



Diccionario de Marketing

Diccionario de Marketing, Publicidad y
Comunicación Digital realizado por
David Guiu PublicidadMarketingWeb.com



Blog
PublicidadMarketingWeb.com



El Diccionario de Marketing, Publicidad y Comunicación Integral de PublicidadMarketingWeb.com - Septiembre de 2011



Diccionario de Marketing

Diccionario de Marketing, Publicidad y
Comunicación Digital realizado por
David Guiu PublicidadMarketingWeb.com



INDICE

Localiza el intervalo alfabético que corresponde a la palabra que buscas y clicas sobre él para acceder directamente a la página de con su definición o navega a partir de éste índice del diccionario. En la parte inferior de cada página tienes un enlace para retornar, pulsando sobre él, a éste índice general.

AAA-ADT.....	Página 3	LAN-LOC.....	Página 46
ADV-ADV.....	Página 4	LOC-LOW.....	Página 47
ADV-AID.....	Página 5	MAG-MAR.....	Página 48
AMA-ANT.....	Página 6	MAR-MAR.....	Página 49
ANU-ANU.....	Página 7	MAR-MAR.....	Página 50
ARE-AUD.....	Página 8	MAR-MAR.....	Página 51
AUD-AZA.....	Página 9	MAR-MAR.....	Página 52
B2A-BAS.....	Página 10	MAR-MEA.....	Página 53
BBB-BLA.....	Página 11	MED-MED.....	Página 54
BLO-BOO.....	Página 12	MED-MER.....	Página 55
BRA-BUL.....	Página 13	MER-MIS.....	Página 56
BUS-BUZ.....	Página 14	MIX-MUE.....	Página 57
CAB-CAM.....	Página 15	NAT-NEW.....	Página 58
CAM-CEN.....	Página 16	NEW-NOT.....	Página 59
CEN-CIE.....	Página 17	NTI-NUB.....	Página 60
CIN-CLI.....	Página 18	OBJ-ONL.....	Página 61
CLI-COB.....	Página 19	ONL-OUT.....	Página 62
COD-COM.....	Página 20	PAC-PAY.....	Página 63
COD-COM.....	Página 21	PEN-PLA.....	Página 64
CON-COR.....	Página 22	PRE-PLU.....	Página 65
COR-CRA.....	Página 23	PLU-POS.....	Página 66
CRE-CRO.....	Página 24	POS-PRO.....	Página 67
CUE-CYB.....	Página 25	PRO-PRO.....	Página 68
DAF-DEM.....	Página 26	PRO-PUB.....	Página 69
DEM-DIR.....	Página 27	PUB-PUB.....	Página 70
DIR-DIS.....	Página 28	PUB-PUN.....	Página 71
DIS-DOU.....	Página 29	QUA-REA.....	Página 72
DRE-DZZ.....	Página 30	REA-RED.....	Página 73
EEA-ELA.....	Página 31	RED-RES.....	Página 74
EMA-EMR.....	Página 32	REV-RIC.....	Página 75
ENC-ERP.....	Página 33	ROB-RUI.....	Página 76
EST-EST.....	Página 34	SAT-SEO.....	Página 77
ETI-EXP.....	Página 35	SEO-SHO.....	Página 78
FAA-FLA.....	Página 36	SIN-SUP.....	Página 79
FLA-FRE.....	Página 37	TAB-TEA.....	Página 80
FRE-FUN.....	Página 38	TEA-TEO.....	Página 81
GAB-GOL.....	Página 39	TEO-TIP.....	Página 82
GON-GUI.....	Página 40	TIP-TUM.....	Página 83
HEA-HOM.....	Página 41	UNI-VAL.....	Página 84
HOW-HZZ.....	Página 42	VAL-VEN.....	Página 85
IAA-IMP.....	Página 43	VER-VOD.....	Página 86
IND-INV.....	Página 44	W3C-WEB.....	Página 87
JAV-KZZ.....	Página 45	WEB-WEB.....	Página 88
		WEB-WWW.....	Página 89
		YES-ZZZ.....	Página 90

A-AD

Above the line Adversiting . Publicidad realizada en medios de comunicación masivos como televisión, prensa, revistas y radio.

Acción social: Max Webber la definió como "toda conducta en la que el agente/s asocia un sentido subjetivo de la misma. La acción social es teleológica, es decir finalista ya que se emprende en busca de una finalidad. En la publicidad debe ser determinada, interesante para el receptor y aceptable socialmente para que sea valorada. En la publicidad, implícita o explícitamente siempre hay una finalidad; un objetivo. El sociólogo W. Pareto clasificó las acciones sociales en lógicas y alógicas; y se diferencian en que las segundas no indican ni ofrecen inputs al receptor del fin buscado.

Account Supervisor o supervisor de cuentas. Profesional de una [agencia de publicidad](#) cuya misión es mantener óptima la relación con los clientes de la empresa.

Ad Agencies: es como se traduce al inglés " agencias de publicidad "

Ad Agency: traducción de agencia de publicidad del inglés.

Ads: es como se traduce del inglés la palabra anuncios. Por tanto, advertising ads sería "anuncios de publicidad".

Adstock: Ratio publicitario que sirve para calcular el efecto de la publicidad en las compras.

Ads for free. anuncios gratuitos o sin coste. Viene de la traducción de lengua inglesa.

Adult Advertising: es "publicidad para adultos" traducido del inglés. En el caso de que quisiéramos referirnos a los anuncios para adultos en ésta lengua, lo correcto sería Adult Ads.

Advergaming: consiste en utilizar videojuegos para publicitar un producto.

Advertise for free: publicidad gratuita.

Advertiser: anunciante. Su plural es advertisers.

Advertisement: anuncio publicitario en inglés, también abreviado con el término "ad". El plural de advertisement es advertisements (anuncios).

Advertise Here: indicación que aparece por ejemplo en páginas web, revistas, y prensa en la que se indica en lengua inglesa un espacio disponible para publicidad. Su traducción al español sería "Anúnciate Aquí".

ADV-ADV

Advertising and marketing: es como deberíamos escribir y decir en inglés " publicidad y marketing ".

Advertising Affiliate Programs: hace referencia a los programas de afiliados de publicidad, en la que los propietarios de páginas web reciben una compensación económica variable (con diferentes formas de posibles ganancias) por poner anuncios en sus espacios en internet.

Advertising Awards: son los " premios publicitarios "; entre los que destaca el Festival de Cannes de Publicidad.

Advertising Campaign: campaña de publicidad. Su plural es advertising campaigns.

Advertising Certified: Diplomado en publicidad. Diferente al licenciado en Publicidad.

Advertising Cost: coste de la publicidad. Su plural sería cambiando cost por costs. Si nos quisieramos referir al precio diríamos advertising price y si quisiéramos hablar de los precios o tarifas de publicidad; diríamos advertising prices.

Advertising Design: Diseño publicitario en el sentido más amplio del término.

Advertising Efectiveness: Efectividad publicitaria. Habitualmente se mide a partir del ROI o Return of the investment.

Advertising Examples: ejemplos de publicidad o ejemplos publicitarios en el sentido más amplio de los términos.

Advertising for free o Advertising Free: ambos términos son correctos y comparten una misma definición que es " publicidad gratuita ", " [publicidad](#) gratis " o " publicidad sin coste ".

Advertising Graduate: licenciado en publicidad.

Advertising Ideas: ideas publicitarias o que aplicar a la publicidad.

Advertising Intermediary: intermediario publicitario

Advertorial: se trata de la cabecera corporativa en un correo electrónico que, de esta forma, hace de publicidad y consigue mayor notoriedad de las empresas que lo utilizan. Suele incorporar un enlace a la página web del remitente. A efectos de imagen corporativa el advertorial es muy interesante ya que consigue definir una cuidada línea .



ADV-AID

Advisor: del inglés; asesor.

AEDEMO: Asociación Española de Estudios de Mercado.

Afiliado: se trata de una persona física que realiza gestiones para una plataforma web ajena a cambio de una comisión, incentivo o porcentaje de ventas o acciones de terceros. Por poner un ejemplo, es afiliado aquella persona que coloca anuncios publicitarios en su página web a cambio de un incentivo por los clicks de sus usuarios, por las ventas conseguidas a partir de los anuncios mostrados, etc.

Agencia de Medios. A diferencia de una agencia de publicidad, las agencias de medios de comunicación están únicamente especializadas en la decisión, trato y demás variables para poner en marcha un proceso creativo en un medio y soportes de comunicación.

Agencia de publicidad: Empresa que se encarga de la comunicación de una empresa en su especialidad de publicidad en cualquiera de sus ámbitos (publicidad en medios, creatividad, [publicidad directa](#), etc.).

Agencia de publicidad de servicios plenos: son aquellas agencias de publicidad que ofrecen soluciones publicitarias en todas sus facetas y aplicaciones o, dicho de otro modo, servicios de comunicación integral englobando [marketing](#), publicidad, relaciones públicas, social media, etc. Por lo general, las agencias de publicidad de servicios plenos cuentan con colaboradores externos, proveedores, ayudantes...de fuera de la agencia para los servicios que son contratados esporádicamente. Ello les supone contar con una imagen corporativa muy definida y valorada, poder abarcar todas las áreas de la publicidad y la comunicación y ofrecer soluciones 360° -completas- a sus clientes y, por ende, obtener beneficios de todas ellas y mantener "al cliente en casa"; ya que éste no va a necesitar contratar a un tercero para ninguna acción publicitaria.

Agencia de publicidad local: Su definición corresponde a aquella agencia de publicidad cuyo radio de actuación se limita geográficamente a un espacio o territorio. Por ejemplo una ciudad o incluso un pueblo; con lo que en éste último caso podríamos utilizar incluso la definición de microagencia.

Agente Comercial o Vendedor: profesional que puede ser interno o externo de una empresa que se limita a conseguir acuerdos de venta. A éste respecto les aconsejo el artículo [¿El comercial nace o se hace?](#) de la web.

AIDA: Forma en que actúa una promoción en el consumidor. El modelo se forma con las iniciales de sus cuatro etapas: Atención, Interés, Deseo y Acción.

AMA-ANT

AMA: Asociación Americana de Marketing

Ambush Marketing: actividad similar al [street marketing](#) que se realiza en un acontecimiento deportivo y que no implica un patrocinio ni pago económico al organizador del evento con el que no se tiene ningún acuerdo económico ni publicitario. Es legal, aunque el organizador del evento puede abortarlo.

Análisis de cartera: al igual que en el análisis de productos, las empresas deben de realizar estudios, previsiones, valoraciones, estimaciones, etc. del conjunto de sus productos para tomar decisiones anticipándose a los posibles cambios del mercado y adecuándose a las necesidades de los clientes.

Análisis de Costes: es el resultante del estudio de la división de costes fijos y unidades que se suma a los costes variables y al margen de beneficio de las empresa

Análisis de producto: Las empresas realizan análisis de productos para marcarse objetivos, estimaciones y previsiones de ventas, cuotas de mercado, etc.

