

ADDRESS (Dirección).— Existen tres tipos de dirección de uso común dentro de Internet:

- E-mail address: dirección de correo electrónico.
- Ip: dirección de Internet.
- Hardware or MAC address: dirección hardware o dirección MAC.

ADSL (Asimetric Data Subscriber Line).— Es un sistema de transmisión de datos que se implanta sobre las líneas telefónicas convencionales.

ADVERTORIAL. —Publicidad que se introduce en el encabezamiento del correo electrónico con un enlace o un hipervínculo a la página web del anunciante-mail, tiene apariencia de documento informativo.

AFFILIATE PROGRAM (Programas de afiliados).— Software que permite utilizar el website de una empresa como plataforma de venta de otra compañía (normalmente a través de banners o botones). Entre las empresas que utilizan este tipo de venta destacan Amazon y Bol.

ALIAS.— Nombre corto y fácil de recordar que se utiliza en sustitución de otro nombre largo y difícil de recordar.

ASP.— Acrónimo de Application Service Provider (Proveedor de Servicios de Aplicaciones). Las ASP, también denominadas netsourcing, son empresas que alquilan aplicaciones informáticas a sus clientes a través de Internet.

AUTO-RESPONDER.— Software utilizado para generar un mensaje previamente preparado y enviarlo como un e-mail en cuanto recibes un pedido o información. Estos e-mails, evidentemente, son todos iguales y, normalmente, no van personalizados. Principalmente avisan de que su mensaje ha sido recibido.

B2A (Business-to-Administration).— Relaciones, normalmente de negocios, de las empresas con las Administraciones Públicas.

B2B (Business-to-Business) .— Se refiere a las transacciones económicas o las relaciones efectuadas entre empresas. Empresa a empresa.

B2C (Business-to-Consumer).— Comercio de las empresas con el cliente final, al consumidor. Se realiza en las tiendas on line que distribuyen al consumidor final.

B2E (Business-to-Employees).— Relaciones entre las empresas y sus empleados. Comercio desde la empresa hacia los empleados. Se produce cuando hay una venta a través del website corporativo, o desde una Intranet de acceso restringido, a los empleados de una empresa.

B2N (Business-to-Nobody).— Negocios que no consiguen construir o llegar a ningún mercado; es decir, no llegan a nadie y, por tanto, no funcionan.

BANNER (cartel, rótulo).— Gráfico publicitario rectangular que puede ser fijo o animado, e incluso con sonido, que se incluye en las páginas web a modo de anuncio. Haciendo click sobre él, normalmente envía hacia el sitio web del anunciante.

BANNER-EXTENSIBLE.— A diferencia del banner tradicional, el extensible puede hacerse más grande y ofrecer mayor espacio para dar información o plantear una oferta.

BANNER-MICROSITE.— En apariencia, es un banner normal, pero con la diferencia de que, una vez que se pulsa, aparece en una ventana nueva un microsite.

BARTERING.— Intercambio de servicios, productos o publicidad.

BOTONES.— Son también banners, pero de tamaño más reducido. Pueden aparecer estáticos o dinámicos; fijos en secciones o en páginas de inicio. En muchos casos, se pueden seleccionar con el ratón y suelen colocarse en un lateral de la página.

BROWSER (navegador).— Programa utilizado para visualizar las páginas web. Los más utilizados son el Internet Explorer y Netscape.

BRICKS.— Expresión que define a las empresas físicas cuyo objeto de negocio se da off line. Se usa para compararlas con las que trabajan en la red (CLICKS).

BULK MAIL.— Envío masivo de correo electrónico. Es lo que realizan los spammers.

BUSCADORES.— Herramientas de búsqueda de la red que permiten, mediante palabras o combinaciones de palabras, encontrar documentos alojados en páginas web.

BUSINESS PLAN (plan de negocio).— Este documento es el carné de identidad del emprendedor, el que debe presentar ante cualquier inversor. Un buen plan de negocio debe recoger la idea básica de la empresa, las previsiones de ingresos y rentabilidad futura y el plan de acción por el que se espera lograr ambos.

BUY WIZARD.— Asistente de ayuda para la compra en Internet.

C2B (Consumer to Business).— Relación de los consumidores con las empresas.

