



180+
términos
que debes conocer
para hablar de
e-commerce



ÍNDICE

Introducción	3
A.....	4
B.....	6
C.....	7
D.....	12
E.....	13
F.....	14
G.....	16
H.....	17
I.....	18
K.....	19
L.....	20
M.....	22
N.....	24
O.....	25
P.....	26
R.....	30
S.....	32
T.....	36
U.....	38
V.....	40
W.....	41

Quizá sea mucho lo que has escuchado hablar sobre el marketing digital y la importancia de este para los negocios de e-commerce y su crecimiento. Los negocios online han cobrado gran importancia para todo tipo de organizaciones, independientemente del sector en el que se encuentren o del servicio o producto que ofrezcan.

¿Realmente comprendes lo que escuchas del e-commerce?

Probablemente tu respuesta sea “no del todo”, pero, si tu negocio se mueve o tiene planes a futuro de moverse en esta órbita, es importante que conozcas y apliques algunos de los términos que se manejan en internet, con lo cual muy probablemente tendrás resultados positivos.

Entender cómo funciona la web, tu e-commerce o saber el manejo que se les debe dar a las redes sociales para interpretar los mensajes de tus clientes es importante para que tu negocio camine hacia el éxito. Aun si tienes a cargo un equipo de marketing que gestiona todos tus movimientos en línea te será de mucha utilidad adentrarte un poco más en cómo funciona el comercio en línea.

En este e-book encontrarás 180 términos que consideramos indispensables conocer para hablar y manejar todo lo relacionado con e-commerce. Ten siempre este documento a mano para que, cuando estés presente en medio de alguna conversación relacionada con el comercio electrónico, no te quedes sin comprender lo que algunas personas puedan estarte diciendo.

Antes de empezar la lectura ten en cuenta las siguientes categorías que manejamos en este glosario:

	Construcción y administración de páginas web
	Modelo de negocio
	Administración de Anuncios e-mail
	Analítica web
	Marketing y redes
	Medios de pago

A

A/B Testing Es la acción de desarrollar, lanzar y probar dos versiones de un mismo elemento para medir cual de los dos funciona mejor según el objetivo que tengamos.

Acreditación Es la operación por medio de la cual se le informa tanto al comercio como al comprador la aceptación de determinado pago.

Administración de Contenidos(Content Management): Se refiere a la gestión de administrar contenidos interesantes para el público atraer a un objetivo, estos contenidos pueden ser escritos, piezas audiovisuales o gráficos -Incluye blog, sitios web, etc).

Adquierecia Es un servicio prestado por una entidad bancaria o empresa de recaudo de pagos, como PayU, por medio del cual se recolecta el dinero obtenido por ventas en tu ecommerce y es depositado directamente en la cuenta del comercio.

Adquisición Se trata de adquirir nuevos clientes o visitantes para tu sitio web por medio del contenido.

Al desarrollar un plan de adquisición es clave tener presente el uso de las palabras claves, el diseño de landing pages, la identificación de canales para adquirir tráfico (motores de búsquedas, banners desde sitios web con tráfico relevante para nuestra web, redes sociales, etc.).

Ads o anuncios Son anuncios publicitarios con los que puedes promocionar tus redes sociales, tienda online, evento o aplicación y pagar por los clics recibidos o por la cantidad de veces que lo vean las personas a las que el anuncio está dirigido.

AdWords Es un sistema desarrollado por la compañía estadounidense Google, que ofrece la posibilidad de incluir anuncios pagados en los resultados de las búsquedas que realizan las personas en internet. Además, desde esta plataforma se pueden administrar otros tipos de anuncios como banners, publicidad de display y publicidad en videos de YouTube.

Agregador (PSP) Es un modelo de cobro mediante el cual el dinero que paga el usuario final del servicio o

producto que vendes es enviado a una Plataforma de pagos la cual posteriormente la transferirá a la cuenta de tu empresa.

Alcance Indicador de audiencias que permite calcular el número de personas que están expuestas a un mensaje o contenido publicitario durante un periodo de tiempo determinado.

Analítica web Es la metodología a través de la cual puedes ver con mayor detalle el comportamiento de los usuarios que visitan tu sitio web y los resultados de las acciones de marketing y tomar las decisiones más acertadas sobre su sitio web o ecommerce para captar más clientes.

API (Application Programming Interface) Una API (interfaz de programación de aplicaciones) es un conjunto de funciones y procedimientos (como una biblioteca) que podrán ser utilizadas por otro software o aplicación como medio de capa de abstracción, es decir, una interfaz entre el software y el hardware.

Autorización y captura en dos pasos: Funcionalidad que permite reservar el valor de la orden en la tarjeta de crédito antes de generar el cobro. Una vez la tienda ha confirmado la disponibilidad del producto o servicio, la tienda solicita la captura del monto real.

Audiencia (analytics) Es el grupo de personas que recibe un mensaje. Las audiencias suelen dividirse según diversas variables, como la edad, el sexo, la ubicación geográfica, intereses, etc, con el objetivo de segmentar los contenidos o anuncios que se les muestran.

Awareness Es la 'recordación' de la marca, la cual puede ser espontánea o inducida. Entre más personas tengan recordación espontánea de tu marca, mayor será la probabilidad de que les vendas tus productos.

B

B2A (Business to Administration)

Se refiere a todos los modelos de negocio en los que se realizan transacciones entre las compañías y las diferentes organizaciones de gobierno.

B2B (Business to business)

Es un acrónimo con el que nos referimos a aquellos modelos de negocio en los que las transacciones de bienes o la prestación de servicios se producen entre dos empresas.

B2C (Business to Consumer) Este concepto se encuentra enfocado en los modelos de negocio que realizan diferentes empresas, que como la tuya, venden sus productos o servicios directamente a sus clientes o a los consumidores finales.

B2E (Business to Employee) Es la relación comercial que establecen las empresas con sus propios empleados.

Banner Es un formato publicitario web que consiste en incluir una pieza publicitaria gráfica -estática o animada- dentro de una página web. Algunos de sus objetivos son atraer tráfico hacia tu sitio web y generar brand awareness.

Blog Es una 'bitácora' alojada en la worldwide web (www), donde el autor (o los autores) consignan escritos e imágenes, organizados de forma cronológica respecto de sus temas de interés. Es una estrategia excelente para enganchar nuevos clientes.

Botón de compartir Es un botón mediante el cual tus usuarios pueden promover tus contenidos o productos en sus redes sociales. Los usuarios generalmente comparten contenidos que les resulten muy interesantes o productos que llamen fuertemente su atención.

