se hace presente en la mente de un cliente y existe una interacción entre ambos a través de uno de sus canales (producto, web, app, etc).

**373. Tráfico:**

Número de visitas que tiene una web en un periodo determinado.

**374. Tráfico orgánico:**

Se entiende por tráfico orgánico aquellas visitas que se producen en una página web de manera gratuita. En el mundo on-line, el tráfico es uno de los principales objetivos, puesto que, a mayor número de visitas, mayor probabilidad de generar una venta.

**375. Transformación:**

Es la acción y resultado de los cambios realizados en la empresa.

**376. Transformación digital:**

Conjunto de cambios culturales, sociales, técnicos, creativos y de gestión que producen un nuevo enfoque para la creación de negocios a través de la tecnología y de la innovación.

**377. Trello:**

Herramienta con la que tendrás organizados todos los proyectos y el estado de las distintas fases de cada uno. Se basa en el método Scrum, que permite un desarrollo ágil, interactivo y sobre todo, instantáneo.

**378. UGC (User generated content):**

Contenido generado por los propios usuarios de Internet en vez de por los editores o anunciantes. Las redes sociales son los soportes que más han propiciado este intercambio de contenidos generados por sus usuarios.

**379. Unidad de Negocio:**

Es un área de la empresa que funciona de forma independiente, por lo tanto, tiene una misión y objetivos propios; lo que permite que su planeación se realice en forma autónoma de las demás unidades de la empresa.

**380. URL:**

Término técnico para definir la dirección de una web.

**381. User Experience (UX) o Experiencia de Usuario:**

Conjunto de emociones, percepciones y reacciones que una persona experimenta al interactuar con un producto o servicio digital o analógico.

**382. User Interface (UI) o Interfaz de Usuario:**

Interfaz de usuario de máquinas y software (no solo ordenadores, sino también aplicaciones, dispositivos móviles, etc.) cuya apariencia e interactividad se procesan a través de la investigación en UX.

**383. Usuarios únicos:**

Número de individuos diferentes que visitan un sitio web en un periodo determinado.

**384. Vendedores de medios sociales:**

Proceso que consiste en desarrollar las relaciones como parte del proceso de venta. Este puede darse en entornos online como las redes sociales, pero también en entornos offline. Algunos ejemplos de técnicas de social selling serían el compartir contenido interesante, interactuar con compradores y clientes, el personal branding, etc.

**385. Ventas:**

Es una acción que se genera del intercambio un bien o servicio por dinero. Las ventas pueden generarse por diferentes medio de intercambio directo o a través de plataformas digitales.

**386. VOIP:**

Tecnología que permite realizar una llamada usando Internet en lugar de la señal telefónica. Ejemplo: Skype.

**387. Web mining:**

Uso de distintas técnicas para buscar, procesar e interpretar información de una web a través del estudio de los registro de navegación, contenidos y estructura, con el fin de extraer información y alcanzar conclusiones que permitan mejorar la experiencia del usuario.

**388. Web semántica:**

La mayoría de los expertos coinciden en señalar que uno de los pilares de la web hacia la que nos encaminamos, la web 3.0, es lo que se conoce como web semántica. Este nuevo modelo de web implica que los datos en Internet estarían complementados con información semántica que permitiría a las máquinas compartir y procesar la información. De este modo, por ejemplo, podríamos realizar búsquedas que darían como resultado una “respuesta” procesada, un contenido generado por la máquina a partir de datos dispersos por toda la Red, en lugar de una mera colección de enlaces relevantes (como sucede en la actualidad).

**389. Webrooming:**

Proceso en el cual un comprador ve un producto o servicio en plataformas digitales para, posteriormente, hacer la compra en tienda física. También se considera webrooming a la búsqueda de un producto o servicio en plataformas digitales mientras el consumidor se encuentra en el punto de venta.

**390. Wikinomics:**

Concepto de sistema económico en el que los clientes y usuarios participan en la creación y desarrollo de productos de forma directa. Explora la forma en la que las nuevas tecnologías de la información han transformado la economía tradicional.

**391. Woorank:**

Herramienta para mejorar tu posicionamiento web. Una potente herramienta con la que podrás obtener informes de Social Media, de páginas interiores, de comparación con la competencia.

**392. WordPress:**

Es una plataforma líder de publicación personal libre y gratuita.

**393. YouTube:**

Es un sitio web para compartir vídeos subidos por los usuarios a través de Internet, por tanto, es un servicio de alojamiento de videos. El término proviene del Inglés "you",

que significa tú y "tube", que significa tubo, canal, pero se utiliza en argot como "televisión".