C2C (Consumer-to-Consumer).— Comercio que se desarrolla entre particulares. Normalmente son transacciones entre internautas.

CHAT (tertulia, conversación, charla).— Comunicación simultánea entre dos o más personas a través de Internet.

CIBERMALL.— Un gran almacén virtual.

CLICK & BRICK (también conocidas como brick & mortar).— Empresas tradicionales que amplían su estrategia a realizar negocios también en la red.

CLICK RATE (ratio de click).— La frecuencia con la que los visitantes de un sitio web pulsan sobre un anuncio, normalmente un banner, mostrado en una página.

CLICK THROUGH.— Acción de pulsar sobre un banner publicitario. Ratios de click through, es la relación entre el número de visitantes de una página y los que pulsan sobre el banner.

COOKIES.— Archivo de texto que se graba en el ordenador del visitante del cual se sirven los servidores web para guardar información acerca del cliente de un sitio. Sirve para identificar a visitantes recurrentes.

Es un archivo de texto que se introduce en el disco duro al visitar un sitio web. La próxima vez que volvamos a visitar ese mismo sitio, el web busca esta información que le ayudará a recordar quién eres tú, cuáles son tus preferencias, que has hecho otras veces que has visitado la web, que habías comprado... Se utiliza para personalizar la venta ya que saben lo que te gusta y te lo ofrecen.

CRACKER (intruso) .— Persona que intenta acceder a un sistema informático sin autorización.

CRM o Customer Relationship Management.— Básicamente consiste en centrar tu modelo de negocio en el cliente y dotar a tu empresa de las herramientas técnicas que permitan prestar un servicio y comunicación a tus usuarios.

Es una estrategia de negocio orientada a la fidelización de clientes. Permite a todos los empleados de una empresa disponer de información actualizada sobre los mismos, con el objetivo de optimizar la relación entre empresa/cliente. Los factores más valorados por los clientes son: rapidez de respuesta, comprensión, responsabilidad y accesibilidad. CRM facilita la gestión de todos estos factores englobando los procesos de márketing, ventas y atención al cliente en uno.

CURSORES ANIMADOS.— Ideados por la compañía Comet Systems, permiten introducir mensajes o animaciones del anunciante en el cursor del ordenador del usuario. El usuario debe instalar una pequeña aplicación de Comet Systems que hace que el cursor del internauta cambie su forma de entrar en las páginas que utilicen el Comet Cursor. El resultado es un cursor con el logotipo de la empresa anunciante.

CYBERCASH.— Dinero digital en efectivo. Dinero electrónico. Este 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.

CYBERSPACE (ciberespacio) .— Término creado por William Gibson en su novela fantástica Neuromancer para describir el «mundo» de los ordenadores y la sociedad creada en torno a ellos.

DNS.— Acrónimo de Domain Name System (Sistema de Nombres de Dominio). Sistema para traducir los nombres de los ordenadores en direcciones IP numéricas. Algunos de los dominios más importantes son: .com (comercial y empresas), .edu (educación y centros docentes), .org (organizaciones sin ánimo de lucro), .net (operación de la red), .gov (gobierno de Estados Unidos) y .mil (ejército de Estados Unidos). La mayoría de los países tienen un dominio propio. Por ejemplo, .us (Estados Unidos), .au (Australia), .uk (Reino Unido).

DOMAIN (dominio).— Dominio o nombre en propiedad que tiene una empresa para operar en la red. Hay elaborado un sistema internacional de dominios o DNS que los agrupa por jerarquías, simplificando su identificación. En España es la terminación.es.

DOT.COM (punto com).— Forma de nombrar a aquellas empresas de Internet que se basan en la plataforma web como principal medio de negocio, comunicación e interacción con el público objetivo.

DOWNLOAD (bajar, transferir) .— Proceso de transferir información desde un servidor de información al propio ordenador personal.

E.BIZ.— Expresión inglesa para definir los negocios en la red.

