



Desde la **Cámara Argentina de Comercio Electrónico**, junto con las comisiones de trabajo de **Marketing, Medios de Pago, Plataformas, Métricas y Logística**, generamos el siguiente **Glosario** sobre términos muy utilizados en eCommerce para que puedas ir familiarizándote con la terminología.



3PL (third party logistics)	<p>“Logística tercerizada”, es decir, la externalización (u outsourcing) de la logística a un operador externo.</p>
A/B Testing	<p>El proceso de comparación de dos versiones diferentes de una página web, para determinar qué versión es más eficaz. Se muestran las versiones A y B a usuarios del mismo público objetivo al mismo tiempo y se observa que versión tiene más conversión.</p>
Ad-blocker	<p>Es una extensión o complemento de los navegadores, básicamente un software, que elimina los anuncios de tipo spam de cualquier página web (banners, pop-ups, anuncios en vídeos).</p>
Adaptive	<p>Cuenta con diferentes diseños para cada tamaño de pantalla, y una vez que se detecta el dispositivo en el que se está visualizando (mediante htaccess, javascript, etc), el navegador abrirá el diseño más adecuado para dicho dispositivo</p>
Adwords	<p>Google AdWords es el programa de publicidad de Google. A través de AdWords, el anunciante (empresa o individuo) puede crear anuncios online para llegar a los usuarios en el momento que estos buscan contenidos, productos y/o servicios relacionados.</p>
Analytics	<p>Referencia principal de Google Analytics, pero también de otras herramientas de análisis, que ofrecen información cuantitativa y cualitativa del tráfico de visitas que llegan a los sitios web analizados. Manejan métricas sobre audiencia, adquisición, comportamiento y conversiones que se realizan en dichos sitios.</p>
API (Application Programming Interface)	<p>Es un protocolo de programación creado para permitir que soluciones de software independientes puedan comunicarse a través de una interfaz, de manera relativamente simple. Los desarrolladores a menudo usan APIs para conectar o integrar servicios y sistemas.</p>
B2B	<p>Tipo de negocio en el que una empresa le vende a otras empresas.</p>
B2C	<p>Tipo de negocio en el que la empresa le vende a los consumidores finales.</p>
Back-End	<p>Todo lo relacionado con el funcionamiento interno de una plataforma de e-commerce, donde se manejan lenguajes como PHP, Python, .Net, Java, etc. El desarrollador Back-End se encarga de interactuar con bases de datos, verificar manejos de sesiones de usuarios, montar la página en un servidor, y desde este “servir” todas las vistas que el Front-End crea.</p>
Back-Office	<p>También conocido como Admin, dentro de la plataforma de e-commerce, es el conjunto de elementos que permite a los comerciantes administrar, operar y gestionar su tienda online, para por ejemplo realizar la actualización de precios de productos.</p>
Banners	<p>Un banner (pancarta en español), o más formalmente web banner, es un formato publicitario en Internet. Es un tipo de anuncio que generalmente es empleado en la publicidad llamada display, piezas publicitarias de contenido gráfico que se encuentran localizadas en diferentes páginas web. Hay diferentes formatos homologados para advertising tanto para tamaños desktop como para mobile.</p>
Benchmarking	<p>Proceso sistemático de evaluación de productos, servicios y procesos de trabajo en organizaciones, de cara a optimizarlos.</p>

<p>Big Data</p>	<p>La disciplina que contempla las actividades relacionadas con el manejo de grandes conjuntos de datos y resuelve desafíos como su recolección, almacenamiento, búsqueda, análisis, visualización y distribución. La tendencia a manejar enormes cantidades de datos se debe a la necesidad de crear informes estadísticos y modelos predictivos utilizados en diversas disciplinas, desde acciones de marketing hasta la lucha contra el crimen organizado.</p>
<p>Billetera electrónica</p>	<p>El proveedor de este servicio almacena y gestiona información de pago electrónico a través de tarjetas de crédito y débito, y en algunos casos también cuentas bancarias y depósitos en efectivo. Por ejemplo, TodoPago o PayPal.</p>
<p>Bootstrap</p>	<p>Grilla constructiva con medidas y estándares de diseño para las interfaces gráficas de la página. Es una de las más populares y utilizada por diseñadores y desarrolladores.</p>