Análisis de rentabilidad: Las empresas realizan análisis rentabilidad que se dirime entre la diferencia del precio de venta dividido por el coste unitario. Para ser positivo siempre el resultado debe ser superior a uno y, cabe tener en cuenta en el coste unitario los costes administrativos, sueldos, costes fijos (luz, oficina, teléfono). Les aconsejamos el artículo [¿Como se mide la rentabilidad de una empresa?](#)

Análisis publicitario. Estudio de la viabilidad y consecución de objetivos marcados para una acción de publicidad, anuncio o cualquiera de sus variantes que estimará si la pieza es válida. Los estudios de mercado son su máxima representación.

Analítica web: Término propio del [marketing online](#) cuya definición corresponde al proceso de captación de datos de visitas a páginas web que, con datos personales siempre ocultos ya que son privados, presentan unas estadísticas globales que permiten tomar decisiones de marketing. La [analítica web](#) es posible mediante programas informáticos y servicios de servidores web que presentan "resultados" globales. Por ejemplo el número de visitas de una web, países de procedencia, navegador utilizado, páginas web más consultadas, páginas de procedencia, palabras clave por las que el usuario ha encontrado la web y muchos criterios más. Una buena analítica web puede ser clave del éxito de una web ya que los datos nos permiten hacer cambios, mejoras, potencias puntos fuertes, modificar puntos débiles, etc.

Antimarketing: es el marketing que se realiza cuando la demanda es excesiva, no se va a poder cubrir, y tiene como finalidad calmarla o ralentizarla.



ANU-ANU

Anuncio CPC: Son aquellos anuncios de publicidad en internet que "la web" gana un incentivo por cada click recibido y, por tanto, visita interesada del usuario de la web que se dirige hacia la web del anunciante. Debe sus siglas a Coste Por Click, entendiendo Coste como el dinero que le cuesta al anunciante cada click recibido. [Más Aquí](#)

Anuncio CPL o Coste por Lead: Este es aquel anuncio que aparece en páginas web y por cada venta (alta, registro...) que el anunciante consigue, del tráfico recibido generará unos ingresos para el webmaster. Es precisamente de estos anuncios de los que quiero hablar; y en muchos casos no precisamente bien o, quizás mejor dicho de su utilización por parte de empresas de publicidad y de anunciantes. [Más Aquí](#)

Anuncio CPM: Son aquellos en que por cada mil exposiciones del anuncio la página web obtiene un beneficio económico que recibe y ha acordado con el anunciante de un espacio web. [Más Aquí](#)

Anuncio Exagerado: Se denomina del inglés Puffery y es un anuncio que exagera las formas.

Anuncio de Texto: es aquel anuncio de publicidad online que solamente incluye texto e incorpora un link o enlace a la página web del anunciante. Muy utilizado en internet.

Anuncio: Mensaje publicitario que puede emitirse en diferentes medios de comunicación. Un solo anuncio nos es una campaña y para que un anuncio tenga éxito se necesita diferentes exposiciones del mismo.

Anuncios clasificados: son aquellos que mediante un directorio, físico o virtual, encontramos mensajes comerciales clasificados por temáticas, sectores, afinidades, localidades, etc.

Anuncios Pre-Roll: son aquellos anuncios que se muestran antes de un contenido. Por ejemplo aquellos anuncios que se ven antes de ver un vídeo en alguna plataforma de contenidos de vídeos como puede ser YouTube, o aquellos anuncios que intrusivamente se muestran cuando deseamos acceder a una página, y a modo de lo que corporativamente pudiera ser una presentación; muestras un anuncio de publicidad. Es legal, aunque tiene sus muchos detractores, pero hay que entender a los webmasters que decidan incorporarlos para monetizar sus espacios web para que sus usuarios pueden disfrutar la información gratis.

Anuncio en forma de ziz-zag: es un anuncio en papel (revistas, prensa...). Es un anuncio flexible que generalmente permite abrir el papel y modificar su forma en base a un mecanismo de apertura definido. Puede incluir una muestra de producto dentro de él, un pequeño folleto...en inglés se llama ziz zag spread.



ARE-AUD

Área de influencia: es la zona en la que se prevee o se tiene estudiado que nuestra marca, producto, servicio o empresa concentra a una parte importantísima de nuestro público objetivo. Como ejemplo podemos mencionar que el área de influencia de una empresa de venta de productos de alimentación al por menor será el barrio en el que esté. Es un término habitualmente utilizado por las agencias y empresas de [publicidad directa](#) y [buzoneo](#) y un factor decisivo en la preparación de un presupuesto de éste tipo de publicidad; ya que los precios y costes pueden variar mucho dependiendo de la zona de reparto o actuación.

Áreas o Zonas Nielsen: División de España y otros países a nivel mundial que realiza la prestigiosa empresa AC NIELSEN.

Arquitectura de la información: se trata de la estructura de una página web para permitir al usuario encontrar rápidamente la información buscada y poder navegar por ella con coherencia y comodidad. Determina la usabilidad de una web y la correcta forma de encontrar la información, partiendo de etiquetas generales que engloban informaciones específicas. Incluye los enlaces internos que facilitan la navegación por la web. Más en [Diseño Web](#)

Assistant: profesional cuyas funciones y tareas consisten en asistir a cualquier departamento. Suelen ser personas jóvenes, que están adquiriendo experiencia o incluso estudiantes que aún se encuentran en la Universidad y en las que se delega trabajos menores para que poco a poco y con la experiencia ,se convierten en grandes profesionales y van mejorando su posición en las empresas y agencias de publicidad.

Atención: La definición de AIDA se inicia con esta fase. La atención es la fase previa al interés en el sistema AIDA, y es el paso o momento en que el consumidor comienza a interesarse por un mensaje.

Atributos del producto: Suma de los Atributos físicos o intrínsecos de un producto más los atributos externos o identificativos.

Atributos externos o identificativos: Son los que se refieren a la marca, envase o etiqueta.

Atributos físicos o intrínsecos: Entre ellos podemos tener la potencia de un automóvil, el sabor de un helado, la seguridad de un casco, el olor de un perfume...

Audiencia: personas receptoras de un mensaje de comunicación. Es el número de personas o porcentaje sobre el total que ven un medio. La audiencia no nos dice que número de nuestro target group está viendo el medio.

Audiencia Acumulada: es la suma de audiencias alcanzada en diferentes medios y soportes.

AUD-AZA

Audiencia Bruta: es el número de personas que han sido impactadas por un mensaje o anuncio publicitario por lo menos una vez.

Audiencia útil: es la parte o porcentaje de nuestro público objetivo o target group que ha visto nuestra campaña de publicidad.

Audímetro: es el aparato que conectado a un televisor permite realizar la audimetría de audiencias. No todos los televisores lo tienen conectado, solo los panelistas que deberán pulsar un botón para saber su sexo. El audímetro registra datos a partir de los 5 minutos de conexión y se cifra aproximadamente en algo más de 8.000 individuos panelistas conectados que dan un error aproximada de datos de un 2%. La empresa SOFRES es la que se encarga de medir y ofrecer datos de relevancia sobre audimetría.

Audimetría: es la técnica de medición de audiencias de televisión.

Auditing: del inglés, auditoría.

Auditoría: acción de estudio, revisión y corrección de funciones, herramientas, procesos, etc. que realiza una empresa para mejorar o que pueden realizar los organismos oficiales en caso de posibles acciones ilegales e incorrectas.

Autorespondedor: se trata de una aplicación informática que autoenvía un correo electrónico con un contenido definido por su propietario a todos los mensajes recibidos en una cuenta de correo electrónico. Suelen ser gratuitos y son muy utilizados, especialmente por las empresas, en correos electrónicos de petición de información, de solicitud de presupuesto y de alta, registro o suscripción. Su objetivo es mostrar que el correo electrónico ha sido recibido, potenciar la imagen de marca, demostrar que la empresa está interesada en el comunicado de la persona que envía la solicitud, continuar la conversación electrónica y fijar un plazo de respuesta o darla propiamente, y, facilitar otras informaciones (enlaces a páginas web, archivos descargables, contactos varios, etc.)

Autoservicio: unidad de negocio minorista de hasta 120 metros cuadrados. Suelen formar parte de grandes cadenas empresariales; aunque no es obligatorio.

Azafatas: chicas que se encargan de transmitir una imagen de empresa y la representan. No confundir con promotoras. Las azafatas suelen estar presentes, por ejemplo, en stands de ferias, convenciones...



B2A-BAS

B2A: Son las siglas que, del inglés, quieren decir "Business to Administration" y definen a la relaciones empresariales de negocios dirigidas hacia las administraciones públicas como pueden ser Ayuntamientos, Consejerías, Diputaciones, etc.

B2B: Son las siglas que se le da al comercio realizado de empresa a empresa o de negocio a negocio. Viene del inglés de Business to Business.

B2C: Son las siglas que se le da al comercio realizado de empresa a consumidor. Viene del inglés de Business to Consumer.

Baby Boom: Mercado denominado al grupo social aparecido posteriormente a la II Guerra Mundial en Estados Unidos en el que se dispararon los nacimientos.

Backlink SEO: la definición de Backlink SEO es la de enlace entrante utilizado para el posicionamiento de páginas web. Es decir, los enlaces que apuntan a una página web desde otra; referenciándola y en casos aconsejándola o mostrándola como una fuente de información.

Banner: Espacio publicitario de texto o de contenido gráfico que se encuentra en las páginas web. [Existen diferentes programas, gratis y de pago para realizar estos diseños.](#)

El formato de un banner es variable. Los más utilizados son los formatos -en pixeles y tomando como referencia el primer número para el largo, y el segundo para el alto del espacio publicitario- de 468x60 y 728x90 para los banners horizontales, de 120x600 y 160x600 para los banners verticales y también los formatos de 250x250 y 300x250 en su formato cuadrado y "casi" cuadrado muy utilizado en las cabeceras de los artículos.

Banner Advertising: anuncio de publicidad mediante un banner; ver definición anterior.

Bartering: consiste en un cambio o trueque de productos y/o servicios entre dos empresas en el que no intervienen costes económicos en su totalidad, que si pudieran ser parciales si los elementos del intercambio se considerarán y aprobarán de diferente valor. También se considera bartering los programas, microprogramas o retransmisiones en directo realizadas y producidas por una firma publicitaria.

Base de Datos o BBDD: conjunto de información que las empresas realizan para su organización y actividades. Un ejemplo es la Base de Datos o BBDD de clientes, la de proveedores, la de [clientes potenciales](#), la de empresas de la competencia, etc.

Base line: Slogan o rúbrica final de un anuncio.



BBB-BLA

BBB: Teoría de las 3 B's que hace referencia a “Bueno, Bonito y Barato”, frase muy difundida y utilizada tanto por profesionales de marketing como de cualquier hispanohablante.