E2B (Employee to Business).— Relaciones de los empleados hacia sus empresas.

e-BUSINESS .— Conjunto de líneas de negocio canalizadas a través de Internet.

e-COMMERCE (comercio electrónico).— Comercio entre empresas y clientes que se realiza a través de Internet.

e-CONOMY.— Economía electrónica. Parte de la economía relacionada con Internet.

e-COUPONS.— Cupones promocionales y de descuento a modo de publicidad.

e-FULFILLMENT.— Término de comercio electrónico equivalente al fulfillment del márketing tradicional, es decir, los servicios integrados de logística (gestión de pedidos, tramitación de entregas, seguimiento y control...). El e-fulfillment es cada vez más un servicio a prestar por los grandes operadores de logística en su actividad en Internet -como outsourcing estratégico-, y exige una perfecta coordinación empresa-operador. Se pretende de esta manera que esta parte importante de la gestión comercial la lleve a cabo una empresa altamente especializada.

e-MAIL (correo electrónico).— Sistema para enviar mensajes en Internet. El emisor de un correo electrónico manda los mensajes a un servidor y éste, a su vez, se encarga de enviárselos al servidor del receptor. Para poder ver el correo electrónico es necesario que el receptor se conecte con su servidor.

e-MAIL MÁRKETING.— Las acciones de márketing que se realizan utilizando como soporte el correo electrónico.

e-MAILING.— Uso del correo electrónico para el envío de mensajes publicitarios.

e-MARKETER.— Persona encargada del márketing on line.

ENGAGE.— Método por el cual dos empresas intercambian entre sí el contenido de sus bases de datos con los perfiles de los visitantes.

ENLACES DE TEXTO.— Son líneas de caracteres alfanuméricos que pueden ser seleccionadas con el ratón y sirven para informar sobre eventos y noticias o para comunicar ofertas de ventas.

e-SALES .— Ventas de bienes y servicios realizadas a través de Internet.

ESCAPARATES.— También conocidos como banner escaparate, están formados por un conjunto de imágenes y texto sobre los que se puede pulsar. Los escaparates se suelen utilizar en las secciones de compras de los sitios y son una buena fuente de información sobre las ofertas de ventas.

e-SHOPS .— Tiendas virtuales.

e-TAILER.— Comerciante detallista que centra su actividad en Internet. Su medio de relacionarse con el consumidor es a través de e-mail.

e-VALUE (valor electrónico).— Valor añadido que genera una compañía a los clientes de sus clientes.

EZINES (Electronic magazines).— Revistas virtuales. Se trata de una revista que se distribuye a través del correo electrónico en formato texto o HTML. Los e-zines se reciben por suscripción. Dicha suscripción puede ser gratuita o previo pago de una cuota.

FAQ (Frequently asked questions).— Lista de preguntas más frecuentes. Es una relación con las preguntas más comunes que alguien se puede hacer acerca de un bien o servicio y las respuestas a las mismas.

FILE TRANSFER (transferencia de ficheros).— Copia de un fichero desde un ordenador a otro a través de una red de ordenadores.

FIREWALL (cortafuegos).— Programa que sirve para filtrar lo que entra y sale de un sistema conectado a una red. Suele utilizarse en las grandes empresas para limitar el acceso de Internet a sus empleados así como para impedir el acceso de archivos con virus.

FREE BIES.— Cosas gratuitas que se ofrecen en un sitio web.

FREE NETTING.— Define el hecho, realizado por empresas tradicionales, de entrar en Internet sin haber realizado previamente una auditoría de márketing que les pueda indicar dónde y cómo se encuentran y así valorar cuándo y cómo deben entrar con éxito en la red.

FREEWARE .— Aplicaciones de uso gratuito que pueden encontrarse en Internet.

FTP.— Acrónimo de File Transfer Protocol (Protocolo de Transferencia de Ficheros). Protocolo que permite al usuario de un sistema acceder y transferir ficheros de un ordenador a otro a través de Internet.

GPR (Gross Rating Point).— Unidad de medida del efecto de la publicidad tradicional.

HACKER (pirata).— Persona que, gracias a sus grandes conocimientos informáticos, puede introducirse sin permiso en la información que tengan otros ordenadores o redes informáticas de particulares, empresas o instituciones si están conectados a Internet.

HIT.— Es cada uno de los archivos (gráficos, sonidos, texto...) que suministra el servidor donde está hospedada la sede web visitada. Una página con muchos gráficos puede generar muchos hits pero pocas visitas reales.

La publicidad se paga por impressions por unidad de tiempo. Esto es una medida más cercana al número de visitas a un sitio web.