<p>Bounce rate (tasa de rebote)</p>	<p>Métrica utilizada para indicar el porcentaje de personas que entran y salen de una página de un sitio sin interactuar con ella.</p>
<p>Branding (construir una marca)</p>	<p>Trabajo de gestión de marca (anglicismo: brand), con el objetivo de hacerla conocida, deseada y con una imagen positiva en la mente y el corazón de los consumidores. Implica realizar acciones relacionadas con el propósito, los valores de la marca y el posicionamiento, creando una conexión con el público para influir en sus decisiones de compra. Son decisiones desde el diseño y la comunicación de una empresa.</p>
<p>Business Intelligence (BI)</p>	<p>Herramientas de soporte para la toma de decisiones. Facilitan en tiempo real, el acceso interactivo, análisis y manejo de información crítica para la empresa.</p>
<p>C2B</p>	<p>Es la abreviatura de la expresión Consumer-to-business. Es un modelo empresarial en el cual los consumidores crean el valor y las empresas comerciales consumen aquel valor.</p>
<p>C2C</p>	<p>Es la abreviatura de la expresión Consumer to consumer, es una práctica habitual en marketing por la cual se realiza una actividad comercial o económica entre los propios consumidores aprovechando determinados sitios web o espacios ofrecidos por empresas.</p>
<p>Carrito</p>	<p>Página de una tienda online donde la persona deposita los productos que desea comprar.</p>
<p>Chargeback</p>	<p>Es la palabra en inglés usada para hablar de los contracargos, es decir, cuando un cliente reclama a su tarjeta de crédito por una compra que no hizo y este monto se le devuelve.</p>
<p>Check out</p>	<p>Etapas posteriores al Carrito. Cuando en la tienda la persona terminó de agregar en el carrito lo que desea comprar pasa al "Check Out" para colocar sus datos, pagar y elegir cómo quiere que se le envíen los productos.</p>
<p>Click Business</p>	<p>Organización comercial electrónica. También se las conoce como empresas "punto com".</p>
<p>Click Rate</p>	<p>Proporción de clics. Por ejemplo, en el marco de una campaña de e-mail marketing, el número de individuos que hace clic en un enlace del correo electrónico, sobre el total de personas que recibieron dicho correo. Este número se representa como un porcentaje.</p>

Conversión	En el ámbito online, hace referencia al hecho de que un visitante a un sitio complete el objetivo de negocio buscado, sea la concreción de una compra o de una acción puntual.
Conversion funnel	El funnel o embudo de conversión es un término de Marketing Online que trata de definir los distintos pasos que tiene que dar un usuario para cumplir un objetivo determinado dentro de la web, ya sea un registro, una compra o la generación de un lead.
CPA (Cost per Action)	En el entorno típico de Adwords, es el costo por acción, mediante el cual no se paga simplemente cuando alguien hace clic en el anuncio sino cuando se hace algo más: comprar, suscribirse, descargar software o lo que se haya indicado como objetivo. Por su complejidad es usualmente bastante más costoso que el CPC.
CPC (Cost per Click)	En el entorno típico de Adwords, es el Costo por Clic, que representa la suma de dinero que un anunciante paga al motor de búsqueda por cada clic que se hace sobre su anuncio en el resultado de búsquedas.
CPI (Cost per Impression)	En el entorno típico de Adwords, es el Costo por Impresión, que se refiere al hecho de que un anuncio aparezca en pantalla en los resultados del buscador.
CPM (Cost per Thousand)	En el entorno típico de Adwords, es el Costo por cada Mil Impresiones, que se refiere al hecho de que un anuncio haya aparecido esa cantidad de veces en pantalla en los resultados del buscador.
Creatividad de campaña	Diseño de una estrategia comunicacional/publicitaria puntual con un fin específico, para hacer llegar de la forma más efectiva ese mensaje a los consumidores. Puede o no estar alineada con la estrategia de Branding de la marca.
CRM (Customer Relationship Management)	Herramientas de soporte para la administración de la relación con clientes. Facilitan en tiempo real, el acceso interactivo, análisis y manejo de información crítica sobre el perfil, compras recientes y demás información sobre los clientes o cuentas. Muy utilizado por las áreas de marketing y ventas.