Botón de pago Es una herramienta de pago electrónico ofrecida por PayU que encuentras en un sitio web y que te permite de forma rápida y segura pagar diversos productos y servicios, tanto públicos como privados, servicios en almacenes de cadena, etc. El cliente puede pagar con cualquiera de los medios de pago disponibles en PayU.

Botón top Es un botón en la página web que aparece, por lo general, en la parte inferior derecha de la pantalla del dispositivo al hacer scroll. Sirve como un método fácil para que el usuario llegue al encabezado de tu sitio web.

Bounce (e-mail) Es el indicador que te dice la cantidad de correos electrónicos que no pudieron ser entregados en la bandeja de entrada de tu destinatario en una campaña de e-mail marketing. En español, esta acción es conocida como 'rebote'.

Branding Es el proceso mediante el cual se construye una marca, comprendiendo este el desarrollo y mantenimiento de un conjunto de atributos y valores propios de la marca y por la que esta será identificada por su público.

Buscador interno de la página Es la herramienta mediante la cual tus usuarios pueden localizar una información muy específica que necesitan de tu web, solo con escribir la palabra clave que mejor define lo que buscan. Los usuarios de internet acostumbran a escribir en un campo lo que quieren conseguir y obtenerlo.

Buyer Journey Es el proceso por el que pasa un consumidor potencial antes de tomar la decisión de efectuar una compra o conversión final. También se conoce como Consumer Journey.



C2B (Consumer to Business) Hace referencia al modelo de negocio de consumidor a negocio, este permite que las empresas extraigan valor de los consumidores, y viceversa. La principal característica de este modelo es que tus clientes son los que aportan valor a tu empresa gracias al buen curso de su experiencia.

C2C (Consumer to Consumer) Indica el modelo de negocios en donde un consumidor en particular ofrece determinado producto o servicio que otro consumidor elige recibir.

Caché Se refiere al almacenamiento de documentos relacionados con la navegación en internet como pueden ser páginas HTML, imágenes, scripts y otros componentes web. Esto se utiliza con fines de reducir el ancho de banda, la carga del servidor, los tiempos de carga de una página web.

Call to action o CTA También conocido como llamada a la acción. Es un botón o enlace situado en tu web que busca que los usuarios concreten una acción específica avancen en el consumer journey.

Campaña Es un grupo de ideas o creaciones que buscan vender un producto o servicio a partir del llamado de atención o interés a un público objetivo. Es una herramienta imprescindible para que posiciones tus producto o servicios en el mercado, además, te ofrece la posibilidad de seguir conquistando a tu cliente y atraer otros nuevos clientes potenciales. Con las campañas conseguirás inclinar la decisión de compra del consumidor hacia tu producto.

Carrito de compras Es una aplicación que puedes utilizar en tu sitio de venta online o e-commerce, donde los clientes van cargando los productos que van adquiriendo. El carrito de compras está representado en las páginas con un ícono que contiene la imagen de un carrito de compras de supermercado.

Categoría de producto Es una manera de clasificar tus productos de forma que se puedan agrupar productos en diferentes listados para que sean más fáciles de encontrar por los visitantes de tu ecommerce.

Certificación PCI DSS PCI Data Security Standard (PCI DSS) es un estándar de seguridad que define el conjunto de requerimientos para gestionar la seguridad, definir políticas y procedimientos de seguridad, arquitectura de red, diseño de software y todo tipo de medidas de protección que intervienen en el tratamiento, procesamiento o almacenamiento de información de tarjetas de crédito.

Certificado de pago Es el comprobante que se emite cuando un cliente efectúa una compra en tu ecommerce, su finalidad es la reducción del fraude relacionado con las tarjetas de crédito e incrementar la seguridad de estos datos.

Certificados de seguridad Son una medida de confianza adicional para las personas que visitan y hacen transacciones en tu página web, permite cifrar los datos entre el ordenador del cliente y el servidor que representa a la página.

CMS Son las siglas de Content Management System, un sistema de gestión de contenidos desarrollado para que cualquier usuario pueda administrar y

gestionar los contenidos de un sitio web con facilidad.

Cobertura La cobertura del anuncio es el porcentaje de tu audiencia objetivo que cubres con determinada campaña.

Community Management Es la acción de manejar la comunidad en las redes sociales de tu empresa. Esta acción debe estar enfocada en sostener, acrecentar y acercar a la empresa con sus clientes, teniendo en cuenta los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de estos.

Concordancia (Adwords) Es la forma en la que una palabra clave te ayuda a controlar qué tan estrechamente debe coincidir esta palabra con la búsqueda de un usuario para activar el anuncio.

Contracargo Es un mecanismo por medio del cual se busca una solución a una disputa presentada entre el poseedor de una tarjeta de débito o crédito y cualquier empresa que le realice sobrecargos a la misma. Por medio de este mecanismo se decide si se debe realizar la devolución del saldo a favor de una parte u otra.

Conversational Commerce Se trata del aprovechamiento por parte de los ecommerce de las diferentes plataformas de mensajería masiva que existen actualmente como WhatsApp, Messenger, telegram con el fin de mantener una comunicación con los clientes con el fin de conocer sus necesidades y vender.

Cookies Forman parte de los métodos de rastreo que se utilizan en las páginas web. Son fragmentos de datos que se acumulan en un fichero de texto en el disco duro de los ordenadores.

CPA (Costo por acción) Es un sistema de publicidad pagada por el que esencialmente pagas para conseguir clientes que realicen alguna acción dentro de tu sitio web. Las acciones pueden llegar a ser muy variadas como por ejemplo el registro de un e-mail o de un número de teléfono, permanecer cierta cantidad de tiempo en un sitio e incluso vender un producto. Por lo general son acciones sencillas con alta conversión.

Cpanel Es un panel de control fácil de usar, diseñado para gestionar determinados dominios o servicios de hosting.

CPC (Costo por clic) Es un modelo de pauta basado en los clics que se efectúan sobre tu anuncio. En este aspecto tú, como anunciante, pagas una cantidad de determinada, únicamente cuando el usuario hace clic. Sin clic, no hay pago, independientemente del número de impresiones que se hayan generado.

CPI (Costo por impresión) El CPI es una forma de medir el valor y costo de una campaña publicitaria específica. Es aplicable a banners, enlaces de texto, e-email, etc. Es lo que pagas en un anuncio publicitario por cada visualización.

CPM Representa el coste de mil impresiones de un anuncio, es decir, el precio de aparecer impreso mil veces en la página web donde se publicita.

CRM Se refiere a la gerencia de relacionamiento de tu empresa con los clientes. Actualmente, existe software diseñado específicamente para gerenciar o administrar esa relación desde que un cliente adquiere determinado servicio, producto o simplemente hace una solicitud.