HOME PAGE (página de inicio o principal).— Página inicial que aparece cuando se accede a un servidor de páginas web.

HOST (sistema central).— Ordenador que permite a los usuarios comunicarse con otros sistemas centrales de una red.

HOSTING.— Servicio de alojamiento de las páginas web que gestionan empresas especializadas. Las empresas que se dedican a este servicio son como los hoteleros de la red: ofrecen espacio para que otras compañías almacenen cualquier información que quieran que sea accesible por una red, desde sus páginas web hasta la información de su red interna o Intranet.

HOTLINK.— Link caliente. Se denomina de esta forma al enlace muy visitado.

HOT LIST.— Lista caliente. Listado de personas que han respondido favorablemente a una acción de márketing.

HOUSE ADVERTISING.— Publicidad propia. Una empresa aprovecha su propio espacio web para anunciar productos o servicios propios.

HOUSING.— Servicio de alojamiento, conexión, gestión y administración de equipos informáticos.

HTTP.— Acrónimo de HyperText Transport Protocol (Protocolo de Transporte de Hipertexto). Protocolo para mover archivos de hipertexto a través de Internet.

IMPRESSION.— Impresión. Cada impresión corresponde a un usuario que ve una página web con un anuncio o banner publicitario. Para que se contabilice una impresión es necesario que se muestre o descargue la página de manera completa.

INDIVIDUALS EXPOSED.— Número de individuos distintos que han visto una vez la publicidad.

INFOBANNER.— Es un banner que ofrece información en tiempo real al usuario.

INFOMEDIARIO.— Lugar en la red que facilita la entrada a agentes o empresas que, anteriormente, no estaban posicionados en ese sector de actividad; por ejemplo, franchipolis.com dentro del sector franquicias. Los infomediarios, de esta manera, están en condiciones de establecer las bases para la creación de nuevos mercados en torno a los cuales compradores y vendedores, en muchos casos desconocidos entre ellos inicialmente, establecen relaciones comerciales de interés para ambos. El infomediario presenta como valor añadido, su capacidad y habilidad para estructurar la oferta que presenta la red.

INTERSTITIAL.— Anuncio publicitario a modo de página web que aparece de forma repentina entre las páginas que estamos consultando. Es una publicidad a pantalla completa. Intenta recrear el spot televisivo en Internet. El problema principal es la lentitud con la que se descarga. Puede ser considerado por el usuario como intrusivo.

IP.— Acrónimo de Internet Protocol (Protocolo de Internet).

JOINT-VENTURE.— Acuerdo de colaboración entre dos empresas para la creación de una tercera.

KEYWORD.— Palabra clave para tener acceso a una parte restringida de una web.

LAYER.— Botón a modo de pop-up que puede moverse por la pantalla para llamar la atención.

LINK.— Enlace, hipervínculo. Conexión con otro documento web por medio de la dirección URL. Los enlaces aparecen en el texto de un documento web en forma de texto subrayado y de distinto color.

LINK-EXCHANGES.— Intercambio de links. Fórmula mediante la cual se introduce un hipervínculo en tu web que remite a otra y, a cambio, esa otra web realiza la misma acción.

LIST SERVER (servidor de listas).— Sistema automatizado de listas de distribución mediante correo electrónico.

LOG.— Son archivos en los que se recogen las visitas que tienen las páginas de un sitio web.

LOGIN.— Nombre que se usa para acceder a un sistema de ordenadores.

LURKER.— Internauta que practica el lurking.

LURKING.— Actividad consistente en leer mensajes y artículos de foros, grupos de news y listas de distribución sin jamás añadir comentario alguno. Es una forma de investigar el mercado utilizando la red.

M-COMMERCE.— (Mobile Commerce) Comercio electrónico desde el teléfono móvil.

MAILING LIST (lista de correo, lista de distribución).— Lista de direcciones electrónicas utilizada para distribuir mensajes a un grupo de personas. Se usa habitualmente para discutir sobre un determinado tema. Puede ser abierta o cerrada y tener o no un moderador. Si es abierta, cualquier persona puede suscribirse a ella.