Behavioral Marketing: Actividad de mercadotecnia basada en el comportamiento del consumidor, cliente o mercado en general.

Belongers: De acuerdo a las tipologías de VALS, los belongers son consumidores conservadores, tradicionales y conformistas.

Benchmarking: se trata de un sistema de interpretación de los procesos llevados a cabo por otras empresas, entendiéndose modelos a seguir, para observar los puntos fuertes y débiles de sus estrategias, actuaciones, actividades, procesos, etc. para adaptarlos, copiarlos, modificarlos, etc. en nuestra empresa.

Beneficio Básico o Basic Consumer Benefit: Es el eje de la comunicación publicitario y es una característica única del producto o servicio publicitado que se ofrece al consumidor. En beneficio debe ser muy bien comunicado en la [publicidad](#) y debe ir acompañado de un Reason Why o Razón de por qué el producto cubre la necesidad del cliente.

Benefits of Advertising: Beneficios de la publicidad; del inglés.

Best Advertising: Mejor publicidad; del inglés.

Best of Advertising: se puede traducir como “lo mejor de la publicidad”.

Best SEO Companies: del inglés, mejores empresas de posicionamiento de páginas web. Término muy utilizado en inglés en [marketing](#) para definir a las empresas profesionales de los amateurs o personas con poca experiencia en seo web.

Billboard: anuncio de publicidad que se realiza en la vía pública y que consiste en un cartel de grandes dimensiones. Billboard advertising sería, del inglés, la publicidad hecha en un billboard o en un cartel de gran tamaño (toda la fachada de un edificio; por ejemplo). Su plural sería billboards y billboards advertising. Como muestra de una acción de publicidad realizada con billboards; pueden ver éste [ejemplo de publicidad](#) de Nike y es uno de los tipos de publicidad exterior que podemos también incluir como ejemplos de [marketing de guerrilla](#).

Black Hat SEO: se trata de utilizar técnicas fraudulentas para engañar a los buscadores que, por lo general, detectan estos intentos de engaño y penalizan a las páginas web que las utilizan; incluso haciéndolas desaparecer de los resultados. Lo contrario, es decir las técnicas correctas de optimización de páginas web se llama White Hat SEO en un juego de palabras

BLO-BOO

entre "lo malo y oscuro" que sería el Black (negro) Hat SEO y lo "correcto y bueno"; el White (blanco) Hat SEO.

Blog: Debe su nombre al llamado cuaderno de bitácora que se utiliza en los barcos que se suele actualizar diariamente; ya que blog en inglés es diario. El blog es la aplicación de éste diario, que puede ser personal de noticias, etc. que se publica en internet y puede tener fines comerciales o no. La mayoría de las empresas, sobretodo las agencias de publicidad y marketing, tienen su propio blog de actividades, noticias, artículos...Una de las posibilidades, habitualmente utilizadas por los blogs es permitir los comentarios a las entradas o posts y hay muchas páginas en internet con apariencia web que realmente son blogs convertidos a weblogs (mezcla de ambas). Se pueden crear con programas CMS. Esta web también tiene su [blog de publicidad](#)

Blogesfera: es lo que podríamos definir como "el mundo" de los blogs y podríamos también llamar Bloggalaxia, Mundo de los Blogs, etc. y otras muchos sinónimos que definen el conjunto de blogs interconectados a partir de internet.

Blogroll: es un apartado de los blogs en el que podemos poner los enlaces preferidos a las páginas web que nos interese.

Body Copy: es el texto que se incluye en un anuncio. Puede ser escrito u oral; dependiendo del medio en el que se reproduzca el anuncio en cuestión.

Boca a Boca: Se trata de una comunicación verbal entre dos personas o entes. Por tanto se trata de mensajes directos, con posibilidad de respuesta, que además se pueden propagar viralmente y que, en caso de tratarse de dos personas conocidas o amigos, suelen tener mayor credibilidad y por tanto fuerza e importancia. Potenciar el boca a boca es tarea del marketing llamado boca a boca para fomentar la viralidad y credibilidad de un mensaje.

Boletín Corporativo: Documento que envían algunas empresas a sus clientes para mantenerles informados de novedades y/o últimas noticias del sector. Son habitualmente enviadas por e-mail o por correo postal. Es un buen elemento para fidelizar al cliente y recordarle nuestra existencia. También se denomina Newsletter y su plural es newsletters.

Boletín de noticias: a diferencia del anteriormente comentado boletín corporativo, el [boletín de noticias](#) se envía a los usuarios de los servicios de una empresa o ente, pudiendo ser por ejemplos los usuarios de un blog, de una web, de un foro de internet, etc.

Bookmarks: se trata de páginas web en las que podemos incluir nuestras páginas favoritas a modo de enlace directo. También llamadas marcadores sociales.



BRA-BUL

Brainstorming: proceso de creación de ideas que traducido del inglés vendría a ser “Tormenta de ideas”. Desarrollado por Alex Osborn. Consiste en una reunión de grupo en que cada persona espontáneamente dirá sus ideas, buscándose cualquier opinión pese a extraña o descabellada que pueda parecer inicialmente ya que se basa en que “de una idea mala; puede surgir una muy buena” por asociación y relación. Se trata de que en base a las ideas, “dejar volar la imaginación” hasta encontrar “la buena”. En el brainstorming no hay posibilidad de valoración por parte de los participantes, solo se mencionarán las ideas que suelen apuntarse en un papel y colgarse en la pared para que cada mostrando sus nuevas ideas.

Brand Awareness o Recordación de Marca: se trata del grado de recordación de una marca por parte de un consumidor individual o por un grupo de ellos. Es importante que nuestro consumidor nos recuerde y nos tenga en su mente, lo que se llamaría Top of Mind o posición en su grado de recordación que en definitiva sería la marca, producto o servicio que primero nos/le viene a la mente; por ejemplo en el sector de coches, de chocolatinas, de bebidas de cola, de empresas con una correcta/mala responsabilidad social, etc. Los parámetros son tan amplio como nuestra imaginación nos lo permita.

Brand: del inglés su traducción es marca. Muy utilizado en publicidad sobretodo para denominar a un tipo de campañas de publicidad como son las de marca o Branding.

Branding: campañas o acciones de comunicación, [publicidad](#) o [marketing](#) con la finalidad de transmitir un valor de marca. Viene de brand, marca en inglés.

Brand Properties: [Propiedades de Marca](#) que diferencian una marca en su comunicación.

Briefing: Información que suministra Marketing a Publicidad para la ejecución de una campaña por objetivos (Target o público objetivo Reason Why o razón de porqué, Precios, Canales de distribución, etc.).

Browser: también llamado navegador, es el programa o software informático que permite visitar espacios o webs en internet. Actualmente los browsers incorporan muchas funcionalidades o complementos para mejorar las experiencias de sus usuarios y permitirles realizar muchas acciones extra como marcar sus favoritos, suscribirse a fuentes de información o feeds, capturar páginas, analizar estructuras semánticas de lenguaje informático, conexión directa a marcadores sociales o bookmarks y [redes sociales](#), etc.

Bulk Mail: consiste en un envío masivo de correos electrónicos que puede ser consentidos o no. Es decir, por ejemplo un correo electrónico a una amplia base de datos de una empresa para comunicar un evento o el envío de un boletín de suscripción, por lo que se entendería como correo electrónico permitido; o por los spammers que sería no permitido.

BUS-BUZ

Buscadores: Herramienta de internet que mediante su página de internet permite buscar la información requerida por el usuario. El más famosos y utilizado es Google.

Business Angels: inversores que participan y ayudan a un proyecto en fase muy primeriza de una forma económica para permitir su desarrollo y que recibirán un porcentaje de beneficios cuando el proyecto funcione con normalidad.

Business to Consumer o B2C: actividades realizadas entre las empresas y los consumidores. La publicación online B2Consumer.com es un ejemplo.

Business to Business o B2B: actividades realizadas entre dos empresas o negocios. En publicidad hablaríamos de Business to Business Advertising.

Business Marketing: Término que viene del inglés y se traducción al español es marketing de negocios o empresarial.

Business SEO: Negocio de [posicionamiento de páginas web](#) o search engine optimization.

Buzoneo: Técnica publicitaria que consiste en colocar un folleto publicitario, panfleto, flyer, octavilla o revista en un buzón. Las [empresas de buzoneo](#), también llamadas empresas de reparto de publicidad, son las encargadas de repartir publicidad directa de sus clientes.

Buzoneo Masivo: [buzoneo](#) que se realiza en una zona a todos los buzones que se encuentran en ella.

Buzoneo Selectivo: buzoneo que se realiza a unas solas calles de una zona/ciudad/pueblo, a solo unos buzones (por ejemplo al presidente de la comunidad) u otro criterio de selección y exclusión.

Buzz Marketing o boca a boca: se emite mediante la comunicación de una persona con otra. También se le conoce como comunicación boca a oreja.

CAB-CAM

Cabecera: parte superior de una web o blog en la que suelen incluirse el logotipo de la empresa/web y un elemento gráfico corporativo que diferencie e identifique el espacio web. En la cabecera pueden incluirse otros elementos al gusto de la empresa y su diseño web como gadgets, enlaces de suscripción, feeds, widgets y gadgets varios, etc.

Cadena: se entiende comercialmente como una red de establecimientos propios de una empresa. Un ejemplo son las cadenas de electrodomésticos, las cadenas de supermercados e hipermercados, etc.

Cadena de Valor: popularizado por Michael Porter en su libro Competitive Advantage: contrasting and sustaining superior performance, la cadena de valor es un modelo que describe las facetas y evolución de los procesos realizados por las empresas y es muy importante para su [planificación estratégica](#).

Caducidad de una promoción: momento en el cual expira la vigencia de una promoción y por tanto, punto en el que se da por finalizada.

Campaignability: Define una creatividad que puede ser aplicada a diferentes medios y/o soportes.

Calidad: Grado de perfeccionamiento y usabilidad de un producto que marca el mercado y la comparación con los productos de la competencia.

Cambio Cultural: Evolución cultural que modifica los actos, hechos, valores, creencias y/o las raíces culturales de las personas y afectan directamente a las empresas, los productos y los servicios

Campaña de publicidad: Acción de actividades publicitarias comunes y relacionadas con una duración determinada.

Campaña paraguas o Campaña Umbrella: Es la campaña que se realiza para diferentes productos o marcas.

Campaña SEM: se trata de las acciones publicitarias de las empresas que tienen una página web y pagan por aparecer en los primeros lugares de los buscadores con enlaces patrocinados. Las campaña SEM más conocidas y utilizadas son las realizadas a partir de Google Adwords. [Son parte de marketing online](#)

Campaña SEO: acción de promoción o publicitaria que se basa y sigue una estrategia de posicionamiento web y [optimización de una web](#) globalmente o de una página concreta.