CSS Cascading StyleSheets es un lenguaje para definir y crear la presentación que está en una estructura de HTML. El CSS es el encargado de dar “vida” a tu sitio web (agregar colores, fondos, etc.).

CTR de anuncios (Click-Through-Rate) En el caso de los anuncios estándar, el porcentaje de clics (CTR) es el número de clics de anuncio dividido entre el número de impresiones de anuncio individuales. Por ejemplo, si tu anuncio ha recibido cinco clics de 1.000 de impresiones de anuncio, el CTR de anuncio será del 0,5 %.

CTR de página El porcentaje de clics (CTR) de página es el número de clics de un anuncio dividido entre el número de páginas vistas. Por ejemplo, si ha recibido 2 clics por 250 páginas vistas, el CTR de página sería del 0,8 % ($2/250=0,8$ %).

Cupón de pagos Es una herramienta tradicional de pago ofrecida por PayU que te permite aumentar tus ventas y reducir costos. Dichos cupones contienen la información necesaria para que tus clientes realicen pagos en efectivo cuantas veces lo necesiten en los puntos de pago disponibles.

CV2 El CV2 es un código que actúa como medida de seguridad al momento de realizar algún tipo de transacción como una compra en línea, este código solo se encuentra en la tarjeta de crédito, por lo cual su poseedor es el único que puede acceder al mismo.



Dashboard Esta herramienta te permite visualizar en un solo 'panel de instrumentos' las métricas más importantes de tu negocio para que puedas tomar decisiones orientadas a mejorar los resultados que obtienes en la gestión de tu empresa.

Dimensiones Son las medidas según las cuales se debe conformar tu página web, estas se miden en pixeles y deben estar orientadas hacia los diferentes formatos y a lo que verán tus clientes.

Diseño del sitio Es la manera cómo organizas tus productos y contenidos dentro de tu ecommerce o sitio web. Es la "cara" de tu empresa para los clientes. Ten presente que un diseño atractivo, actual y conectado con el target ayuda a generar más ventas.

Dominio Es el nombre único que identifica a tu sitio web en internet. El propósito principal de los nombres de dominio en internet y del sistema de nombres de dominio (DNS) es traducir las direcciones IP de cada nodo activo en la red a términos memorizables y fáciles de encontrar. Por ejemplo www.payu.com es el dominio con el cual llegas al sitio web de PayU.

Duración media Es el tiempo que un usuario permanece en tu página web cada vez que ingresa. La duración media de la sesión es la duración total de todas las sesiones (en segundos) dividida entre el número de sesiones.



E-mail Marketing Se refiere a las campañas de publicidad que se distribuyen directamente a direcciones de correo electrónico. En e-commerce es una de las herramientas más poderosas y rentables. Para ejecutar este tipo de comunicación hay que diseñar estrategias de adquisición, fidelización, conversión y retención.

Engagement Es la 'tasa de enganche' que tiene tu marca al establecer relaciones con tus clientes. Es la capacidad de tu marca para establecer relaciones con los clientes mediante la creación de historias o de situaciones que generen afinidad. El engagement de marca se puede medir por redes sociales, con la tasa de visitas de un sitio web, las compras, entre otros factores.

Envío El envío encierra el conjunto de requisitos necesarios para que una mercancía pase del vendedor a manos del comprador según las condiciones previstas que varían de acuerdo a cada situación, como puede ser peso y volúmenes, promociones, fechas especiales, etc.

Error 404 Este error aparece cuando alguien intenta acceder a algún sitio de nuestra web y esta página no existe. Seguramente se llega a través de una búsqueda o un link donde el navegador nos dice que no encuentra nada.



Factura Es el soporte que recibes de la compra de productos o servicios que realizas. Está amparada por los estatutos fiscales que rigen en cada país.

Favoritos Los favoritos son aquellas URL que a tus clientes les interesan y guardan en su navegador buscando acceder fácilmente a ellas en el futuro.

Feed para compradores Es una lista que utiliza grupos de atributos para definir cada uno de los productos de forma exclusiva. Estos atributos pueden ser el 'estado' o disponibilidad de los productos.

FeedBack Es un "guiño" o la retroalimentación que recibes de tus clientes luego de que tienen experiencias con tu marca. Siempre es importante tenerlos en cuenta, pueden tener excelentes sugerencias para mejorar tus productos, servicios o forma de atenderlos.

Footer Es la parte baja o inferior del esquema visual de un sitio web (suele estar muy diferenciada del resto de la página), donde, por lo general, se ubican links de

navegación, enlaces de interés, copyright o botones a las redes sociales del sitio.

Framework Es un esquema o patrón real o conceptual destinado a servir de soporte o guía para la construcción, desarrollo y/o implementación de un software o aplicación web.

Frecuencia Este indicador mide el número de veces que un mismo usuario se expone a un mensaje publicitario durante un periodo de tiempo determinado. Se debe tener en cuenta la exposición del usuario al mismo mensaje (o campaña) en todos los medios que se utilicen para la misma (por ejemplo: 3 veces en Facebook + 2 veces en comercial de TV + 3 veces que el usuario lee una misma revista = Frecuencia: 8 veces)

Fuente Son las diferentes maneras o medios desde las que obtienes visitantes que llegan a tu sitio web.

Funnel También conocido como embudo de conversión, es un término que define los distintos pasos que tiene que dar un usuario

para cumplir un objetivo comercial determinado. En marketing digital, suelen ser pasos comunes de dicho embudo (más no son los únicos) los registros en un formulario, agregar un producto a un carrito de compra o finalizar la compra mediante una transacción exitosa.



Galería de producto Es el conjunto de imágenes de un producto ubicadas en una página web. Por lo general, cada una de estas imágenes representan diferentes vistas del mismo producto. Generalmente se muestran a través de un lightbox o un slider.

Gestión de marketplace Aparte de la propia tienda, una marca puede ofrecer sus productos en varios marketplaces (ej.: Mercado Libre o CDiscount). Un marketplace es, en términos de mercadeo digital, un sitio web en el que hay muchos vendedores y muchos compradores, que se realizan compraventas por medio de dicho sitio, sin ingresar directamente al sitio web del vendedor. Existen marketplaces especializados en ciertos nichos

de mercado, y otros más generales como eBay. Existen empresas que asesoran en la definición de la mejor estrategia de precio y producto para ser relevante en estos espacios.