MARKETPLACE.— Término creado por John Sviokla, define el lugar en la red donde se producen intercambios comerciales entre diferentes empresas. Nacido por la asociación on line de varias grandes empresas, que pueden llegar a competir off line, por eso es tan importante que desde los inicios del proyecto, todos los socios estén de acuerdo sobre sus objetivos. Los marketplaces son más importantes en algunos sectores que en otros.

MARKETING ONE-TO-ONE.— Una de las enormes posibilidades que proporciona Internet es la interactividad con el usuario, lo que permite conocer de primera mano sus impresiones y adaptar la oferta de sus productos y servicios a su demanda precisa. Acciones de márketing personalizadas.

MÁRKETING VIRAL.— Una estrategia de márketing viral consiste básicamente en conseguir que los usuarios se transmitan los unos a los otros un determinado mensaje, noticia, promoción, evento..., obteniendo de este modo un crecimiento exponencial.

MERCHANDISING DIGITAL.— Material promocional sobre el que se puede aplicar la imagen corporativa. En Internet, bajo este término, quedarían englobados los salvapantallas, fondos de escritorio, postales...

METAMERCADO.— Son todas las aportaciones y soluciones complementarias que rodean al producto, mercado o servicio principal. Tenemos un ejemplo en el sector del automóvil, una web de una determinada manera puede complementar su oferta con servicios financieros, seguros, talleres...

META-TAGS.— Conjunto de códigos del lenguaje html que proporcionan una información esencial acerca de una página web. La mayoría de los motores de búsqueda leen las meta-tags para catalogar las páginas web.

MICROSITES.— Son pequeñas webs independientes, dentro de un sitio, dedicadas a un producto o tema concreto.

MÓDEM.— Término que proviene de las palabras MOdulador-DEModulador. Consiste en un dispositivo que se conecta al ordenador y a una línea telefónica y que permite poner en contacto dos ordenadores.

NAVEGADOR.— Programa utilizado para visualizar las páginas web. Los más utilizados son el Internet Explorer y Netscape.

NETIQUETTE.— Conjunto de normas de comportamiento que rigen una conducta adecuada en Internet.

NETMARKETERS.— Profesionales de márketing exclusivos de la red.

NETWORK (red).— Grupo de ordenadores y otros dispositivos periféricos conectados unos a otros para comunicarse y transmitir datos.

NEWBIE.— Principiante o novato en Internet.

NEWS (noticias).— Tablón electrónico de anuncios. Permite al usuario participar en grupos de discusión mediante el envío de mensajes, o bien sólo acceder a estos grupos para obtener la información.

NEWSGROUPS (grupos de noticias o news).— Anuncios clasificados por grupos y que son accesibles mediante correo electrónico.

NODO.— Ordenador o conjunto de ordenadores que reciben la llamada del usuario y la dirigen hacia el servicio solicitado allá donde se encuentre.

OFF LINE.— Cuando no se está conectado a Internet. Todo aquello que tiene que ver con la vida real fuera de la red.

ON LINE.— Ordenador conectado a la red.

OPT-IN.— Alta voluntaria en una lista de distribución. Es además la acción de notificarle a una empresa u organización que se desea recibir vía e-mail la información que vayan generando.

OPT-OUT.— Baja voluntaria en una lista de distribución.

PALABRA CLAVE.— Palabra contratada por los anunciantes en los buscadores para que cuando el usuario introduzca este término el buscador muestre una referencia correspondiente al sitio web del anunciante.

PASSWORD.— Contraseña alfanumérica necesaria para acceder a un espacio o información restringida.

PATROCINIO.— En el soporte financiero de una página web a cambio de la mención del nombre o producto de patrocinador o la inserción del logotipo. El patrocinio mejora la imagen de marca del patrocinador.

PERMISSION MARKETING.— Es un tipo de márketing basado en conseguir el permiso de los consumidores para enviarles información sobre nuestra empresa, productos y servicios.

POP-UP.— Ventana que aparece sobre la que se está visualizando.

PRECISION MARKETING.— Técnica de márketing que consiste en ampliar el conocimiento sobre los clientes y, en función de dicho conocimiento, personaliza la oferta el máximo posible.

PROTOCOLO.— Lista de comandos estandarizada a la que responde un servidor.

PUERTO.— Lugar donde la información entra o sale de un ordenador, o ambas cosas.