CAM-CEN

Campañas Globales: acciones publicitarias internacionales en las que se utiliza la misma creatividad. Son utilizadas por multinacionales con presencia en muchos países, que en muchos casos invierten grandes sumas de dinero en la contratación de una figura mediática o actor, deportista, modelo, etc. de fama internacional; pero a su vez ahorran dinero en creatividad puesto que un mismo anuncio sirve comúnmente para su emisión en muchos países debidamente traducido al idioma de cada uno de ellos.

Canal de distribución: se trata de los circuitos necesarios para poner un producto a disposición de los clientes y consumidores que emplean las empresas. Cuanto más amplio sea un canal de distribución, es lógico pensar que habrá más posibilidades de ventas, y cuanto más largo es normal que un producto encarezca su coste final.

Capacidad de Análisis Publicitario: es la aplicación de conocimientos que dan la posibilidad de estimar, medir y prever los resultados de una acción publicitaria

Capitalización: Rentabilizar una acción con otra diferente.

Career in Advertising: estudios universitarios especializados en publicidad.

Carteles o Cartelería: Elemento gráfico de PLV que se coloca en paredes y muros de amplias dimensiones para captar la atención del consumidor. La cartelería consiste en la pegada de carteles que realiza una empresa de reparto de publicidad. [Más y Ejemplos](#)

Cartera de negocios: es el conjunto de productos y servicios que las empresas ofrecen a los consumidores y su fuente de ingresos.

Cartera de productos: Son aquel o aquellos productos que ofrecen las empresas al mercado. También puede denominarse gama de productos de una empresa.

Cash and Carry: comercio mayorista dirigido a minoristas.

Casting: Es el proceso de selección de personas o actores que van a formar parte de un anuncio de publicidad. También utilizado en términos cinematográficos.

Cell Phones Advertisements: anuncios publicitarios a partir de terminales móviles; por ejemplo los anuncios o campañas de SMS.

Censo: es el conjunto de la población y, en marketing, podemos también utilizarlo como la encuesta realizada al total de la población y poder tanto demostrativa de su conocimiento, experiencia, etc.

CEN-CIE

Central de compras: son aquellas empresas o parte de una empresa especializada, a partir de las cuales se canalizan y focalizan todas las compras de una o varias empresas.

Centrales de medios: al igual que en las centrales de compras, las centrales de medios se especializan en la contratación y venta de espacios publicitarios a los medios. Es lógico pues de esta forma se unifica o simplifica para los medios lo complicado que sería tratar con cada agencia de publicidad y/o anunciante. Las más importantes son Carat, OMD, PHP y Media Planning. Las negociaciones son parte de su beneficio, además de sus honorarios (aprox 0,5 a 1,5%) además de los períodos de pago marcados que suelen ser de 90 a 120 días mientras ellos suelen ingresar a períodos mucho más cortos.

CEO: la definición de CEO deriva del inglés y de las siglas de Chief Officer Executive. El CEO es la persona con más autoridad de administrativa y de gestión de una empresa, por lo que su función y correcta toma de decisiones es muy importante para las empresas. Creemos que muchas personas utilizan el término CEO sin conocer exactamente cual es su definición.

CESP: es el comité científico de soportes de Francia.

Chat: Es una comunicación realizada mediante internet en la que por lo menos dos personas interactúan, convirtiéndose ambos en emisores y receptores de mensajes. La charla, palabra de la que deriva el término chat puede ser mediante un intercambio de mensajes de texto o utilizando el videochat, para el que será preciso contar con una video cámara.

Cheap Advetising: [Publicidad](#) barata.

Cheap Search Engine Optimization: definición que proviene del inglés y que hace referencia a las acciones de optimización de una página web para que esté preparada adecuadamente para aparecer en los resultados de los buscadores de una forma económica o barata.

Ciberespacio: término utilizado y muy divulgado para definir al mundo de los ordenadores. También llamado ciberesfera, ciber mundo y similares acrónimos.

Ciclo de Vida de un Producto o CVP: Se trata de una herramienta para reconocer el desarrollo y el volumen de ventas de un producto que como un ser vivo nace, se desarrolla y finalmente desaparece.

Cierre: se habla de "cierre" o de "[cierre de una venta](#)", en el momento en el que el vendedor consigue la firma o pago de un cliente; es decir la aceptación a una propuesta de venta/comercial. Es una de las fases del proceso de ventas; que no la última aunque muchos pudieran pensar erróneamente que si.



CIN-CLI

Cine: el cine es un medio de comunicación de masas (Above The Line o ATL) que sigue vigente, aunque no está exactamente en uno de sus mejores momentos debido a la bajada de asistencia de público debido a la piratería de películas realizada a partir de internet y a la crisis económica. El primer cine se creó en París y es un invento de los hermanos Lumière de 1895. Una característica de la publicidad en cine es que los espectadores están muy atentos a ella y es muy segmentable en función del tipo de público; lógicamente relacionado con la temática de la película (infantil, drama, intriga, juvenil...)

Claim: Rúbrica publicitaria también conocida como titular o slogan.

Classified Advertising: Anuncios de publicidad clasificados, lo que en España y en español se conoce tradicionalmente como "los clasificados". Son anuncios que se encuentran clasificados por temáticas y que habitualmente se comercializan por módulos o caracteres.

Click o Clickear: es la acción de pulsar sobre un banner o enlace de una página web. Por ello, es preciso el interés del usuario en conocer a qué información va acceder realizando este movimiento. Por ejemplo ver la publicidad de una empresa de automóviles, disponer de una información para un crédito bancario, leer las últimas noticias y novedades del sector económico mundial o ver un vídeo promocional de una empresa de compra-venta de productos por internet.

Click Rate: es el ratio o porcentaje de anuncios en los que los usuarios de una página web o servicio de permission marketing hacen click o pulsan en el anuncio. El click rate no asegura el visionado real del anuncio enviado, ya que muchos usuarios pulsarán la casilla de verificación que iniciará la posibilidad de ver el anuncio pero abandonarán temporalmente la página que la muestra, consumiendo el tiempo necesario para su validación, continuando su actividad con otras páginas abiertas en su navegador o browser.

Click Stream: término muy utilizado en analítica web, que a sirve muchísimo para la toma de decisiones de marketing de determinados negocios que tengan un sitio web ya que el Click Stream es el circuito de páginas que un usuario ha seguido hasta llegar a la nuestra. Obviamente éstos datos servirán para ver qué acciones tomar, si anunciarse o no en las páginas que componen el circuito de Click Stream; ver resultados y evaluar posibilidades, etc.

Click Trought Rate o CTR: Porcentaje de personas que después de abrir un mail enviado en una campaña de mailing (Open Rate) hacen click y entran en la página web propuesta.

Cliente Potencial: Persona que tiene la posibilidad de adquirir o usar un producto o servicio.

COD-COM

Codificación de un mensaje: es la transmisión de un mensaje de comunicación mediante palabras, imágenes, fotografías, colores, sonidos, etc.

College Advertising: Universidad de Publicidad.

Commercial: del inglés, termino referido a publicidad televisiva (TV Advertising).

Communications Provider: del inglés; proveedor de comunicaciones o sistemas de comunicación. Puede ser de una empresa, de una familia, de un hogar, de una organización...

Community manager: También llamado Social Media Manager, el Community Manager es el profesional de una empresa cuyas funciones sean gestionar, potenciar y fomentar la actividad e interactividad entre los usuarios de una comunidad virtual.

Company SEO: Compañía o empresa especializada en posicionamiento de páginas web.

Competencia: Son las empresas o entes que tienen como los mismos objetivos de venta que una empresa, y que su producto puede ser un substitutivo del nuestro en el proceso de compra. [Marketing](#), [publicidad](#), [marketing online](#) y [publicidad en internet](#) no deben de faltar entre sus conocimientos así como gran facilidad para las relaciones públicas y actividades periodísticas "todo terreno".

Competidores: Son las empresas o entes que tienen como los mismos objetivos de venta que una empresa, y que su producto puede ser un substitutivo del nuestro en el proceso de compra.

Comportamiento: forma de actuar de una persona o empresa.

Comprobantes de emisión: son datos que tiene la empresa sobre la realidad de la emisión en televisión de todos los anuncios contratados. El dato "comprobantes" podría ser utilizado en otros medios con su terminología de medición; por ejemplo comprobante de difusión para radio, comprobante de publicación para prensa y revistas, comprobante de distribución para una campaña de buzoneo, etc.

Comunicación Comercial: de acuerdo con la definición de Comunicación, además el emisor desea conseguir una venta.

Comunicación Integral: Gestión de toda la comunicación de una empresa (Marketing, Publicidad, RRPP, Imagen Corporativa, Relación con los medios de comunicación, Patrocinio, etc.).



COM-CON

Comunicación: proceso de transmitir un mensaje por parte del emisor que mediante un medio o medios lo hará llegar al receptor.

Comunidad: Conjunto de personas que forman un grupo y que en [redes sociales](#) recibe la terminología de comunidad.

Concept Board: Ilustración que contiene elementos creativos y por tanto de comunicación publicitaria.

Concepto de Comunicación: Ideas que se desea transmitir al consumidor.

Condicionantes del precio: existen tanto factores externos como internos que condicionarán los precios de los productos de las empresas o de los usos de los servicios. En cuanto a los factores externos los más importantes son el mercado y la competencia, los distribuidores y el marco legal. En cuanto a factores internos de las empresas tenemos las actividades de marketing, el personal, los costes fijos y variables administrativos, etc. y el ciclo de vida del producto.

Consultor SEO: como su propio nombre indica es el título que recibe la persona especializada en [posicionamiento web](#) y que es capaz de desarrollar proyectos y estrategias de posicionamiento web, y solucionar y atender consultas sobre éste tema.

Consumer: del inglés, consumidor.

Consumer Benefit: Beneficio que se ofrece al consumidor en un a comunicación de publicidad.

Consumidor a Consumidor o C2C: actividades realizadas entre dos o varios consumidores directamente aunque en el caso de internet; puede haber una web o empresa de internet que facilite el intercambio y por lo habitual reciba sus incentivos de mediador.

Consumidor: Persona que tiene la posibilidad o adquiere o usa un producto o servicio.

Consumo: Compras realizadas por el mercado.

Consumo Económico: Es aquel que el mercado realiza dando máxima importancia al precio.

Consumo Racional: Es aquel que el mercado realiza dando máxima importancia a características intrínsecas de un producto.

CON-COR

Consumo Simbólico: Es aquel que el mercado realiza dando máxima importancia a aspectos, emocionales y psicológicos de un producto.

Contrabriefing: Es la información que transmite la agencia de publicidad a [marketing](#) en la que no está de acuerdo con la información facilitada en el briefing.