Gateway (TSP) Es un modelo de cobro que permite que el dinero sea inmediatamente transferido a la cuenta bancaria que tengas registrada en tu comercio al momento de realizar una venta



Hashtag Es una palabra en inglés que podemos traducir al español como 'etiqueta'. En redes sociales se utiliza interponiendo el símbolo numeral (#) a una palabra que será la etiqueta de la publicación. Esto, facilitará que personas que estén buscando contenido sobre algún tema encuentren tus publicaciones cuando están relacionadas con su búsqueda.

Header Es la parte superior del diseño o del estilo visual de un sitio web, representa un grupo de elementos introductorios, de navegación y encabezado, al sitio web, por ejemplo: el logo, un menú, un texto principal y las redes sociales vinculadas.

Home (Página de inicio) Es la página principal de tu marca, en la cual pueden aterrizar inicialmente tus usuarios o clientes al escribir o entrar a tu dominio principal.

Hosting o servidor web Es el servicio que permite almacenar la información, imágenes, video, o cualquier contenido de tu sitio web, de forma accesible vía internet. Generalmente se utiliza para la publicación de sitios web y la carga de archivos relacionados con el

mismo. Por lo general, solo acceden a él los administradores del sitio web.

HTML HyperText Markup Language hace referencia al lenguaje de texto para la elaboración de páginas web. Corresponde a la estructura y "esqueleto" de todo lo que compone el sitio web.

HTTP Es el protocolo de comunicación que permite las transferencias de información en la World Wide Web (WWW), define la sintaxis y la semántica que utilizan los elementos de software para comunicarse.

HTTPS Es un protocolo de aplicación basado en el protocolo HTTP, destinado a la transferencia segura de datos de hipertexto, es decir, es la versión segura de HTTP.

Iframe Es un elemento HTML que permite insertar o incrustar un documento web dentro de otro documento HTML principal.



Impresión Se le da el nombre de impresión a cada vez que un usuario visualiza un anuncio o banner publicitario en Internet.

Impuestos Un impuesto es un tributo que se paga al estado para soportar los gastos públicos. Estos pagos obligatorios son exigidos tanto a personas físicas como a personas jurídicas.

Inbound Marketing Es un conjunto de técnicas de marketing no intrusivas que permiten captar clientes aportando valor, a través de la combinación de varias acciones de marketing digital como el SEO, el marketing de contenidos, la presencia en redes sociales, la generación de leads y la analítica web, entre otras.

Indexación Es el proceso mediante el cual se examinan ordenadamente los datos e informes para elaborar su índice. Dicho proceso es utilizado por los motores de búsqueda para encontrar sitios web. Lo hacen

generando un índice a partir de los términos (palabras) utilizadas en los textos, títulos, tags, metatags y nombres de archivos utilizados en un sitio web.

Influenciador Es una persona que cuenta con credibilidad en el entorno en el cual se mueve tu público objetivo y te ayuda de cierta manera a lograr tus metas, específicamente en el ámbito de las redes sociales.



Keyword Son las palabras claves que se utilizan en un sitio web por medio de las cuales vas a atraer tráfico a tus contenidos.

KPI Es una sigla en inglés de Key Performance Indicator (indicador clave de rendimiento). En todos los casos, estos son indicadores numéricos que, generalmente, suelen medir las variables críticas para saber qué tan bien se está gestionando un determinado proceso con respecto a algún objetivo específico. Es conveniente medir más de un KPI en tu negocio, pero solamente medir los que realmente sean clave para tus procesos y objetivos de una forma clara y precisa.



Landing page Es una página de aterrizaje atractiva, diseñada específicamente para convertir a tus visitantes en clientes, prospectos futuros o, en su defecto, obtener sus datos para trabajar en el funnel de conversión más adelante.

Lead Se refiere a un contacto que se ha convertido en prospecto de cliente ya que se ha “convertido” dejando sus datos en un formulario de landing page, a cambio de alguna promoción, interés de contacto personal o contenidos interesantes como e-books, suscripciones o publicaciones premium.

Lightbox Es una herramienta que permite a los usuarios ver en un espacio emergente, algún contenido específico del sitio web (por ejemplo, una versión ampliada de las imágenes, o textos que amplían información), sin la necesidad de ir a otra página, usando títulos, o mostrándose en forma de diapositivas que pueden ser recorridas con las flechas del teclado. Esta herramienta suele ser muy utilizada para las galerías de producto.

Lista de deseos También es llamada ‘wishlist’ en inglés. Es una página que muestra todos los productos “favoritos” del usuario según los haya escogido, donde a un simple clic podrá verlos nuevamente, y así se incrementan las posibilidades de que los incluya en su carrito de compra.

Live chat Es un servicio de chat que se encuentra embebido dentro de un sitio web. Generalmente se utiliza con el propósito de prestar servicio al cliente o resolver dudas que pueda tener el visitante de tu sitio web respecto de tus productos o servicios. Suele funcionar para incrementar la tasa de conversión de cierre de ventas, ya que, mediante una asesoría correcta, el cliente suele encontrar con mayor facilidad un producto que satisfaga sus necesidades o deseos.

Logística de envíos Se refiere a todo el proceso de envío de un producto, desde que tu cliente lo compra hasta que le haces entrega en alguna dirección que haya definido como su domicilio. Es importante tener un aliado que entregue en buen estado el producto y que provea herramientas de seguimiento para conocer el

curso de la entrega. Esto genera confianza y la confianza es clave para tener clientes recurrentes.

Logística en bodega Se refiere al proceso logístico por el que pasa un producto mientras está en su lugar de almacenamiento. Normalmente, en bodega suelen hacerse actividades adicionales como el embalaje y alistamiento del producto antes de su envío. Una vez tus clientes han hecho su transacción de compra, esperan el día en que el producto llega y siguen el proceso hasta el fin. La forma del embalaje, una nota de agradecimiento o un bono de recompra pueden hacer de un cliente satisfecho, uno fiel de por vida.



Margen Es la diferencia porcentual entre el precio de venta, sin incluir impuestos, y los costes de venta, producción y de adquisición de un producto. Es decir, es el porcentaje del precio de venta que te queda como utilidad.

Marketing de afiliados Es la gestión de una red de sitios, perfiles en redes, o comercios de categorías afines, que puedan publicitar una marca, producto o servicio de otros. Por cada venta (u objetivo) cumplido, el afiliado, generalmente, recibe una comisión.

Marketplace Es una plataforma independiente que permite que tanto compradores como vendedores se relacionen hasta concretar una transacción comercial.

Medios, medios publicitarios, medios de publicidad Son aquellos canales que se utilizan para la ejecución de campañas publicitarias. Los principales medios offline son la televisión, la prensa, la radio y las vallas o anuncios exteriores. En cuanto a los medios en Internet, existen diversas categorías como e-mails promocionales, banners, rich media, videos, sitios web, redes sociales, anuncios en aplicaciones, influenciadores, blogs, etc.