QUICK LINK.— Enlace que permite trasladarse de forma muy rápida. Suele ser una palabra que figura resaltada en una página web y que tras «clickear» sobre ella lleva a otro sitio web o a un micrositio relacionado.

RDSI.— Acrónimo de red Digital de Servicios Integrados.

REACH.— Porcentaje de personas que han visto el banner.

ROAD SHOW.— Cuando una empresa quiere salir a Bolsa o vender un proyecto; es el hecho de realizar una ronda de visitas a compañías de inversión y analistas por toda la nación, o incluso por varios países.

SEARCH ENGINES.— Motores de búsqueda o buscadores.

SERVER (servidor).— Sistema que proporciona recursos (por ejemplo, servidores de ficheros, servidores de nombres). En Internet, este término se utiliza a menudo para designar los sistemas que proporcionan información a los usuarios de la red.

SET (Secure Electronic Transaction).— Sistema que garantiza la seguridad en las transacciones electrónicas.

SITE (sitio).— Lugar en la red. Sitio o página web.

SPAM o correo basura.— Cualquier tipo de e-mail no solicitado.

SPAMMER.— Persona que roba o compra direcciones de correo electrónico sustraídas y remite e-mails no solicitados.

SPAMMING.— Consiste en el envío indiscriminado de mensajes de correo no solicitados, normalmente con mensajes publicitarios.

SPONSORSHIP.— Patrocinio.

SSL (Secure Socket Layer).— Sistema que permite que la información (normalmente datos económicos) viaje encriptada evitándose que puede ser leída. Es el método que permite garantizar una alta seguridad en el comercio electrónico.

START-UP.— Empresa de nueva creación nacida para hacer negocios sólo a través de Internet.

TRACKING.— Seguimiento de la navegación de un usuario al que se le ha marcado con una cookie.

TRAFFIC.— Tráfico. Cantidad y tipo de personas que acuden a un sitio web.

USABILITY.— Todos los aspectos relacionados con la navegabilidad, diseño de páginas, presentación de los contenidos... de una web.

UMTS (Universal Mobile Communication Systems).— Es la tercera generación de teléfonos móviles basados en multimedia e Internet. Permitirán la navegación por Internet y la transferencia de vídeo, imágenes, sonido y texto.

URL.— Acrónimo de Universal Resource Locator (Localizador Universal de Recursos /Identificador Universal de Recursos). Sistema unificado de identificación de recursos en la red. Es el modo estándar de proporcionar la dirección de cualquier recurso en Internet.

VENTANAS FLOTANTES.— También conocidas como pop up windows, son ventanas que se presentan en un navegador nuevo de manera inesperada mientras se está cargando una página solicitada. Hay pop ups interactivos y otros que simplemente ofrecen un hipervínculo.

VENTURE CAPITALIST.— Inversor de capital riesgo.

VIRUS.— Programa que se duplica a sí mismo en un sistema informático incorporándose a otros programas que son utilizados por varios sistemas. Estos programas pueden causar problemas de diversa gravedad en los sistemas que almacenan.

VORTAL.— Un portal vertical. Contracción de las palabras inglesas: vertical y portal.

WAP (Wireless Application Protocol).— Protocolo de Aplicaciones Inalámbricas. Permite recibir en los teléfonos móviles la información exclusivamente de texto de Internet. Sistema de navegación por Internet desde el móvil GSM.

WEB.— Servidor de información WWW. Se utiliza también para definir el universo WWW en su conjunto.

WebCAM.— Cámara de vídeo que se conecta al ordenador y se utiliza para mantener videoconferencias.

WEBMASTER (administrador de web).— Persona responsable del mantenimiento de un sitio web.

WEBSITE.— Conjunto de páginas web que dependen del mismo dominio.

WIRE (Web Internet Resource Executive).— Responsable del comercio electrónico.

WYSIWYG.— Acrónimo de What You See is What You Get (lo que ves es lo que tienes). Técnica que ofrece la reproducción exacta en la pantalla de un texto tal como aparecería después en formato impreso.

WWW.— Acrónimo de World Wide Web (telaraña o malla mundial). Sistema de información distribuido con mecanismos de hipertexto. Es el universo de servidores http, que permiten mezclar texto, gráficos y archivos de sonido juntos.

#