### Fuentes/referencias:

ACDES digital. (2020). En: <https://acdesdigital.org/diccionario-digital/>

Aplicación Web y Sitio Web. (2020). <https://blog.ida.cl/estrategia-digital/diferencias-aplicacion-web-sitio-web/>

Artículo de Transformación Digital: [https://www.centrosdetransformaciondigital.gov.co/695/articles-78552\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.centrosdetransformaciondigital.gov.co/695/articles-78552_archivo_pdf.pdf)

BITRIX 24. (2020). En: <https://www.bitrix24.es/uses/la-mejor-aplicacion-online-sin-cargo-para-negocios-emergentes-y-empresarios.php>

Blog de Concepto Definición: <https://conceptodefinicion.de/>

Blog Diccionario Empresarial SAGE: <https://www.sage.com/es-es/blog/diccionario-empresarial>

Diccionario. (2020) En: <https://www.lawebdelprogramador.com/diccionario/>

Diccionario Económico: <https://economipedia.com/definiciones>

Diccionario “Experiencia de cliente” Altran Digital, <https://es.slideshare.net/altran espana/diccionario-de-la-transformacin-digital-87629437>

Diccionario de Marketing digital. (2020). En: <https://www.mercaderesdigitales.com/diccionario-de-marketing-digital/>

Diccionario empresarial. (2020). En: <https://www.sage.com/es-es/blog/diccionario-empresarial/documento/>

El blog de WorkMeter: <https://es.workmeter.com/blog/bid/177356/qu-es-el-business-intelligence>

Glosario de transformación digital. (2020) En: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a0/Glosario\\_Inform%C3%A1tico.pdf](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a0/Glosario_Inform%C3%A1tico.pdf)

Glosario de administración: <http://administracioncurso00.blogspot.com/2014/03/programas-definicion-caracteristicas-y.html>

Glosario MinTIC: <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/>

Glosario de términos de la Tecnología de la Información y Comunicación: [http://alfafar.es/wp-content/uploads/2014/11/Glosario\\_TIC\\_Alfafar.pdf](http://alfafar.es/wp-content/uploads/2014/11/Glosario_TIC_Alfafar.pdf)

Glosario de términos de transformación digital, <https://transformaciondigital.pkf-atteest.es/transformacion-digital-glosario-de-terminos-de-transformacion-digital/>

Glosario de transformación digital, <https://talentgarden.org/es/spain/glosario-transformacion-digital-vr/>

Glosario de Transformación digital. (2020) En: <https://talentgarden.org/es/spain/glosario-transformacion-digital-vr/>

Glosario de Marketing Digital (2020): <https://marketinguniversity.co/glosario-de-marketing-digital-2020-de-la-a-a-la-z/>

Glosario de términos empresariales: <https://renatamarciniak.wordpress.com/glosario-de-terminos-sobre-gestion-empresarial/>

Glosario de Transformación Digital: <https://talentgarden.org/spain/glosario-transformacion-digital-vr/>

Glosario de términos: Social media & Marketing digital. En: <http://guiademarketingyventas.com/wp-content/uploads/2018/07/Glosario-Social-Media-Marketing-Digital-belenleon.com-.pdf>

Herramientas digitales. (2020). En: <https://www.foxize.com/blog/12-herramientas-digitales-para-que-seas-mas-eficiente/>

Innovación y transformación digital. Diccionario. MSMK University. Innovación y Transformación Digital, los nuevos retos de los líderes empresariales. Madrid.

Links: <http://impconsultores.com/que-son-las-operaciones-en-una-empresa/>  
<https://www.cyberclick.es/marketing>  
<https://www.definicionabc.com/economia/>

Plataformas digitales. (2020). En: <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>

Página LinkedIn: <https://www.exprimiendolinkedin.com/que-es-linkedin-para-que-sirve-como-funciona/>



Sitio Web (2020): [https://gestion.pensemos.com/indicadores-de-gestion-tipos-y-ejemplos#:~:text=Un%20indicador%20de%20gesti%C3%B3n%20\(KPI,definido%20en%20la%20planeaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica.](https://gestion.pensemos.com/indicadores-de-gestion-tipos-y-ejemplos#:~:text=Un%20indicador%20de%20gesti%C3%B3n%20(KPI,definido%20en%20la%20planeaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica.)

Sitio Web: <https://calidad.umh.es/>

Software Libre. (2020). En: <https://concepto.de/software-libre/>

Tablero Kanban. (2020). En: <https://kanbantool.com/es/tablero-kanban>

Tendencias tecnológicas 2019, Deloitte 2019, [https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/5039\\_Tech-Trends2019-Beyond-the-digital-frontier/figures/5039\\_fig1.jpg](https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/5039_Tech-Trends2019-Beyond-the-digital-frontier/figures/5039_fig1.jpg)

Transformación digital. Diccionario. (2020). En: <https://www.zorraquino.com/diccionario/marketing-digital/que-es-transformacion-digital.html#:~:text=En%20t%C3%A9rminos%20generales%2C%20se%20entiende,procesos%20o%20modelo%20de%20negocio.&text=Suele%20llevar%20consigo%20cambios%20en,las%20personas%2C%20procesos%20y%20estrategias.>

Transformación digital. (2020). En: <https://canalinnova.com/diccionario-de-la-innovacion-transformacion-digital/>

Web Gobierno digital: <https://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co/623/w3-propertyvalue-7742.html>