Control de accesibles e inaccesibles: se trata de dos términos utilizados en los repartos de publicidad tipo buzoneo que no necesariamente estarán incluidos en los presupuestos y precios base de una distribución. Es decir, pueden implicar un coste añadido como elemento de información adicional y seguridad de un reparto. Se refiere a la anotación portería por portería, calle por calle, número a número...de todas las incidencias que han repercutido en no poder colocar un [folleto publicitario](#) en los buzones de los vecinos de un edificio o casa. Lo que se suele anotar y posteriormente mostrar al contratante del buzoneo son las porterías en las que no se pudo dejar el folletos; indicando el motivo que pueden ser varios como "etiqueta de no correo comercial" , "no nos abren", "el portero indica que no se desea publicidad", "se nos indica dejar los [folletos](#) en un lugar diferente al buzón" y, en algunos casos puede suceder por "vivienda deshabitada".

Controlador: como su propio nombre indica, un controlador es la persona que realiza un control. Es habitual habitual de la figura del controlador en los repartos de publicidad directa tipo buzoneo ya que estos son los que verifican aleatoriamente porterías y la colocación de los folletos publicitarios en las empresas de buzoneo profesional. Es importante que una empresa de buzoneo cuente con estos controles y, por ende, con los controladores de publicidad. Los controles deben ser presenciales.

Convenio de Publicidad: Convenio de trabajo para todos los profesionales de una agencia de publicidad o empresas relacionadas con una actividad económica dedicada a la [publicidad](#).

Coolhunter: del inglés, cazador de tendencias. El coolhunter es un profesional del marketing y/o publicidad cuya misión es realizar estudios de tendencias, cambios de tendencias y modas relacionadas con el consumo de productos, servicios, ideas...

Cookies: es la información que, puede ser permitida o no, un visitante de una página web envía informáticamente a la web. Las cookies pueden ser deshabilitadas en los navegadores.

Copy Plan: Plan de creación de la Estrategia Creativa.

Core Target: El centro o corazón del público objetivo o target group.

Corporate Advertising: la traducción al castellano sería publicidad corporativa.



COR-CRA

Correo Directo o mailing: comunicación comercial o corporativa enviada por las empresas mediante correo postal. Existen muchas empresas que utilizan éste tipo de comunicación y muchas empresas que dan estos servicios profesionales.

Correo Electrónico o e-mail: es el intercambio de mensajes a través de la red que a su vez, también se denomina "mail" y toma éste nombre tanto para el mensaje como para el "recipiente" que los recibe y almacena.

Cortafuegos: programa de protección informática que no permite el acceso indeseado a una red por parte de otras.

Cortometraje: producción audiovisual de duración inferior a una película. Entre ambos encontraríamos al mediometraje.

Coupon Advertising: es la publicidad realizada mediante folletos, vales descuentos o "cupones"; uno de los tipos de [publicidad directa](#) más utilizados y con mejores resultados a corto espacio de tiempo ya que incentiva los procesos de compra, a precios reducidos, o prueba gratuita. Se suelen repartir en mano o tipo buzoneo.

CPA Advertising: es el incentivo o dinero que paga un anunciante a una página web por las ventas o "acciones" realizadas a partir de anuncios tipo banner o texto. La definición corresponde a la abreviatura de Cost Per Action (coste por acción) Advertising ([publicidad](#)).

CPC Advertising: es lo mismo que CPA Advertising pero no implica una acción, sino un a solicitud de ver el anuncio o "click". Es la definición de la abreviatura del término en inglés Cost Per Click (coste por click) Advertising (publicidad).

CPC o Coste por Click: es el dinero que paga un anunciante a una página web y a sus administradores por cada click recibido.

CPL o Coste por Lead: es el dinero que paga un anunciante por cada venta o registro en su web a la página de internet en la que ha colocado su anuncio.

CPM o Coste por mil: es el dinero que paga un anunciante a una página web por cada mil exposiciones de su anuncio.

Cracker: se trata de la persona o intruso que accede a un ordenador ajeno sin su autorización. Los sistemas antivirus suelen incorporar herramientas para impedir a los crackers sus actos ilegales, aunque es de sobras conocido por todo el mundo que se trata de verdaderos genios informáticos y en ocasiones es difícil "pararlos".

CRE-CRO

Creative advertisements: anuncios de publicidad creativos.

Creative advertising: publicidad creativa, original, diferente y que destaca por una buena idea y ejecución de la misma; siempre dirigida a cubrir los objetivos de marketing.

Creativo: profesional que se encarga de la creatividad de los anuncios de la agencias de publicidad. La creatividad está relacionada con la creación y la inventiva de pensar cosas nuevas, diferentes y originales. La creatividad es una parte importantísima en la publicidad y debe siempre ir ligada a un proceso creativo basado en los objetivos del [plan de marketing](#) y de comunicación. Dicho de otra manera, adaptarse al producto, cliente o target y características del mercado.

CRM o Customer Relationship Management: Modelo de gestión basado en la relación con los clientes. También es el software o programas informáticos utilizado para la gestión administrativa enfocada a los clientes.

Concurso: son microprogramas donde el contenido, premios y participación de la audiencia gira entorno al participante o anunciante y en los que se participa para conseguir un premio que puede ser monetario o no. Los premios de los concursos están sujetos a ser declarados como aumento de beneficios en la declaración de Hacienda; por lo que los premios conseguidos son brutos.

Content Scrambling System o CSS: está relacionado con el diseño gráfico de páginas web y la programación de las mismas. Se trata de lenguaje informático en XML o HTML para definir las hojas de estilo de una página (botones, maquetación, arquitectura de la información, pestañas dinámicas, cursores, capas, barras de desplazamiento, cabecera/diseño/imagen, etc.) . Es el más utilizado y con unos acabados de diseños visuales, que es lo que definitivamente podemos visualizar desde una dirección web -aunque podríamos ver el código en formato texto alfanumérico entrando en el código fuente de la página-; muy buenos y actualmente valorados.

Crawlers: es como se llaman en inglés a las arañas web de los buscadores que rastrean las páginas web en busca de información para un correcto [posicionamiento de las webs](#) en sus resultados.

Crowdsourcing: se trata de la externalización de un servicio a través de una oferta a una gran masa de personas. Es decir, por ejemplo se trataría de un servicio de crowdsourcing aquel que un free-lance ofrece a través de una plataforma tecnológica de contratación de servicios específicos (diseño, posicionamiento web, creatividad, marketing, asesoramiento,



CUE-CYB

[coaching](#), etc.) a cualquier cliente de la plataforma sea cual sea su lugar de residencia en el mundo. En la era de la globalización y del auge de las nuevas tecnologías que vivimos; el crowdsourcing es cada vez más una forma de trabajo eficaz para muchos especialistas.

Cuenta de Explotación: Las empresas llevan controles económicos que les permiten comparar períodos de tiempo. Eso es una cuenta de explotación.

Cuota de Mercado: parte del mercado en la que una empresa incide (...vende, controla, se quiere dirigir, etc.) o se desea incidir.

Cuña: es un anuncio de publicidad en radio. Las cuñas de radio suelen tener una duración de 15 a 50 segundos.

Customers: del inglés; clientes.

Customer Relationship Management o CRM: Modelo de gestión basado en la relación con los clientes. También es el software o programas informáticos utilizado para la gestión administrativa enfocada a los clientes.

Cyberataque: término que se emplea para denominar un ataque informático de una red, organización o individuo a una red informática, página web, etc. También se denomina y utiliza el término ciberataque.

Cyber Cash: se trata de dinero virtual que lógicamente se creó para evitar los posibles riesgos de los pagos a partir de internet y evitar estafas a éste respecto.

DAF-DEM

Dafo: Sistema que toma su nombre de las iniciales de los parámetros que la componen: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de las empresas, marcas, productos, servicios...

Data Warehouse: Almacén o almacenamiento de datos enfocado a un criterio empresarial (administrativo, hacia los clientes, interno, hacia las [ventas](#)...).

Databases: del inglés, bases de datos.

Datamining: se trata del estudio de informaciones que provienen de bases de datos amplias y mediante los que se pueden desarrollar avanzados sistemas de marketing, planificaciones y toma de decisiones de todo tipo.

DBMS: las siglas provienen del inglés de las palabras database management system y son sistemas de gestión de base de datos.

Deceptive Advertising: es lo que en castellano conocemos como publicidad engañosa.

Decisión de compra: Es el acto que nos lleva e impulsa a adquirir un producto o servicio.

Definiciones de Marketing: las definiciones de marketing, más en concreto de los términos que se utilizan en marketing, mercadeo o mercadotecnia, son las que componen un [diccionario de marketing](#) que, por lo tanto, tienen como función enriquecer el vocabulario de los profesionales de marketing para conocer el significado de palabras utilizadas en su sector y dotarles de unos conocimientos añadidos; pues el conocimiento del significado de los diferentes conceptos utilizados les serán de valor para poder combinar técnicas y desarrollar su actividad profesional con los máximos conocimientos y posibilidades.

Definition of Advertising: definición de publicidad en inglés.

Definition of Marketing: definición de marketing en inglés.

Degustaciones: actividades promocionales que tienen como finalidad dejar probar un producto alimenticio a un cliente para fidelizarlo rápidamente, permitiéndole una prueba directa que le haga conocer en primera persona el producto y acelerando sus posibles repeticiones de compra. Es una técnica de publicidad below the line que permite grandes ahorros en medios de [publicidad convencional](#) Above The Line.

Demanda: Es la cuota de solicitudes de un producto o servicio que puede ser estimado o analizado pre y post lanzamiento del mismo.



DEM-DIR

Demostraciones: actividades promocionales que tienen como finalidad dejar probar el producto a un cliente, indicándole cual es el procedimiento de uso adecuado. Por ejemplo una demostración del uso de una nueva batidora, de un automóvil...

Desarrolladores: personas o profesionales informáticos que crean un espacio web o aplicaciones que se puedan utilizar en internet como pueden ser la propia web, widgets, gadgets, banners, hojas de estilos CSS, plantillas, etc.

Descarga o Download: se trata del acto de transferir de un ordenador a otro un programa, herramienta, documento...a partir de la red electrónica que conforma internet de una forma sencilla y, a veces, segura.

Descremación Lenta: Estrategia de marketing de introducción de un producto en el mercado basada en bajos niveles de promoción y altos de precio para recuperar rápidamente la inversión, captar la atención y dar una imagen de alta calidad.

Descremación Rápida: [Estrategia de marketing](#) de introducción de un producto en el mercado basada en altos niveles de promoción como de precio para recuperar rápidamente la inversión, captar la atención y dar una imagen de alta calidad.

Development: del inglés; desarrollo.

Digital Advertising: Es el término que en español definimos/traducimos como Publicidad Digital y hace referencia, lógicamente, a la publicidad utilizada en medios y soportes digitales.

Difusión: es la medida que mide el número de ejemplares de prensa escrita que vende un soporte. Los datos, para ser fiables, deben haberse cuantificado a partir de la Oficina de Justificación de la Difusión; también conocida por sus siglas OJD.

Dinámica de grupo: Estudio de mercados que sirve para descubrir las opiniones y presunciones culturales de las personas y la imagen de las empresas y los productos.