Medios de pago Son un conjunto de herramientas que sirven para que los compradores realicen el pago de sus transacciones a cambio de un producto o servicio. Los medios de pago más comunes son: dinero en efectivo, tarjetas de crédito y débito bancario. Con PayU puedes ofrecer, de manera segura, todas las alternativas de pago para tus clientes.

Metadato Son elementos HTML que muestran información sobre la propia página web que los contiene. Son usados por los buscadores para definir la información principal de nuestro sitio web e indexarlo.

Métrica Es una medida numérica que se realiza para determinar cómo están funcionando las acciones de tu marca en las diferentes campañas, en redes sociales, en tu sitio web, entre otros medios, para que de esta forma sepas qué está funcionando bien y en qué tienes oportunidades para mejorar.

Micropago Es una alternativa para realizar pagos de pequeños montos de dinero, que pueden ser procesadas rápidamente y a un menor costo por transacción. Las consideraciones para determinar

que un pago es un 'micropago' varían de país a país, así que es conveniente que investigues el funcionamiento específico en tu mercado.

Mobile commerce Se refiere a todas las transacciones de compraventa que se realizan mediante el uso de dispositivos móviles con acceso a internet, a través de apps o en sitios web. En Latinoamérica el dispositivo más utilizado para acceder a internet es el teléfono móvil. Tener y optimizar la experiencia de usuario, la tecnología y el contenido para este formato es clave para el crecimiento de tus ventas.

Módulo administrativo PayU Es el sistema con el que puedes gestionar de forma segura tu cuenta PayU. Desde este módulo puedes cambiar tu clave, obtener el reporte de las ventas realizadas, encontrar los datos necesarios para integrar tu página web con nuestra plataforma, usar herramientas para recibir pagos incluso si no tienes página web y también puedes transferir dinero a tu cuenta bancaria.

Multiadquierecia Se refiere a la posibilidad de tener varias redes procesadoras o adquirentes para aprobar los pagos hechos con tarjeta de crédito. Hacerlo es similar a tener redundancia de conexiones a internet en tu negocio de tal forma que, si una presenta fallos, puedes cambiar a la otra red y seguir accediendo a internet.



Newsletter Es una publicación digital informativa o comercial que se distribuye a través del correo electrónico con cierta periodicidad, y que contiene artículos de interés sobre la marca o contenido relacionado con ella y sus productos o servicios. Los que reciben este tipo de comunicaciones son suscriptores que previamente se han registrado y han solicitado recibir información por correo, o también pueden haber realizado compras en un sitio web específico.



Open rate (e-mail) Se trata de un indicador que te permite conocer el porcentaje de e-mails que fueron abiertos por los contactos a los que se les envía una campaña de e-mail marketing.

Optimización de sitio web Cuando la tienda sale al aire es el día cero. De ahí en adelante hay que adaptar, modificar y mejorar el sitio para que la experiencia del usuario sea cada

vez mejor y consigas con mayor facilidad los objetivos comerciales que te has propuesto. Existen herramientas que predicen el comportamiento de los clientes y otras para hacer pruebas y ver los resultados antes de publicar una actualización del sitio.

P

Página de producto* Es una página dentro de un sitio web que muestra toda la información de un producto, incluyendo generalmente una descripción, especificaciones técnicas, precios y opciones que se puedan adicionar al mismo. Es una de las páginas más importantes en un e-commerce, ya que en esta el comprador toma la decisión o no de adquirir tus productos.

Pago con tarjeta de crédito Se refiere a la modalidad de pago en la que el comprador utiliza su tarjeta de crédito para realizar una compra sin la necesidad de disponer de efectivo, cuyo pago se aplaza hasta una fecha fijada por el banco, a partir de lo cual, generalmente, empiezan a generarse intereses.

Pago con débito Es la opción de pagar una compra a través de una tarjeta de débito o mediante el débito directo a una cuenta bancaria, sin necesidad de disponer de tarjeta física. Es una modalidad de pago que ha venido creciendo y que cada vez cuenta con más aceptación por parte de comerciantes y compradores.

Pago contra entrega Es una forma de pago en la que el comprador paga la compra que realizó en el momento en que recibe el producto en su domicilio. Es preferida muchas veces por quienes están más habituados a los medios de pago tradicionales. No obstante, tiene excelentes perspectivas en el campo del e-commerce en países con bajos niveles de bancarización y donde la gente suele preferir “ver el producto físicamente antes de pagar”.

Pago recurrente Los pagos recurrentes son cobros automatizados que se realizan periódicamente (diario, mensual, anual). Están relacionados a cargos por consumo de productos o servicios como membresías, suscripciones, pólizas o recibos con valor fijo, que previamente fueron autorizados por el cliente.

Pagos en efectivo Es la entrega de papel moneda a cambio del producto o servicio que se adquiere. Entre sus ventajas está el que es aceptado en la gran mayoría de comercios, se puede llevar un cálculo muy preciso del dinero del que se dispone y se evitan tasas de

interés bancario. Como desventajas está el factor inseguridad que implica llevar el efectivo consigo, y que su acumulación no genera intereses.

Pasarela de pago Las pasarelas de pago son una herramienta que, además de contar con rigurosos módulo antifraude, ofrecen múltiples formas de pago, soporte 24 horas / 7 días de la semana, facilidad de integración y un sinfín de valores añadidos que facilitan la venta a los comercios y la satisfacción de los consumidores.

PCI DSS Payment Card Industry Data Security Standard es un certificado de seguridad que se otorga a aquellas empresas que manejan información acerca de tarjetas de crédito y débito y cumplen con los mecanismos de seguridad para el correcto procesamiento de una tarjeta en su uso en la web.

Performance El performance se traduce como desempeño. Puede referirse al rendimiento de publicaciones en redes sociales, o a las tasas de conversión de una página determinada dentro de un sitio web, o incluso al

comportamiento del sitio web completo hacia los objetivos comerciales con los que se haya construido.

Personalización Se refiere a brindar experiencias u ofrecer productos o servicios diferentes para cada individuo. En el caso de los sitios web, es posible construir una experiencia particular para cada usuario de acuerdo con sus hábitos de navegación, tipos de producto en los que ha mostrado interés, la fuente desde la que llega al sitio web, si ya es comprador o es su primera vez en la tienda, etc. Existen herramientas que permiten personalizar la tienda según el usuario.

Píxel de conversión Es un código HTML que se inserta en un sitio web para medir el número de conversiones realizadas que vengan desde algún anuncio, sitio, aplicación o módulo en particular.

