



GLOSARIO DE TÉRMINOS: SOCIAL MEDIA & MARKETING DIGITAL

Con este glosario ya nada
volverá a sonarte a chino

¿Qué vas a aprender?

No es chino ni swahili, es 2.0

Si quieres empezar a desenvolverte en el 2.0 empieza por conocer sus términos ;) No tengas prisa en terminarlo y disfruta del “viaje”

Ten siempre a Itaca en tu mente.
Llegar allí es tu destino.
Mas no apresures nunca el viaje.
Mejor que dure muchos años
y atracar, viejo ya, en la isla,
enriquecido de cuanto ganaste en el camino
sin aguantar a que Itaca te enriquezca.

Itaca te brindó tan hermoso viaje.
Sin ella no habrías emprendido el camino.
Pero no tiene ya nada que darte.

Aunque la halles pobre, Itaca no te ha engañado.
Así, sabio como te has vuelto, con tanta experiencia,
entenderás ya qué significan las Itacas.



-A, B-

❖ AdBlocker

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

❖ 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.

❖ 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...

❖ 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.

❖ API

Interfaz de Programación de Aplicaciones, es decir, interfaz de comunicación entre componentes *software*. Método que utiliza un programa para interactuar con funciones del sistema operativo.

❖ App (Aplicación)

Programa informático desarrollado para dispositivos móviles.

❖ Avatar

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

- ❖ **B2B (Business to Business)**
Modelo de negocio que indica que el acuerdo es entre 2 empresas.
- ❖ **B2C (Business to Consumer)**
Modelo de negocio que indica que el acuerdo es entre una empresa y un usuario particular.
- ❖ **Backend**
Sistemas y desarrollos que hay detrás de una página web y que sirve para gestionar usuarios y datos (que entran por el front-end).
- ❖ **Banner**
Anuncio publicitario en forma de imagen gráfica que, generalmente, se sitúa a lo largo de una página web, en un margen u otro espacio reservado para publicidad. Ver Formatos IAB para conocer tamaños y alternativas estandarizadas.
- ❖ **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.
- ❖ **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.





-C-

- ❖ **Call to Action (CTA) (Llamada a la Acción)**
Herramienta o estrategia de comunicación publicitaria que busca incitar al usuario a realizar una acción después de un anuncio.
- ❖ **Clic (Respuesta, Actuación, Presión sobre el ratón)**
Respuesta del usuario ante un anuncio. Métrica de la reacción de un usuario frente a un anuncio o hipervínculo en Internet.
- ❖ **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 vídeo.
- ❖ **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. $\text{N}^\circ \text{ de clics} / \text{N}^\circ \text{ de impresiones} \times 100$.
- ❖ **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.
- ❖ **CMS (Content Management Systems: Gestor de contenidos)**
Herramientas web o aplicación conectada a un servidor que permite gestionar los diferentes contenidos de una página web: texto, fotos, vídeos, etc...
- ❖ **Cookie**
Las cookies son pequeños archivos que se instalan en el navegador. Contienen números y letras que identifican un navegador, pero no a un usuario concreto. La cookie envía información de ida y vuelta entre el navegador del ordenador y los sitios web visitados. Una cookie solo puede ser leída y entendida por el sitio web que la creó. No pueden contener virus ni ser ejecutadas, puesto que no son archivos activos.
- ❖ **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.

❖ **CPM (Coste por mil)**

Modelo de compra estándar en la publicidad interactiva. Este modelo es el más común y calcula el coste de mil impresiones publicitarias.

❖ **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.

❖ **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.

❖ **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.

❖ **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.

❖ **CRM (Customer Relationship Management)**

Amplio término que cubre conceptos usados por compañías para gestionar sus relaciones con clientes, incluyendo la colección, almacenamiento y análisis de la información de los mismos.

❖ **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".

❖ **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.





Si aún no lo conoces, te recomiendo que descargues la guía gratuita de Vilma Nuñez sobre analítica digital. En ella encontrarás muchos conceptos definidos anteriormente.



[Descarga la Guía de analítica digital: Cómo medir tu ROI y conversiones](#)

Autora - Vilma Núñez



-D,E-

- ❖ **D2C (Direct To consumer)**
Directo al Consumidor. Servicio que va destinado al consumidor final.
- ❖ **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.



La clave para que una empresa funcione está en desarrollar el sentido común, la lógica y el pensamiento reflexivo

- ❖ **E-Commerce (Comercio Electrónico)**

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

- ❖ **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.

- ❖ **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.

- ❖ **Enlace**

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



Te recomiendo que le des un vistazo al videotutorial de Clara Ávila sobre los pasos para crear una newsletter



-F,G,H-

❖ **FAQ's (Preguntas frecuentes)**

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

❖ **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.

❖ **Formatos expandibles/desplegables**

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

❖ **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.

❖ **Freemium**

Modelo de negocio que ofrece de manera gratuita un servicio básico y cobra por *upgrades* o contenidos adicionales.