CRO (Conversion Rate Optimization)	El proceso de mejorar la experiencia del usuario de un sitio web con el objetivo de aumentar el porcentaje de visitantes que se convierten en clientes.
Cross border	Son las ventas (off y online) que se realizan de un país a otro.
Cross selling	La venta cruzada es una técnica que consiste en la venta de varios productos o servicios complementarios al que el cliente desea comprar inicialmente. Se puede entender la venta cruzada de forma mucho más sencilla con un ejemplo: un usuario compra una computadora y el vendedor le ofrece un mouse y una impresora.
CSS (Cascading Stylesheets)	Es un lenguaje de diseño gráfico muy usado para establecer el diseño visual de las páginas web e interfaces de usuario escritas en HTML o XHTML.
CTA	Siglas en inglés de "call to action", es decir, "llamado a la acción". Se refiere a los botones, textos o elementos gráficos que buscan que un usuario haga click e inicie algún proceso.
CTR (Click Through Rate)	Número de visitantes que hacen clic en un anuncio, dividido el número total de impresiones del mismo. Fórmula: Clicks / impresiones

CVU	La Clave Virtual Uniforme (CVU) permite la identificación de una cuenta en un Proveedor de Servicios de Pago (PSP). Es equivalente al CBU bancario, pero para cuentas digitales no bancarias. Permite transferir dinero de una cuenta bancaria a una cuenta virtual no bancaria y viceversa. Además realizar transferencias a cuentas virtuales de un Proveedor de Servicios de Pago (PSP) diferente.
Cuenta de pagos	Una cuenta de pago es una cuenta de libre disponibilidad que un Proveedor de Servicios de Pago (PSP) ofrece a sus clientes para ordenar y/o recibir pagos.
Curvas	Los archivos en curvas o vectores se llaman así debido a que esta formado por líneas generadas matemáticamente por un algoritmo en tiempo real. El trazo que se contiene en ese archivo es equiparable a si se realizara un dibujo a mano alzada. Posee gran definición y no trae efectos pixelados a las imagenes.
Customer Livetime Value	La predicción de ingresos y beneficio neto que un cliente generará durante toda la relación comercial.
Cybercash	Dinero digital / Dinero electrónico. Este tipo de mecanismo de pago se creó con la intención de resolver los problemas de seguridad relacionados con el uso del número de tarjeta de crédito por Internet.
DPI	Dots per inch (puntos por pulgada), y aunque se suele confundir con los píxeles por pulgada no es lo mismo. Unidad de medida de la resolución de la imagen. Hacen referencia al tamaño del contenido que se ve en la pantalla y pueden ajustarse a distintos valores, independientemente de lo grande o pequeño que sea el panel, ya que esta configuración se hace por software. Para web la resolución de pantalla óptima es 72 DPI
Dropshipping	Operación logística donde el vendedor no maneja stock propio y al conformar una venta, informa los datos de producto y envío al fabricante o distribuidor que sí maneja el stock, para que genere el envío al cliente.
E-mail Marketing	Define el envío de e-mails a públicos específicos (masivos o no) conteniendo mensajes relativos a una campaña de prensa, marketing o promoción en general. Se lo considera un acto de comunicación online y marketing directo.
E-retailer	Son los retailers (venta minorista) que cuentan con su propia Tienda Online para ofrecer los productos de forma 100% digital.
eCommerce	Término en general para referir al Comercio electrónico. También en específico a una tienda online.
Emisor (Medios de Pago)	Un emisor es el banco, institución financiera, asociación de ahorros y créditos, entidad gubernamental (como una organización postal) o minorista que ofrece una línea de crédito o una tarjeta de débito a un consumidor o negocio.
Facebook Ads	Es el sistema de campañas publicitarias de Facebook. Con esta plataforma, podrás promocionar tu página de Facebook para empresas, tu página web, tienda online, evento o aplicación.
FAQs	Siglas de "Frequently Asked Questions", es decir, "preguntas frecuentes" que recibes en tu sitio.
Free Shipping	Envío sin cargo de los productos comprados.