Díptico: [folleto de publicidad](#), propaganda o informático que tiene dos pliegues, conformando dos caras o partes para transmitir un mensaje de comunicación.

Dirección de Ventas: Es una actividad de marketing de la que se encarga un profesional que se ocupará de la planificación, organización, administración y control de los sistemas comerciales dirigidos a aumentar o mantener las ventas de una empresa.

DIR-DIS

Dirección estratégica de marketing: recibe la definición de las diferentes actividades relacionadas con la estrategia de marketing que son pensar por que estrategia nos vamos a decidir, ponerla en marcha y realizar su seguimiento. Siempre la dirección estratégica de marketing debe estar pensada para alcanzar los objetivos marcados y cumplir con la definición de marketing.

Direct Mail Advertising: cuando hablamos en inglés de direct mail advertising, nos estamos refiriendo en español a la [publicidad directa](#) enviada por correo postal; también conocida como mailing. El mailing se hace direccionadamente (enviado con una dirección postal y destinatario que se adquiere de bases de datos propias o de compra), y no es una publicidad distribuida masivamente y sin dirección como si es el buzoneo masivo.

Direct Marketing: del inglés; marketing directo.

Direct Response Advertising: es lo que traducimos al castellano como publicidad de respuesta directa o publicidad directa.

Director Creativo: profesional que dirige el Departamento de Creatividad de una agencia de publicidad o grupo de [agencias de publicidad](#).

Director de Arte: profesional que dirige en las agencias de publicidad la parte gráfica y artística de los anuncios.

Director de Cuentas: es el profesional que coordina al Departamento encargado de las relaciones entre las agencias de publicidad y las empresas clientes.

Director de Medios: es el profesional que se encargará de coordinar y dirigir el Departamento de Medios de una agencia de publicidad, agencia de medios o central de medios.

Director de Producción: profesional que dirige las actividades y departamento de producción de una empresa.

Directorio: son páginas web en las que se puede encontrar información y empresas sobre temáticas variadas como pueden ser empresas por sectores, ofertas de trabajo, servicios, etc.

Display Dispenser: Dispensador que contiene muestras, [folletos](#) de publicidad, etc. y permite su visualización por parte de los consumidores que pueden verse tentados a recoger lo que en ellos se muestra.



DIS-DOU

Diseño web: son aquellas aplicaciones derivadas de las creaciones gráficas y de arquitectura de usabilidad de una página web. Es importante que el diseño de una web, y por ende el diseñador, esté actualizado en la utilización de nuevos programas, aplicaciones, tendencias y conocimiento de la usabilidad y opiniones de los usuarios de una página web para mantenerla al día optimizando su uso y funcionalidad.

Distribución: forma mediante la que se hace llegar un producto desde la empresa fabricante hasta el consumidor. Puede tener varias escalas, pasando desde mayoristas a minoristas o varios intermediarios.

Distribuidor: Toda aquella persona física o jurídica que hace llegar un producto hasta el consumidor final.

DMOZ: Directorio más importante de internet junto al de Yahoo! también conocido como Open Directory Project.

Doblar folletos o doblar reparto: se dice cuando las [empresas de buzoneo](#) reparten más de un folleto publicitario a la vez en cada buzón de clientes diferentes para ajustar costes y presupuestos. Puede ser consentido por el cliente o, en casos, puede no saberlo. Doblar folletos puede afectar al resultado de un acción de reparto de [publicidad tipo buzoneo](#) ya que el receptor tendrá en su buzón dos anuncios como mínimo -puede que otra empresa de buzoneo haya dejado otros folletos, por lo que entonces serían más- y su atención a uno de los mensajes publicitarios, o a todos, puede diluirse.

Documental: representación audiovisual narrada de una parte de la vida como puede ser el día da día de las actividades de una empresa, la realidad de los [procesos de compra y venta](#) en un país, la vida de los tigres de bengala o el mundo del ocio, por citar cuatro ejemplos de los millones de temas sobre los que pudiera tratar éste tipo de información que profesionales periodísticos e informativos básicamente; pueden ofrecer al conjunto de la población, a empresas...

Dominio: es la dirección que una empresa o persona física dispone para su sitio de/en internet. Los dominios existentes son, por ejemplo, .com, .es, .net, .cat, .eu, .org, .mx, .arg, etc. Los dominios caducan y deben ser renovados ya que un dominio no renovado puede dar lugar a que otra persona o empresa compre éste dominio.

Dossier de prensa: material escrito y gráfico que se proporciona a los medios de comunicación y prensa para su posterior gestión y difusión de contenidos.

Double Opt-In: registro en una web que requiere validación de e-mail.



DRE-DZZ

Dreamweaver: marca comercial de un producto de la empresa Adobe, anteriormente de Macromedia, para la creación y gestión de espacios o páginas web en internet. Es de los productos más usados y de más calidad para los fines descritos.

Dublin Core: Meta datos utilizados para describir los contenidos de una web dentro de su estructura interna. Encontramos dentro de los dublin core, por ejemplo, el geoposicionamiento (puntos cardinales), el geo nombre o del inglés “geo placename” y la localización geográfica de la región o geo.region que por ejemplo para esta web es ES-CT correspondientes a España y Cataluña. Forman parte de la optimización de una página web para el [posicionamiento en buscadores](#) y más concretamente de los geo metatags.

Dumping: aunque no está permitido en general, se trata de vender un producto por debajo de su coste en un segundo mercado para eliminar posibles competidores y frenar su crecimiento.



EAA-ELA

E-Book o E-Libro: como su propio nombre indica, se trata de libros en línea que las empresas o profesionales realizan y comparten en internet. Estos tienen como objetivo informar sobre temas concretos, resolver dudas, compartir conocimientos y posicionarse como expertos. Algunos e-books pueden ser gratuitos, con lo que el redactor busca una promoción personal o empresarial, o de pago, con lo que el emisor además de buscar los fines anteriormente comentados también busca un beneficio económico.

E-commerce: viene del inglés de Electronic commerce y se trata del comercio o negocios que se realizan a través de medios electrónicos como internet.

Effective Advertising y Effective Marketing: del inglés, es lo que llamamos publicidad efectiva (con resultados) y marketing efectivo. Habitualmente medimos la efectividad de la publicidad por el ROI

E-Mail Advertising o email advertising: es toda aquella [publicidad](#) que se realiza utilizando el soporte del correo electrónico del medio publicitario que supone internet.

E-mail o Correo Electrónico: es el intercambio de mensajes a través de la red electrónica, internet, que a su vez, también se denomina "mail" y toma éste nombre tanto para el mensaje como para el "recipiente" o correo que los recibe y almacena.

E-mail marketing: acción de [marketing](#) que se realiza y ejecuta por correo electrónico por ejemplo para prospectar o captar clientes, para realizar publicidad, etc.

Elemento emocional: trata de establecer vínculos con inputs relacionados con las emociones de las personas. Son perfectamente aplicables y legales en publicidad y marketing

Estudio General de Audiencias o EGA: Es la entidad que suplió a la ICP de radio. Su función es monométrica (solo radio), diaria, rápida, personalizada internacional y con un control personalizado y permanente.

Eje de la campaña: Pieza creativa o anuncio que transmite los valores de comunicación y se reproduce en los anuncios y en los medios de comunicación.

Ejecutivo de Cuentas: profesional por debajo en cargo que el Director de Cuentas que se ocupará del trato directo con los clientes de la agencia de publicidad y/o marketing y/o comunicación.

Elasticidad de la demanda: implica a las variaciones que sufre la demanda de un producto con los precios, cambio y fluctuaciones de los mismos.

EMA-EMR

E-Mail Marketing: se trata de las actividades de marketing realizadas a partir del envío de correos electrónicos. Hoy en día, la gran mayoría de empresas utiliza el e-mail marketing en su sentido más amplio en alguna de sus tareas; ya sean promocionales, publicitarias, informativas, etc.

E-Marketer: es el profesional que se encarga de las actividades de e-mail marketing en su concepción, creación, usabilidad...ya que no necesariamente quien envía un correo electrónico con fines de marketing podemos definir como e-marketer en aspectos profesionales.

Embalaje: Unidad que contiene diferentes productos de forma temporal. No es lo mismo que el envase. El embalaje el continente que transporta un contenido o mercancía y que es necesario para cualquier transporte. Por ejemplo de un ordenador personal, de una cafetera, una televisión, etc.

Emisor o transmisor: es la persona, grupo de ellas o empresa que pone en marcha un proceso de comunicación, emitiendo un mensaje que llegará a través de los medios a un receptor.

Emprendedor: es la persona que toma una iniciativa y pone en marcha un proceso empresarial.

Empresas de Buzoneo: empresas que dedican sus actividades comerciales a la distribución de folletos de publicidad en buzones o tipo buzoneo.

Empresas de Marketing: empresas que dedican sus actividades comerciales al marketing.

Empresas de Publicidad Exterior: empresas que dedican sus actividades comerciales a la publicidad exterior.

Empresas de Publicidad: empresas que dedican sus actividades comerciales a gestión, organización, planificación, creación, inserción, contratación y/o publicación de anuncios de publicidad.

Empresas de Telemarketing: empresas que dedican sus actividades comerciales a la recepción y/o emisión de atención y llamadas telefónicas.

EMRO: Organización Europea de investigación de medios en la que se reúnen los diferentes estudios generales de medios de Europa.



ENC-ERP

Encapsulación: herramienta informática o programa que permite ocultar datos de otros programas, como por ejemplo bases de datos, accesos a sistemas, productos informáticos, etc.

Encarte: Folleto publicitario de una o más páginas que se adjunta a una publicación. Generalmente usado en los días de máxima venta de la publicación en cuestión y en fines de semana. Es [publicidad directa](#), que suele incorporar muchas ofertas y rebajas para captar la atención e interés del consumidor y conseguir una rápida motivación y decisión de compra.

Encuesta: investigación o estudio que se realiza mediante la formulación y respuesta de preguntas. Son muy habituales las encuestas que realizan las empresas de investigación, estudio y análisis de mercados para las marcas y productos a los consumidores en general o a una muestra de su target o público objetivo. Pueden ser telefónicas, postales, por internet, directas, en el punto de venta, omnibus, individuales, grupales, concertadas, improvisadas...

Encuesta en el punto de venta: es la encuesta que se realiza al público, cliente, consumidor...en una unidad de negocio, generalmente sin previo aviso. las entrevistas en el punto de venta conllevaran las respuesta de unas pocas preguntas o de un cuestionario escrito que, a veces, viene antecedido de la prueba o degustación gratuita de un producto.

Encuesta Omnibus u omnibus survey: encuesta de coste reducidos que se suele repetir en el tiempo (cada semana, cada mes...) y en el que se tratan diferentes temas que van a ser de importancia para diferentes empresas; de ahí que su coste para cada una de ellas sea bajo.

Enlace: es aquella parte del código informático que permite, a partir de una imagen o de un texto, dirigir a un usuario que pulsa o clickea sobre ella con el ratón del mouse a otra página web; quedando de esta forma enlazadas o conectadas.