Plataforma e-commerce La plataforma es el corazón tecnológico de la tienda. No todas sirven para todas las industrias y la elección correcta puede facilitarte la vida para gestionar tu tienda y para brindar experiencias adecuadas

para tus usuarios. Una decisión equivocada puede hacer que los usuarios hagan más pasos de los necesarios o no tengan todo lo que necesitan para decidir su compra.

Plugin Son complementos a una aplicación principal que te facilitan un poco las cosas a la hora de programar tu página web o sitio de e-commerce.

Pop-up Es una ventana emergente que aparece de repente en la pantalla de tu ordenador al ingresar al sitio web. Suelen ser usados para publicidad o mostrar alguna información importante del sitio (como promociones, alertas, etc.).

Porcentaje (o tasa) de rebote La tasa o porcentaje de rebote nos sirve para detectar cuántos usuarios no ven interesante el contenido del sitio, o no han encontrado lo que buscaban puesto que entran en una página de nuestra web y, sin navegar a través de ningún link, abandonan el sitio. Este es un dato determinante para medir el grado de interés que el contenido que tienes publicado despierta en los visitantes que estás llevando a tu sitio web.

Precio El precio es el valor en moneda que se le asignará a un bien o servicio según corresponda. En tanto, a la hora de fijar un precio, además del valor que tenga en sí tal producto, serán determinantes también para su definición cuestiones como el esfuerzo, atención y tiempo que se le hayan destinado a ese bien o servicio para su consecución o producción.

Presupuesto diario Es el monto promedio que estás dispuesto a gastar cada día para promocionar tu página.

Productos relacionados Cuando visitas una página de producto, suele ubicarse una franja bajo toda la información del mismo, que te muestra productos con características semejantes (en cuanto a precio, similitud y otros) a las del producto que el usuario se encuentre viendo en el instante, o que son productos complementarios que pueden aumentar la satisfacción de tu cliente.

Propiedad (analytics) Es un sitio web, una aplicación para dispositivos móviles o un blog, etcétera, que está asociado a un ID de seguimiento único.

PSE Es un sistema centralizado y estandarizado desarrollado por ACH COLOMBIA, mediante el cual las empresas brindan la posibilidad a los usuarios de hacer sus pagos a través de Internet, debitando los recursos de la entidad financiera donde el usuario tiene su dinero y depositándolos en la cuenta de las empresas recaudadoras.

Publicidad en línea También es llamada publicidad digital. Se refiere a todos los esfuerzos de comunicación que hace una marca, en el entorno digital, para dar a conocer sus productos o servicios o para persuadir a una(s) persona(s) para que consuman ciertos bienes o servicios o para que tengan una percepción específica acerca de ellos. En la publicidad digital, generalmente, se aprovechan los hábitos de navegación del usuario para utilizar medios específicos con mensajes concretos que lleven a una experiencia 'personalizada' que permita lograr los objetivos con mayor facilidad que en los medios masivos tradicionales.

Puja Consiste en el precio que ofrecen varios posibles compradores sobre un determinado producto con el cual cuentas en tu inventario de ofertas, con el objetivo de que alguno de ellos consiga la compra del producto, también en las subastas nos indica el valor con el cual parte el producto.

R

Ranking Es la posición que ocupa tu sitio en una página de resultados de búsqueda.

Red de búsqueda Se trata de un sistema que de la mano a un motor de búsqueda, ayuda a promover la publicidad de tu empresa en la web, de tal modo que con el uso de palabras claves introducidas por un usuario en una búsqueda, se muestren como resultado la publicidad de tu marca y tus productos.

Red de display (de Google) Son un conjunto de sitios web (cerca de dos millones) por toda la internet, donde puedes mostrar tus anuncios de Adwords, brindándote un mayor rango de muestra a la publicidad de tu tienda online y productos, ya que toma en cuenta características específicas de los sitios web en los cuales será mostrada, teniendo en cuenta el tipo de publicidad o al público hacia el cual la estés direccionando.

Redireccionamiento 301 Son comandos que permiten enviar a usuarios y buscadores de una URL a otra automáticamente. Son usados especialmente cuando tu sitio web está en mantenimiento o ha sido trasladado a otro dominio.

Relevancia Se refiere a aquello que es importante, o que vale la pena tener en cuenta, en cierta situación o momento específico. Cuando el contenido que ofreces para tus clientes es relevante en el momento en el que llegan a él, seguramente entenderán por qué lo que ofreces como marca satisface sus necesidades.

Remarketing Es una función que permite realizar la identificación de un usuario el cual ha ingresado a tu tienda online, pero no ha completado el proceso de compra o simplemente observó un producto, ante ello se marca un interés hacia ese producto con el fin de que por medio de la RED DISPLAY, posteriormente el mismo usuario visualice ese producto o unos similares, incentivándolo a realizar el proceso de compra.

Reputación online Es la imagen percibida y reflejada de tu marca o empresa por parte de los internautas. Dicha imagen suele ser reflejada de manera pública en redes sociales, blogs, portales de noticias y foros. Una buena reputación en línea, aumentará, sin duda, las ventas de tu sitio web ya que incrementas la confianza

en tu marca por parte de los clientes potenciales que aún están decidiendo dónde es mejor hacer sus compras.

Reseñas de clientes en línea Se refiere a los comentarios, positivos o negativos, que hace un cliente acerca de una marca, producto o servicio en un espacio público en internet. Hoy en día la validación social es uno de los elementos clave en la decisión de compra. Esta actividad implica promover la retroalimentación sobre los productos. Es una práctica común, y además bien vista por parte de los usuarios, que las marcas o tiendas habiliten espacios para que los compradores plasmen sus opiniones de un producto de manera pública.

Responsive El responsive design o diseño adaptable es una forma de diseño y desarrollo cuyo objetivo es adaptar, de forma automática, la apariencia de las páginas web al tamaño y forma de la pantalla del dispositivo (cualquiera) que esté usando el usuario para visitarla, proveyendo una experiencia satisfactoria que no tenga complicaciones para la navegación.

Review Es la generación de contenidos enfocados a probar y evaluar determinado producto o servicio. Es una de las principales técnicas para lograr indexación por parte de los motores de búsqueda y posicionamiento de tu producto o servicio en la web.

Robots.txt Es un archivo de texto que contiene una serie de estándares web que regulan el comportamiento de los robots en la indexación de los motores de búsqueda.

ROI Es la sigla en inglés para 'Return On Investment' o Retorno sobre la inversión, en español. Es una tasa porcentual con la que se calcula el ingreso económico generado por una inversión específica.