Front-End	Todo lo relacionado con los aspectos de una tienda online que están a la vista del usuario. Los desarrolladores de Front-End manejan principalmente los lenguajes Html, CSS y JavaScript, y se encargan de configurar la página de tal manera que sea cómoda de navegar para los usuarios. Por eso, además de programación deben saber interpretar cuestiones relacionadas con diseño y User Experience (experiencia de usuario)

Front-Office	También llamada Interfaz, dentro de la plataforma de e-commerce, es el conjunto de elementos con los que interactúa directamente el usuario, como por ejemplo el alta de usuario.
Fulfillment	Término que se utiliza para definir el proceso de recepción, empaquetado y envío de mercancías.
Funnel (Embudo de conversión)	El funnel o embudo de conversión generalmente se representa como un gráfico con los distintos pasos que tiene que dar un usuario para cumplir un objetivo determinado dentro de un sitio web, ya sea un registro, una compra o la generación de un lead.
Gateway	Representa el enlace o interfaz de conexión entre diferentes dispositivos electrónicos y su propósito es traducir información de un protocolo en una red inicial, a un protocolo en una red de destino. Comúnmente utilizado para hacer referencia a la pasarela de pago.
GTM	Google Tag Manager es una herramienta que simplifica en gran medida la gestión de etiquetas o fragmentos de código (scripts) para poder hacer el seguimiento y medición de cualquier hito que acontece en el sitio web.
Guest Checkout	Permite realizar una compra sin tener que loguearse o crear un perfil de usuario.
Heat map	Significa mapa de calor, es un estudio que se realiza a través de un desarrollo que mide la interacción que realizan los usuarios en una interfaz, midiendo su recorrido con el mouse, clicks. Permite a través de sus resultados sacar conclusiones de uso de los botones y lugares de interacción de la web.
Historial de compras	Historial de compras de un cliente, sirve para que éste revise lo que ha consumido previamente y para crear un perfil del consumidor.
Hit	Se habla de cantidad de hits, el número de veces que ha sido visto, clickeado o descargado un determinado contenido online.
Home Delivery	Significa entrega a domicilio.
Homepage	Es la página principal de un sitio web; se utiliza para facilitar la navegación a otras páginas en el sitio, proporcionando típicamente enlaces priorizados (Menú Inicial), artículos recientes (acceso a blog) e información de contacto.
Iconografía	La iconografía es un sistema de ilustraciones icónicas o vectoriales que se utilizan en el diseño de interfaz para elementos de navegación (mail, click, etc) o para referenciar zonas de clicks o áreas de un tipo de información determinada. Hay diferentes tipos, la iconografía funcional que ayuda a la navegación de las interfaces y la iconografía ilustrativa que ayuda a completar sentido sin caer en el uso del lenguaje fotográfico.
Intercambio (Medios de Pago)	El intercambio es una pequeña tasa que el banco del comerciante (adquiriente) le paga al banco del tarjetahabiente (emisor) para compensar al emisor por el valor y los beneficios que los comerciantes reciben al aceptar pagos electrónicos. Permite que los bancos que emiten los pagos electrónicos ofrezcan un valor enorme a los comerciantes, los gobiernos y los consumidores.
JPG	Forma de exportación de una imagen para su visualización online. Las imágenes JPG usan un método de compresión con pérdida, que reduce su tamaño de almacenamiento a costa de la calidad de la imagen. JPG se destaca cuando se trata de su capacidad de lograr una compresión de hasta 10:1 sin ninguna degradación notable en la calidad de la imagen. Esto hace que las imágenes JPG sean perfectas para la fotografía web y casual.

Keywords	Significa palabras claves. Tiene dos utilidades. 1) Una keyword o palabra clave es el término o conjunto de términos que utilizan los usuarios cuando buscan los contenidos que les interesan en los buscadores. 2) También se denomina así a la clave de acceso que se utiliza para acceder a un sitio donde se tiene un perfil de usuario.
KPI (Key Performance Indicator)	En español significa Indicador Clave de Desempeño, representa la implementación de métricas para reconocer si los objetivos de negocio están siendo alcanzados. Bien aplicada, refleja aquellas situaciones donde es necesario implementar acciones de mejora.
Landing Page	Una página web a la que una persona llega tras pulsar en el enlace de un display, banner o anuncio de texto situado en otra página web. En la mayoría de los casos esta página web es una extensión del anuncio de promoción, donde se explica más detalladamente la oferta del producto o servicio que se está promocionando.