Entrepreneurship: es lo que en castellano se denomina un emprendedor.

Envase: Unidad que contiene un producto. No es lo mismo que el embalaje.

Equipamiento Auxiliar: Son las pequeñas herramientas que se utilizan en un proceso productivo o administrativo de una empresa.

Equipo pesado: Máquinas y herramientas utilizadas para la producción de un producto.

ERP: Siglas mediante las que se conoce a los programas informáticos tipo Enterprise Resource Planning, y a sus sistemas de información internos de una empresa enfocada a la producción de bienes o servicios y en la relación o feedback con sus clientes.

EST-EST

Estilos de Dirección: Formas determinadas de dirección de una empresa.

Estimular la demanda: conseguir mediante técnicas promocionales que aumente el deseo de compra del consumidor.

Estrategia Creativa: pasos estratégicos que se van a seguir para la creatividad de un anuncio o campaña de publicidad.

Estrategia de marca múltiple: Consiste en utilizar diferentes nombres o marcas para los diferentes productos de una empresa.

Estrategia de marca única: Consiste en utilizar el mismo nombre o marca para todos los productos de una empresa.

Estrategia Win-Win: estrategia de marketing que trata de conseguir que todas las partes ganen, sean empresas, distribuidores, canales de venta y/o consumidores los implicados. Ver artículo sobre [estrategia win-win](#) y ampliar información.

Estrategia: Reglas y pasos que facilitaran decisiones adecuadas y óptimas en cada momento que incluye la filosofía, objetivos, políticas y planes de acción de las empresas. Elemento fundamental en una empresa y para su óptima dirección. Las [estrategias de marketing](#) son fundamentales para cualquier empresa que tenga un producto y desee comercializarlo u ofrecerlo.

Estudios AD-HOC: estudios realizados por los medios unilateralmente para saber aspectos concretos del mercado.

Estudio de la demanda: análisis que sirve a las empresas para realizar una estrategia de precios teniendo en cuenta a la competencia, al mercado en general y a los consumidores.

Estudio de mercado: Muestra de investigación que toma a una parte de la sociedad, o de un target segmentado, para analizar sus reacciones, impresiones, gustos, afinidades..y adaptarlas al producto que para ellos va a ser creado y comercializado. Entre los diferentes estudios o técnicas de investigación de mercados encontramos las encuestas, sondeos, entrevistas personales, reuniones de grupos, test de productos personales...

Estudio General de Medios o EGM: Hasta la fecha el EGM es una entidad no lucrativa que destina su presupuesto anual a investigar las audiencias de los medios, valorando aspectos como conductos, estilos de vida, hábitos de consumo....Se realiza a partir de cuestionarios por hogar y trabajos de campo mediante encuestas. Éstos trabajos de investigación se realizan

ETI-EXP

mediante 40.000 cuestionarios repartidos en tres oleadas de dos meses cada una. Un estudio general de medios puede costar al año perfectamente unos 400.000 €. El coste del mismo lo pagan las centrales de medios, los anunciantes y, aprox. un 75% los mismos medios. Los cálculos los realiza el Centro de Documentación del Estudio General de Medios/Odec-Unitec

Etiqueta: Tiene como función informar y promocionar un producto.

Etiqueta o pegatina de no deseado correo comercial: es la pegatina que una vivienda o bloque de vecinos coloca en el exterior de su finca, o individualmente cada vecino, si no desea recibir correo comercial tipo buzoneo en su buzón particular.

Etiquetas H: forman parte del lenguaje de programación de las páginas web y, mediante ellas, se asigna una importancia a determinadas partes de un texto utilizando la etiqueta H1, H2, H3, H4, H5 y H6 para mostrar a las rañas o robots de los buscadores cuales son los contenidos que deben tener más en cuenta. La etiqueta H1 designa a la parte más importante, por ejemplo al título, H2 será más importante que H3; y así sucesivamente.

E-Tracking: sistema de medición de datos realizado a partir de internet para páginas web, blogs, microblogs, foros, etc.

Event Advertising: se trata de un evento publicitario.

Eventos: Actos o presentaciones que realizan las empresas.

Experiencia en el mercado: conocimientos ya hechos de las actividades, organización, administración y realización de tareas propias de un mercado. Tener experiencia en un mercado permite más posibilidades de éxito y tener menos.

FAA-FLA

Fases de una empresa: Nacimiento, crecimiento o desarrollo, madurez y declive.

Faxing: se conoce como faxing a la publicidad u ofertas enviados mediante un teléfono-fax en formato texto. Es por tanto una aplicación de [marketing directo](#) del que valga recordar que se puede incurrir en la ilegalidad si los envíos de publicidad por faxing no son deseados que, por lo general; no suelen serlo. Publicidad económica pero de muy poca calidad.

Feedback: el feedback es un proceso de comunicación en el que el emisor de un mensaje recibe una respuesta por parte del receptor. En publicidad es muy habitual hablar del feedback; entendiendo que es la respuesta que da un cliente o anunciante a su agencia de publicidad ante sus propuestas, comunicaciones, informes y detalles pre y post campaña.

Feria: conjunto global de exposición de servicios de muchas empresas de un sector o actividad común.

Field Marketing: de acuerdo con la definición facilitada por Aplus Field Marketing Madrid y su Presidente Ejecutivo, Diego Olmedilla, El field marketing, engloba diferentes conceptos que surgieron a través del desarrollo de estrategias asociadas a las actividades de "azafateo" y promoción de cara al consumidor final con el propósito de informar y/o vender, también denominadas como task force , expresión inglesa que se utiliza para designar un equipo formado para conseguir un objetivo específico y que se disolverá ya alcanzado.

Fidelización: Técnica que consiste en posibilitar y adecuar la repetición de una compra y mantenerse unido comercialmente a ella.

File Transfer: transferencia de ficheros entre un ordenador u otro. Requiere de una conexión entre ambos, que puede ser mediante un cable o a partir del uso de las redes electrónicas de internet, entendidas como telefónicas.

Firewall: se trata de lo que sería un sinónimo de lo que en castellano conocemos como un cortafuegos, término que se utiliza para describir a los espacios creados en las montañas sin árboles que impiden, total o parcialmente, la propagación de un fuego. Éste fuego, que traduciríamos como una alarma o peligro; se traduce en internet a un virus, a un acceso no autorizado a un ordenador, etc; por lo que un firewall en informática es "el cortafuegos" que impide estas actividades.

Flash: formato de aplicación informática que permite movimiento de imágenes, haciendo vistosos y atractivos gráficos. Creado y popularizado por Macromedia, ahora Adobe, las páginas creadas en formato flash tiene la particularidad de ser más complicado de posicionar en buscadores pero ser visualmente muy bonitas.

FLA-FRE

Flashes: cuñas cortas de radio de una duración inferior a 10 segundos de tiempo con finalidad de difundir un mensaje de publicidad.

Flash Mob o Flashmob: consiste en convocar, agrupar y organizar a un grupo de personas -incluso por internet-, para que en un momento concreto realicen en un punto una actuación, representación, movimiento, reivindicación o acto comercial conjuntamente. Últimamente se realizan vídeos de street marketing virales tipo [flashmob](#) en muchos países del mundo. Forma parte de las técnicas del [marketing de guerrilla](#) y consecuentemente de tipo de publicidad que agrupa las técnicas no convencionales en medios de comunicación no masivos llamada publicidad below the line.

Floor stand: Elemento de publicidad no luminoso que contiene el producto situado en el hall de un aparador.

Fotograma: unidad de tiempo o imagen en la que se divide un vídeo.

Frame o Fotograma: imagen única que unida una a otra da la posibilidad de percibir una animación con sensación, real o no, de movimiento.

Franquicia: Modelo de negocio que consiste que concede una empresa franquiciadora y que da posibilidad a una persona o ente de trabajar bajo un denominador común, la empresa franquiciadora, beneficiándose de un conocimiento del mercado, imagen, publicidad, clientes interesados, etc. a cambio de una suma económica a la "empresa madre" por un tiempo determinado y área de actuación definida. Pueden ver la [web de franquicias](#)

Frecuencia media: es el promedio de impactos que la población útil recibe al exponerse a nuestro mensaje publicitario.

Free Advertising: Publicidad gratuita.

Freeconomics: economía de lo gratuito y de los productos que podemos utilizar gratis. Muestra de muchos de ellos podemos encontrarla en internet o en los periódicos gratuitos.

Free Advertisement: Anuncio gratis. Si quisiéramos decir en inglés anuncios gratuitos; sería Free Advertisements.

Free Business Advertising: se trata de los anuncios gratuitos de negocios. Podemos por ejemplo encontrar anuncios clasificados en muchas páginas de internet que son gratuitos.

FRE-FUN

Free Classifieds : [anuncios publicitarios](#) tipo clasificados gratis. Los Free classifieds se pueden encontrar en páginas web de clasificados y, si quisiéramos encontrar estas páginas en internet en lengua inglesa o hablar sobre anuncios gratis en internet ; deberíamos decir Free Classified Websites. Un sinónimo aplicable al mundo de internet y a las páginas web sería free online advertisement , free website advertisement o free online advertising.

FreeHand: marca comercial de un producto de diseño de la empresa Macromedia muy utilizado por diseñadores gráficos de todo el mundo para la realización de imágenes vectoriales.

Freeware: programas informáticos gratis o aplicaciones que tienen una licencia de descarga y uso gratuito.

FrontPage: marca comercial de un producto de la empresa Microsoft para la creación y gestión de espacios o páginas web en internet.

FTP: aplicación que permite transmitir archivos de un ordenador a otro, o de un ordenador a una página web o servidor. En inglés se diría File Transfer Protocol (Protocolo de Transferencia de Archivos); de ahí su nombre.

Fuerza de Ventas o Task Force: Acción de ventas que implica a un grupo de personas o agentes comerciales.

Fullfilment: se trata de estrategias de fidelización de clientes en las que por lógica se intenta conseguir una mayor interacción y satisfacción del comprador, usuario...

Función Comercial: Está únicamente relacionada con la [venta](#).

GAB-GOL

Gabinete de prensa: empresa que se encarga de la redacción, gestión y divulgación de contenido y notas de prensa.

Gama de productos: Son aquel o aquellos productos que ofrecen las empresas al mercado. También puede denominarse cartera de productos de una empresa.

Game Advertising: Publicidad de juegos. La publicidad en juegos (por ejemplo de videoconsolas); se llama advergaming

Garantía de audiencia: cuando un medios o soporte se compromete a un número determinado de GRP's, pongamos por ejemplo 300; y no se llega en el período o presupuesto de contratación a ellos, y siguiendo con el ejemplo el anuncio se queda en 270; se emitirá el anuncio hasta alcanzar los 300 pactados. Ello implica y define a la garantía de audiencia.