Sandbox Se trata de un entorno de pruebas que permite la realización de cambios dentro de la base de datos de tu página web, protegiendo la información con la cual cuentas y la experiencia que viven los usuarios en tu sitio web, ya que permite realizar control y prevención de los servidores de datos en los cuales te alojas. El Sandbox hace posible probar cambios para posteriormente ser introducidos de forma permanente sin que se altere la información que posees o se afecte negativamente la experiencia de tus usuarios.

SDK Un kit de desarrollo de software o SDK (siglas en inglés de software development kit) es un conjunto de herramientas de desarrollo de software que le permite al programador o desarrollador de software crear aplicaciones para un sistema concreto, por ejemplo ciertos paquetes de software, frameworks, plataformas de hardware, computadoras, videoconsolas, sistemas operativos, etcétera.

Seguridad de pagos Se refiere a que tan baja sea la probabilidad de que una transacción de un pago se vea

afectada por acciones fraudulentas, que puedan afectar negativamente al pagador o al recaudador. Entre mayor sea la seguridad de los pagos en una plataforma, mayor confianza tendrán los clientes en ésta. Generar confianza en los usuarios hacia el manejo de pagos es crucial para el desarrollo del e-commerce. Por esto, todos los esfuerzos encaminados a blindar las transacciones, garantizan que los clientes regresen, por la seguridad que han podido notar en sus operaciones anteriores.

SEM (Search Engine Marketing) Se refiere a las actividades pagadas que realiza una marca para anunciar sus productos, servicios, aplicaciones o sitios web en los resultados arrojados por motores de búsqueda cuando un usuario utiliza términos específicos en su búsqueda.

SEO Consiste en el proceso de optimización del contenido, nombres de archivo, títulos, tags y metatags de un sitio web, con el fin de mejorar el ranking de tu página web dentro de los resultados arrojados por un motor de búsqueda.

SEO off page Toma en cuenta los factores externos a tu página web, como pueden ser el posicionamiento de la misma, las menciones que de ella se encuentran en otras páginas web, en redes sociales o en diferentes portales dentro del navegador, lo cual aumenta el número de resultados y popularidad de la página.

SEO on page Se basa tanto en la información contenida en tu página como en la relevancia de la misma, por lo cual el motor de búsqueda la toma en cuenta para ubicar su posición dentro de los resultados, entre los que se encuentran los tiempos de carga, experiencia del usuario, optimización del código y formato de las URL.

Sesión (analytics) Se define como el periodo de tiempo durante el cual los usuarios interactúan con el sitio web teniendo una inactividad de menos de 30 minutos.

Sistema de pagos Ver Pasarela de pagos.

Sitemap Es un esquema organizado, que muestra la estructura de las páginas de un sitio web. Generalmente se visualiza como un árbol, similar a un organigrama, o como un listado numerado e indentado para que se comprenda fácilmente de forma visual. Además de esto, se suele hacer un archivo específico en el que el sitemap se relaciona para que los motores de búsqueda se orienten sobre la organización del contenido de un sitio web específico.

Slider Es una forma de presentación de imágenes o videos, que cuenta con transiciones atractivas que generan engancho visual para los visitantes de tu sitio web.

Social Commerce Es una parte del comercio electrónico (e-commerce) que involucra el uso de las redes sociales en el contexto de las transacciones de e-commerce. En ocasiones, la oferta de productos y la transacción en sí misma se realiza en las redes sociales, mediante la integración de APIs que permiten realizar todo el proceso comercial. El Social commerce permite las interacciones y contribuciones de los clientes con la marca para mejorar la experiencia de ventas en línea de tu tienda web.

Social Media Marketing Se refiere a todas las actividades de mercadeo ejecutadas por una marca en el entorno de las redes sociales, bien sea utilizándolas de forma pagada o sencillamente haciendo publicaciones sin costo con las que se busca que el público interactúe y/o se informe sobre productos, servicios, actividades o atributos de la marca.

Software de servicio al cliente

Es un conjunto de aplicaciones desarrollado con el fin de facilitar a la empresa brindar soluciones de servicio a sus clientes de forma ágil, contando con toda la información posible acerca del proceso que ha vivido el usuario y poder resolver sus peticiones, quejas o reclamos, registrando todo su historial. Por lo general, el software de servicio al cliente incluye soluciones para atender usuarios vía chat, correo electrónico, teléfono o personalmente, registrando cada una de las actividades que se tiene con él.

Solicitud de pago Es una herramienta con la que puedes enviarle a tus clientes, por medio de un correo electrónico generado

desde el módulo de administración de PayU, un link para que realicen el pago correspondiente a la transacción que estás llevando a cabo con ellos. Cuando el cliente hace clic sobre el botón que recibe en ese correo electrónico, se abrirá la pasarela de pagos segura de PayU, y tu cliente elegirá su método de pago preferido y finalizará la transacción de manera segura.

SPEI El SPEI (Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios) es una herramienta creado por el Banco de México y la banca comercial que hace posible a cualquier persona, titular de una cuenta, realizar operaciones interbancarias de su cuenta a otra de destino.

SSL Los certificados SSL (Secure Socket Layer) son un protocolo de seguridad web que hace que los datos capturados en tu sitio web viajen de manera segura, es decir, la transmisión de los datos entre un servidor y usuario web es totalmente cifrada o encriptada. Sirve para brindar tranquilidad al visitante de tu página web, mostrarle que el sitio es auténtico, real y confiable para ingresar sus datos personales.

Stock o inventario Hace referencia a las existencias totales (en unidades) de las que se dispone de un determinado producto.



Target Hace referencia al público objetivo al cual diriges tus esfuerzos de mercadeo y tus campañas publicitarias. El target suele estar definido con características demográficas y psicográficas y de comportamiento de los usuarios ideales a los cuales diriges tu marca, productos y servicios.

Tarifa de envío Es el costo generado por el transporte y entrega de un bien. Este depende de variables como el peso del producto, las dimensiones del empaque, el lugar de entrega o recogida, el lugar de destino en el que debe entregarse, y el plazo definido para dicha entrega.

Tasa de aprobación Se refiere al porcentaje de visitantes de tu ecommerce a los cuales se les aprueban o acreditan sus transacciones exitosas.

Tasa de conversión En términos de e-commerce, una tasa de conversión se refiere al porcentaje de visitantes que llegan a cumplir un determinado objetivo dentro de un sitio web. Generalmente suelen medirse tasas de conversión relevantes para identificar

oportunidades mejora del proceso de venta en línea y entender el comportamiento de los usuarios.