Last milers	Operadores de última milla, es una forma técnica para referirse a operadores logísticos como Glovo, Rappi, etc.
Leads	Personas que muestran interés en tu producto o servicio al interactuar dentro tu página.
Link Building	Es la acción de conseguir que otros sitios publiquen enlaces hacia mi sitio. Forma parte de la estrategia SEO (Posicionamiento Orgánico en Buscadores), cuyo objetivo es incrementar la importancia y relevancia de mi sitio para los motores de búsqueda.
Logística	Cuando hablamos de logística, nos referimos a todo lo relacionado con el almacenamiento, reparto y entrega de los productos que se comercializan dentro de nuestra tienda online.
Marca de agua	Una marca de agua es un mensaje (normalmente un logo, sello o firma) superpuesto a una imagen, con una gran dosis de transparencia. También se habla de marca de agua en los casos en donde ante la inexistencia de una imagen cargada, hay una imagen genérica que ilustra el campo vacío de ese contenido.
Marketplace	Es un sitio que permite a vendedores y compradores tomar contacto para efectuar transacciones comerciales. Ejemplos reconocidos de Marketplace son Amazon y MercadoLibre, pero existen muchos, cada vez mejor organizados en rubros determinados.
Medio de envío	Formas disponibles en un eCommerce para que los productos comprados lleguen al comprador.
Medio de pago	Formas disponibles en un eCommerce para que los compradores abonen el precio final de su compra.
Merchant	Otra manera de llamar a comerciantes que venden productos y/o servicios.
Meta Descripción	Un fragmento de texto, por lo general de 160 caracteres, que resume el contenido de un sitio y se muestra en la página de resultados del motor de búsqueda, junto con el link al sitio en cuestión.
Métricas	Indicadores que permiten conocer el comportamiento de los usuarios en los sitios web analizados. Por ejemplo, el porcentaje de conversión (compradores netos sobre el número de visitantes totales), el porcentaje de carritos abandonados o el tiempo promedio de permanencia en el sitio.
Mobile	Término técnico para referirse al uso y consumo de sitios, tiendas, redes, etc., desde teléfonos móviles.
Mobile First	Es la metodología de diseñar priorizando la experiencia de usuario para pantallas de dispositivos móviles, sobre medidas mínimas y máximas de mobile, y luego adaptar los bocetos a las pantallas de desktop.

Newsletter	Es un boletín enviado de forma periódica por correo electrónico, a través del cual se informa a los usuarios sobre temas relacionados con la entidad que lo envía (desde cuestiones meramente relacionadas a un producto o servicio, hasta divulgaciones científicas, por ejemplo). Por lo general, el usuario expresa su interés en recibirlo a partir de una acción previa de marketing, aunque también hay newsletter enviados a través de e-mail marketing sin previo aviso.
Omnicanalidad	Se trata de una estrategia que atraviesa todo el modelo de negocio, donde cada situación en la que un usuario toma contacto con nosotros, sea de manera directa o indirecta, a través de canales online u offline, forma parte de un sistema interconectado de situaciones que deben responder fluidamente a sus requerimientos. Por ejemplo, un potencial cliente puede comenzar por consultar sobre nuestro producto en un catálogo online de terceros, luego ir a verlo en una tienda física y finalmente comprarlo en nuestro sitio online. El seguimiento de todo este proceso, tanto para que sea satisfactorio para el cliente como exitoso y medible para nosotros, es omnicanalidad aplicada.
Open Rate	En el marco de una campaña de e-mail marketing, es el número de receptores que abren un determinado e-mail, sobre el número total de receptores que recibieron dicho e-mail. Se presenta como un porcentaje.
Open Source	Plataformas de eCommerce prearmadas que permiten adaptarse con un desarrollo posterior, a las necesidades específicas de un cliente.
Operador logístico	Empresas dedicadas al envío de paquetes de forma local, regional, nacional o internacional.
Packing	Se refiere a todo el proceso embalado, empaquetado y envasado de un producto.
Pageviews	Es la cantidad de veces que una determinada página fue vista por los visitantes.