❖ **Front-end**

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



❖ Gif

Formato gráfico que utiliza la compresión para almacenar y mostrar imágenes.



[Guía para utilizar los GIFs en tu estrategia de contenidos](#)

Autora - Vilma Núñez

❖ Home (Portada)

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

❖ 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.

❖ 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.

❖ Hipertexto

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

❖ Hipervínculo

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



-I,J,K-

❖ 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).

❖ 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.

❖ Índice de deserción

Porcentaje de visitas que se pierden en las diferentes etapas de una compra o navegación.

❖ In App Advertising

Publicidad dentro de aplicaciones

❖ 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”.

❖ iOS

Sistema operativo de Apple para sus teléfonos móviles iPhone.

❖ 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.



[Diccionario de Inbound Marketing](#)

Autor – Socialmood

❖ 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.

❖ Java

Lenguaje de programación diseñado para generar aplicaciones en Internet.

❖ Jpg

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

❖ 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.

❖ KPIs (Key Performance Indicators)

Traducido como “Indicadores clave del desempeño”, este acrónimo inglés se refiere a los indicadores principales del funcionamiento de un proceso con el fin de alcanzar los objetivos marcados. En marketing digital pueden ser clics, visitas, altas en formularios, ventas, visionados de vídeo, apertura de emails, etc.





-L,M,N-

- ❖ **Landing page (Página de bienvenida; página de aterrizaje)**
Página a la que llega un usuario cuando hace clic en una publicidad.
- ❖ **Lead**
Cuando un usuario se registra, se apunta o se descarga algo en el sitio de un anunciante. Existen campañas específicas para generar bases de datos de perfiles concretos
- ❖ **Malware**
Cualquier programa creado con intenciones de molestar, dañar o sacar provecho en los dispositivos infectados sin que el usuario se dé cuenta.
- ❖ **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.
- ❖ **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.
- ❖ **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.
- ❖ **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.
- ❖ **Meta-tags (Etiquetas)**
Etiquetas HTML que informan a los buscadores sobre el contenido de una página web.

❖ **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

❖ **Nicho**

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



Si aún no lo has leído, te recomiendo que le des un vistazo al post de Vilma Nuñez con las mejores herramientas para crear landing pages.



-O,P,Q-

❖ Overlay

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

❖ P2P

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.

❖ 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.

❖ 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.

❖ Phishing

Phishing es un término que denomina un tipo de delito encuadrado dentro del ámbito de las estafas cibernéticas, y que se comete mediante el uso de un tipo de ingeniería social caracterizado por intentar adquirir información confidencial de forma fraudulenta (puede ser una contraseña o información detallada sobre tarjetas de crédito u otra información bancaria). El estafador, conocido como phisher, se hace pasar por una persona o empresa de confianza en una aparente comunicación oficial electrónica, por lo común un correo electrónico, o algún sistema de mensajería instantánea, o incluso utilizando también llamadas telefónicas.

❖ Pixel de conversión

Literalmente un pixel es una imagen de un solo punto 1×1. 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



[Medición de conversiones: Optimiza tus anuncios para conseguir conversiones y realiza un seguimiento del retorno con el píxel de Facebook.](#)

Autor – Facebook Bussines

❖ Podcasting

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

❖ Pop-up

Formato publicitario que aparece como una ventana emergente sobre una ventana del navegador abierta.

❖ Pre-roll

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

❖ 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.

❖ **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.

❖ **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.

❖ **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.

❖ **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.





-R,S,T-

❖ **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.

❖ **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.

❖ **Realidad Aumentada (AR)**

Tipo de aplicación que, al activar la cámara del ordenador o del teléfono móvil, sobreimpresiona capas extras de información, bien en un plano externo en el caso de los ordenadores o bien sobre la pantalla en el caso de los teléfonos.

❖ **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).

❖ **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.

❖ **ROI (Return of investment)**

Retorno de la inversión expresado en %. $\text{Beneficio} - \text{Inversión} / \text{Inversión}$.

❖ **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.

❖ SEM

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.

❖ SEO

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.

❖ Servidor

Ordenador que aloja los sitios web y otros servicios interactivos y que está conectado a la red con la función de responder a las demandas de los usuarios

❖ Sesión

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

❖ Spam (Correo basura)

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

❖ 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.

❖ 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.

❖ **Tablet (Tableta)**

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

❖ **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.

❖ **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.

❖ **Text Ad (Anuncio de texto)**

Texto estático y breve que se muestra como publicidad.

❖ **Tráfico**

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



[Snapchat | Origen, datos y guía de uso para no morir en el intento](#) 🤪



- U, V, W, -
X, Y, Z -

❖ **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.

❖ **URL**

Término técnico para definir la dirección de una web.

❖ **Usuarios únicos**

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

❖ **VOIP**

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



GRACIAS

Espero que te haya servido este glosario. Para cualquier consulta puedes escribirme a soy@belenleon.com.

Además te invito a que te unas a mi comunidad en Facebook para seguir aprendiendo.

belenleon.com