Tasa de fraude Consiste en el porcentaje de operaciones en las cuales se suplanta la identidad de un pagador, o se efectúa de manera ilegal.

Terminal virtual En términos de e-commerce, y entendiéndolo dentro del sistema de medios de pago de PayU, una Terminal Virtual es una herramienta con la que puedes recibir pagos en persona o por teléfono, sin necesidad de tener un sitio web. Los pagos se llevan a cabo de forma segura y, además, puedes recibir una notificación del estado de la transacción de forma inmediata.

Thank you page Es la página a la que llega un usuario después de haber realizado una acción específica, como el registro en algún formulario de tu sitio web, donde se le agradece y/o se le brinda información adicional y relevante respecto de la acción que acaba de completar.

Token El token es una cadena de caracteres que buscan proteger y

brindar un proceso de autenticación de las tarjetas al momento de realizar compras en tu tienda, en el cual no se ven descubiertos todos los datos asociados a una tarjeta en particular.

Tokenización Es una funcionalidad que busca brindar mayor seguridad y confianza a los usuarios de tu tienda online en sus compras, mediante el uso de encriptación de los datos sensibles de las tarjetas de crédito.

Tracking Es la traducción al inglés de la palabra 'rastreo'. Se utiliza para referirse a la actividad de rastreo de actividades de un usuario en línea, o de los procesos al interior de una organización para alguna actividad específica. En el caso del e-commerce se utiliza principalmente en dos frentes: a) para rastrear el comportamiento de los usuarios en línea; y b) para hacer seguimiento al envío de un paquete desde que el usuario hace su compra hasta que llega a la dirección de envío que haya definido (package tracking).

Tráfico El tráfico se refiere a la cantidad de visitas que recibe tu sitio web o tu tienda online.

Tráfico orgánico Es aquel tráfico que obtiene tu página web a través de los resultados arrojados por los diferentes buscadores o directorios web que se encuentran en línea, como por ejemplo aquel conseguido por medio de búsquedas en Google.

Tráfico referido Es el tráfico obtenido cuyo ingreso se realiza a través de clics realizados en medios como redes sociales u otras páginas web, que redireccionan al usuario hacia tu página web o hacia un producto particular de tu tienda online.

Transacción Es un convenio por el cual dos partes acuerdan un intercambio de productos con valor económico, generalmente un bien o servicio por un valor determinado, respetando las condiciones establecidas para cada caso.

Trending Topic Son los términos o palabras más utilizadas en un momento específico, que se consideran tendencia en Twitter. Los trending topics se miden geográficamente, de forma que un término puede ser trending topic, por ejemplo, en Colombia pero no serlo en Argentina, al mismo tiempo.



Ubicación (Adwords) Consiste en tomar en cuenta el lugar geográfico en el que se halla tu empresa y el del acceso web del usuario, con el fin de que tus publicaciones sean visibles para un determinado lugar, en el cual se encuentren los usuarios o clientes adecuados para tu producto.

URL Es la sigla en inglés de Uniform Resource Locator, a lo que, coloquialmente, se le refiere como una 'dirección web'. Se trata de la secuencia de caracteres que permite denominar recursos dentro del entorno de internet para que puedan ser localizados.

URL de seguimiento (UTM) Es un método para rastrear de dónde viene el tráfico a una dirección web específica. Estos parámetros, que se insertan en las mismas URL o links de una información específica, y permiten analizar la efectividad de las campañas de marketing de manera transversal a las fuentes o los medios desde donde acceden los usuarios.

User Experience (UX) Conjunto de factores y elementos emocionales relativos a la interacción del usuario con un entorno o dispositivo concreto, cuyo resultado es la generación de una percepción positiva o negativa sobre un servicio, producto o dispositivo. Estos aspectos emocionales juegan un papel fundamental en la interacción del usuario, y de ahí la importancia del diseño y la estética que provoca este comportamiento emocional, ya que afectan los procesos cognitivos que influyen en la relación de un usuario con un producto, una marca o un servicio.

User Interface (UI) Corresponde al medio que usa un usuario para comunicarse con un sitio web o aplicación. Incluye elementos como menús, ventanas, teclado, ratón, sonidos, todos aquellos canales por los cuales se permite la comunicación entre el usuario y el dispositivo en uso.

Usuario activo Es aquel que ha realizado algún tipo de acción en tu ecommerce o se ha interesado por alguna de tu información en un periodo determinado. Se suele contabilizar un periodo de 60 a 120 días.

Usuario único Son aquellos usuarios que pueden ser identificados por el sistema de tu empresa al momento de realizar una visita en tu página web, por tener características previamente recopiladas como puede ser la IP del dispositivo desde el cual accede, siendo tomado como usuario único, y cada ingreso a tu web como una visita de dicho usuario.

Utilidad En el ámbito de los negocios, la utilidad es entendida como el beneficio económico proveniente de la diferencia entre los ingresos y los egresos generados por una actividad definida.



Vistas Hace referencia a la visualización que se tiene de tu tienda online, la cual puede ser Back-end o vista de administrador, en la que puedes incluir o dar de baja productos, así como definir sus precios; o Front-end, la cual es la visualización que tendrá el usuario para interactuar y realizar la compra.



Web performance management

La velocidad en la entrega y procesamiento de información se cuenta en milisegundos y cada disminución o aumento se cuenta en millones de pesos. La plataforma tecnológica debe responder a la expectativa del comprador, todo lo cual se enmarca dentro del Web performance management (gestión del desempeño web)

WebCheckout Es un tipo de integración ofrecida por PayU que permite que tu cliente pueda seleccionar los artículos que desea adquirir y al momento de realizar la compra sea redirigido a una pasarela de pagos segura, que ofrece diferentes medios con los que el usuario puede pagar el valor de su compra.

Wireframe Es una guía visual que carece de color y tipografía y que representa la estructura visual de un sitio web, haciendo un ordenamiento del contenido del mismo, cuyo objetivo es mostrar el comportamiento de la jerarquía de los contenidos y cómo estos se

relacionan con los elementos de la interfaz (botones, imágenes, texto), formas de navegación (un menú, por ejemplo), y la manera en que esto funciona en conjunto.

Workflow En sentido estricto, un workflow es un flujo de trabajo definido para un proceso al interior de una empresa. En la actualidad, muchos de estos flujos de trabajo se realizan de forma automatizada gracias a la gestión computarizada que permite la 'toma de decisiones' preestablecidas para ciertos casos, y en otros, provee la información y facilita la asignación de tareas para que las personas que deban intervenir en el proceso lo finalicen de acuerdo con las directrices y objetivos establecidos en la compañía.

PayU[®] | E-commerce