Pasarela de pago	Es la herramienta encargada de procesar el cobro y pago del producto, su principal objetivo es que se realice de manera rápida, sencilla y segura para el usuario.
Pay-Per-Click (PPC)	Un modelo de publicidad online donde el anunciante paga sólo cuando se hace clic en su anuncio.
PayPal	Es una pasarela de pagos internacional, líder a nivel mundial, fundada en 1998.
Picking	Se refiere a la preparación de pedidos en el almacén, en cuanto a seleccionar y extraer una serie de productos del stock y organizarlos en un lugar específico antes del empaquetado y la entrega de estos a sus destinatarios.
Pickups	Significa puntos de recogida. Lugares situados en diferentes zonas de la ciudad, donde el usuario puede pasar a recoger su paquete, si previamente durante el periodo de compra ha pedido que se lo lleven ahí.
PNG	Portable Network Graphics es un formato gráfico basado en un algoritmo de compresión sin pérdida para bitmaps no sujeto a patentes. Este formato fue desarrollado en buena parte para solventar las deficiencias del formato GIF y permite almacenar imágenes con una mayor profundidad de contraste y otros importantes datos. Es más liviano y puede tener fondos transparentes.
Proveedor de servicio de pago	Los Proveedores de Servicios de Pago (PSP) son las personas jurídicas que, sin ser entidades financieras, cumplan al menos una función dentro de un esquema de pago minorista, tal como ofrecer cuentas de pago.
Re-branding	Conjunto de acciones

<p>Re-marketing</p>	<p>El remarketing es un sistema que permite crear anuncios adaptados o personalizados para los usuarios que, previamente, visitaron una página web. Es un marketing segmentado a partir de datos del usuario.</p>
<p>Responsivo (Sitio Responsivo -responsive)</p>	<p>Adjetivo dado a un sitio cuyo diseño se adapta a diferentes tamaños y resoluciones de pantalla, teniendo en cuenta los diferentes tipos de dispositivos existentes (computadoras, laptops, celulares, tablets). Naturalmente, es de vital importancia para el m-commerce. Actualmente, es difícil pensar en un sitio que no se desarrolle con esta característica.</p>
<p>Retailer</p>	<p>Una empresa que vende directamente al consumidor final.</p>
<p>Reviews (de usuarios)</p>	<p>Muy importantes para el posicionamiento de un sitio y sus productos o servicios, son los comentarios que dejan los usuarios con respecto a su experiencia de compra o grado de satisfacción con el producto o servicio en sí mismo. Se pueden dar tanto en forma escrita como en forma de puntuación (por lo general 1 a 5 estrellas).</p>
<p>ROI</p>	<p>Return on Investment o retorno sobre la inversión. Métrica que permite analizar cuánto retornó de lo que invertimos. Se puede calcular de muchas formas, una estándar puede ser con la división: ganancias / inversión.</p>
<p>SaaS</p>	<p>Software as a Service o software como servicio. Son un tipo de plataforma de eCommerce prearmadas por las que pagamos una licencia mensual de uso mientras tengamos la tienda activa. El proveedor se hace cargo del mantenimiento, mejora y evolución de la plataforma en sí. Nosotros solo del contenido y diseño de la tienda.</p>
<p>SCM (Supply Chain Management)</p>	<p>En español, Administración de la red de Suministro, da nombre al proceso de planificación, puesta en marcha y control del suministro de bienes y servicios, con el propósito de satisfacer las necesidades del cliente con tanta eficacia como sea posible.</p>
<p>SEM (Search Engine Marketing)</p>	<p>Si bien originalmente se utilizó como término para indicar todas las actividades de marketing asociadas a la mejora del posicionamiento en buscadores, hoy en día se utiliza para identificar las campañas pagas en buscadores (Adwords). Se diferencia de SEO, Search Engine Optimization, que hace referencia a la labor para lograr apariciones no pagas en las listas de resultados de buscadores.</p>
<p>SEO</p>	<p>Search Engine Optimization u optimización de motores de búsquedas. Son las técnicas que se utilizan para mejorar la legibilidad de un sitio web o tienda por parte de los buscadores (como Google).</p>
<p>Sesion</p>	<p>Una sesión es un conjunto de interacciones que tienen lugar en su sitio web en un periodo determinado. Por ejemplo, una única sesión puede contener varias páginas vistas, eventos, interacciones sociales y transacciones de comercio electrónico</p>
<p>SKU (Stock-keeping Unit)</p>	<p>Código de identificación alfanumérica único para cada producto o servicio en el stock de una tienda online.</p>
<p>Social Commerce</p>	<p>El uso de las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, etc.) para incentivar a los consumidores a comprar productos y servicios online.</p>
<p>Social Media</p>	<p>Las más utilizadas Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn. El conjunto de plataformas de comunicación online donde el contenido es creado por los propios usuarios.</p>
<p>SSL</p>	<p>Protocolo diseñado para habilitar las comunicaciones cifradas a través de Internet, es usado en las comunicaciones entre navegadores y servidores. Las direcciones URL que comienzan con "https" indican que se utilizará una conexión segura SSL. SSL brinda 3 cosas importantes: privacidad, autenticación e integridad de mensaje. Es una característica fundamental para los sitios de e-commerce.</p>

SVG	Gráficos vectoriales escalables (SVG) es un lenguaje de marcado XML para describir gráficos vectoriales en dos dimensiones. Este tipo de formato se utiliza para gráficos que tienen que escalar automáticamente a diferentes formatos de pantalla sin pérdida de resolución.
Target	Público objetivo al que queremos alcanzar, que conozca nuestra marca y productos y nos compre.
Tasa de Conversión	Se calcula dividiendo el número de visitantes que completan una acción determinada por el número total de visitantes a un página y/o proceso en particular.
Tráfico de búsquedas (Search Traffic)	Es el tráfico que llega a un sitio desde buscadores como Google, donde el visitante ha elegido dicho sitio a partir de un resultado de búsqueda. Lo interesante aquí es identificar los keywords utilizados. Esta métrica tiene una gran relación con el SEO (Search Engine Optimization).
Tráfico directo (Direct Traffic)	Está compuesto por los visitantes que entraron a un sitio al escribir su dirección o url en la barra del navegador, o haciendo click en algún documento distinto de contenidos web (es decir, no otro sitio o aplicación), como un documento de Office, o a través de un "bookmark" en el navegador del usuario.
Tráfico referido (Referred Traffic)	Los visitantes llegan a nuestro sitio a través de links en otros sitios que no son buscadores. Un caso típico es el de contenidos de social media que hacen referencia a nuestro sitio, sean pagos u orgánicos (posteos o incluso displays publicitarios). Para el análisis de SEO, es importante diferenciarlo del tráfico directo o de búsquedas.
Trazabilidad	Cualidad de poder seguir un paquete en tránsito desde su origen hasta el destino con detalles sobre quién lo envió, qué pasos superó, en qué estadio está, cuáles restan y hacia dónde se dirige.
UI User Interface	Diseño de interfaz de usuario, estructura y diseño de look and feel de la página navegable por el usuario.
Up Selling	Incentivo al comprador para que realice una compra mayor a la que aparentemente estaba apuntando. Por ejemplo, si elige una raqueta de tenis estándar, le mostramos raquetas de mayor calidad y precio, para eventualmente tentarlo a cambiar de producto.
URL	"Dirección" de una tienda online.
Usability	El grado de facilidad con que el usuario puede navegar, acceder a información y realizar acciones (como compras o descargas) en una aplicación o sitio Web. Directamente relacionado con el concepto de User Experience.
User Experience (UX)	En el entorno online la Experiencia de Usuario hace referencia a cómo una persona se siente al interactuar con un sitio web o aplicación. Los diseñadores especializados en UX trabajan para que los criterios naturales de navegación, percepción de contenidos y funcionalidad del sitio sean lo más satisfactorios posibles para los visitantes. En e-commerce es considerado más importante aún que el diseño tradicional.
Usuario	Persona que interactúa con una aplicación o un sitio web cuyas actividades se miden con Google Analytics.
Warehouse	En inglés significa bodega. Edificio destinado para almacenamiento de mercancías
Wishlists	Lista de artículos que un usuario desea comprar en un sitio y deja guardada para eventualmente concretar la compra en otro momento. Fomentada por sitios como Amazon, es una excelente referencia directa de la intención de compra de los usuarios.