Gastos de Marketing: Sumas económicas y esfuerzos, económicos y de tiempo, que una empresa debe asumir para conseguir los objetivos de su [plan de marketing](#).

Gay Advertising: anuncios de publicidad y publicidad dirigida a un target group o público objetivo homosexual.

Generación de ideas: es vital para el proceso creativo pero también desde el punto de vista de marketing de las empresas teniendo en cuenta todos los elementos que forman parte de un proceso de comunicación.

Gerente: profesional que ocupa el máximo cargo en una organización de ventas. Tiene por debajo al Director de Marketing, al [Jefe de Ventas](#), al inspector, al delegado, al jefe de equipo y a los vendedores en orden descendente.

GIF: formato de archivo visual de hasta 256 colores con una buena compresión de tamaño, muy utilizado en páginas web y con algo menos de definición que el formato JPG o JPEG. Debe sus siglas a las palabras Graphic Interchange Format; traducido al español; Formato de Intercambio Gráfico.

Global Ad Agency: agencia de publicidad cuyos servicios son globales, entendiéndose como "globales" que se dedica a diferentes especialidades publicitarias como pudieran ser publicidad en internet, spots de televisión, [publicidad exterior](#), [publicidad directa](#), etc.

GoLive: marca comercial de un producto de la empresa Adobe para la creación y gestión de espacios o páginas web en internet.

GON-GUI

Góndola: Lineal con estanterías por ambos lados que se suele encontrar en supermercados, hipermercados, centros comerciales, etc.

Good Advertising: es como se denomina en inglés a la "[Buena Publicidad](#)"; a aquella que nos gusta o tiene unos buenos resultados publicitarios.

Google Adsense: sistema publicitario que permite a los administradores de las webs, blogs, etc. poner anuncios de Google Adwords (ver a continuación) y monetizar éstos espacios y su trabajo.

Google Adwords: sistema publicitario más implantado en internet a cargo de una plataforma de anuncios del gigante tecnológico que reproduce tanto anuncios de texto como de imágenes en páginas web, blogs, microblogs, wikis, etc. adheridos y de texto en su buscador.

Grado de crecimiento de un producto: Es la relativa participación de un producto en el mercado y su evolución creciente o decreciente.

Grandes Almacenes: comercio minorista que vende una amplia gama de productos de diferentes sectores industriales.

Green Advertising: Es lo que en español llamamos Publicidad Ecológica o Publicidad Verde y, lógicamente, es aquella publicidad realizada con fines ecológicos o basada en aspectos relacionados con la ecología.

Gross Rating Points: son la suma de los Rating Points para diferentes horarios y/o días.

Guerrilla Advertising y Guerrilla Marketing: es el tipo de publicidad y el tipo de marketing que en español llamamos con el nombre de Publicidad de Guerrilla y [Marketing de Guerrilla](#).

Guidelines: Pautas que debe asumir la comunicación

HEA-HOM

Headhunter: del inglés, cazador de talentos. El headhunter es el profesional de recursos humanos cuya misión es localizar a personas con talentos desarrollados para una actividad profesional concreta.

Header Tag: son elementos que se utilizan en los títulos o cabeceras de las páginas web; por ejemplo etiquetas H que van desde <H1> hasta <H6>. Ver etiquetas H.

Healthcare Advertising: Es la publicidad relacionada con la salud y empresas vinculadas. Existen agencias de publicidad especializadas en éste tipo de publicidad y la red de agencias de publicidad, comunicación de marketing tipo Healthcare es [Ogilvy CommonHealth Worldwide](#)

Heavy User: Consumidor de fuertes adquisiciones en cuanto a cantidad o gran consumidor.

Hechos: Formas de comportarse.

Hipermercado: unidad de negocio minorista de más de 4000 metros cuadrados. Suelen formar parte de grandes cadenas empresariales; aunque no es obligatorio.

Hispanic Advetising Agencies: es como en inglés diríamos correctamente "agencias de publicidad españolas". Si spanish lo cambiamos por "latin"; serían [agencias de publicidad latinas](#).

History of Advertising: la traducción de esta frase en inglés es Historia de la Publicidad.

Hit: indicador de flujo de tráfico de una página web, entendido como las veces que la página ha enviado a un usuario, a un motor de búsqueda...una imagen, texto o audio en internet. No debe confundirse con el número de visitas ni visitantes; ya que una web puede enviar a la vez, por ejemplo, cinco imágenes, un texto y tres audios más un vídeo. Es un dato poco interesante para el administrador de la página pero si bueno para la empresa que transmite los datos desde sus servidores principales. Es decir para la empresa de hosting.

Home Page: es la página principal o de inicio de un dominio o web y es la que, en la mayoría de los casos, conserva la extensión del dominio sin más añadidos. Por ejemplo en nuestra web la home page, también conocida por su abreviatura "Home"; es www.publicidadymarketingweb.com.

Homeless: Grupo social sin hogar y de muy poco potencial adquisitivo.



HOW-HZZ

How to Advertise: es como una persona nos haría la pregunta ¿ Cómo hacer publicidad ? en inglés.

Hosting: es el servicio de almacenamiento de espacios web, consecuentemente de dominios y de todo su contenido, que empresas dedicadas profesionalmente a ello comercializan y permiten la puesta en marcha y desarrollo de un sitio web.

HTML: Lenguaje de programación informática que toma sus siglas del inglés HyperText Markup Language y traducido al español sería Lenguaje de Marcación de Hipertexto).

HTTP: del inglés, Hyper Text Transport Protocol y se definiría, por explicarlo de una forma sencilla, como el proceso que utilizan los ordenadores para compartir información entre ellos, por tanto las personas o usuarios. Existe también HTTPS el cual deniría al proceso anteriormente comentado pero añade una letra "S" que certifica ser una red segura. Como pueden ustedes ver en las páginas web, las siglas HTTP aparecen antes de las direcciones de los dominios de las páginas web cuando estamos en internet y, por tanto, ejecutamos la proceso indicado. Éste término incorporado en nuestro [diccionario de marketing](#) publicidad podría desarrollarse mucho más por su complejidad.

IAA-IMP

ICP de radio: es una entidad que actualmente ya no existe y que servía para el control de datos de audiencias relacionados con la radio. Actualmente para ello existe la EGA.

Ideas for advertising: es como dice en lengua inglesa a las [ideas de publicidad](#), que, recordemos; la generación de ideas es imprescindible para la creatividad publicitaria que diferencia artísticamente unos anuncios de otros.

Illustrator: marca comercial de un producto de diseño de la empresa Adobe muy utilizado por diseñadores gráficos de todo el mundo para la realización de imágenes vectoriales.

Imagen de marca: al igual que con la imagen corporativa, que estaría más dirigida hacia la percepción y valoraciones de los consumidores de las empresas; la imagen de marca se centra exclusivamente en una marca; no en el conjunto de marcas que pueda tener una empresa. Si una empresa solo tiene una marca; ambas coincidirán bastante aunque no necesariamente del todo; pueden haber ligeras diferencias.

Imagen Corporativa: es la imagen que transmite una empresa o ¿cómo la ven?. Es como la imagen personal de una persona que, lógicamente puede cambiarse, modificarse, empeorar, verse afectada por un hecho, etc...Cuidar la imagen corporativa es parte fundamental en una empresa y una de las principales partes de la Comunicación Integral junto al Marketing y la Publicidad.

Imagen publicitaria: Es el diseño, fotografía ilustración que aparece en un anuncio de publicidad.

Imagen Vectorial: formato de imágenes en códigos matemáticos de programación que definen su color, posición, tamaño, opacidad, brillo...

Infografía: técnica que consiste en transmitir ideas e información mediante gráficos y/o imágenes.

Impacto Visual: Atención recibida por un mensaje de comunicación visual por parte de una persona.

Impactos. Cantidad de recepciones de un anuncio por parte del público en general. Suelen medirse en GRP's o Great Rating Points. Son un elemento estadístico y de cálculo para estimar el éxito de la notoriedad de una campaña de publicidad, aunque no aseguran el mismo.

IND-INV

Indoor Advertising: se trata de publicidad realizada en interiores; como por ejemplo en el interior de un centro comercial, de un hipermercado, etc. Es lo contrario a la [publicidad exterior](#) o [outdoor advertising](#).

Interacción: posibilidad activa de emisión y respuesta de un mensaje o proceso de comunicación por parte de dos o más personas o empresas.

Internet: se trata de una red de conexión entre ordenadores a nivel internacional. **Intranet:** se trata de una página o red interna de una empresa que conectada mediante internet y a partir de ordenadores personales; que permite comunicarse entre los empleados de una empresa y departamentos, con la finalidad de agilizar procesos y poder tener a los empleados comunicados entre sí de una forma organizada; y habitualmente controlada.

Informe Doing Business: Iniciativa que mide regulaciones para hacer negocios y crea oportunidades para emprendedores. Lo regula el Banco Mundial.

Institutional Advertising: es lo que en castellano llamamos Publicidad Institucional

International Advertising: hablamos de international advertising cuando nos referimos a publicidad internacional. La publicidad internacional tiene unos elementos en común que hace que los anuncios sean homogéneos para poder ser emitidos en diferentes países y transmitan un mismo mensaje publicitario e cualquiera de ellos; y suelen aparecer en ellos figuras internacionales como actores, cantantes, etc. famosos.

Interactive advertisement: anuncio interactivo. Es decir, aquel anuncio publicitario en que el público puede interactuar y ser participe de la [publicidad](#). Los conocemos en español como publicidad interactiva. Las agencias de publicidad que se dedican a la publicidad interactiva serían en inglés internet advertising agencies y una agencia de publicidad interactiva; internet advertising agency.

Internet Advertisement: se trata de un anuncio en internet y su plural, en lengua inglesa, es internet advertisements.

Introducción de un producto en el mercado: Es la fase en que en base a un reciente nacimiento del producto, se llevan a cabo las [estrategias de marketing](#) para introducirlo en el mercado.

Investigación de mercado. procesos en los que las empresas recaban información, la analizan y toman decisiones en función de las opiniones de los consumidores utilizando estudios de mercado.



JAV-KZZ

Javascript: lenguaje de programación muy popularizado para la creación de páginas web y mediante el que es bastante cómodo trabajar en el posicionamiento natural en buscadores.

Jingle: Sonidos y efectos musicales que se emiten en un anuncio.

Job Advertising: se trata de un anuncio de una oferta de trabajo. El plural, mediante el que nos referiríamos a los anuncios de trabajo u ofertas laborales sería en inglés job advertisements aunque también se puede utilizar jobs advertising para referirnos a lo mismo.

Join Venture: se trata de la unión de dos o más empresas en un proyecto común, en el que compartirán una inversión y conocimientos para lograr un objetivo común. No es una fusión, ya que las empresas seguirán operando cada una; individualmente pero en el proyecto en cuestión trabajaran juntas.

JPEG: formato de archivo visual de millones de colores hasta 24 bits de espacio y el más utilizado en diseño gráfico y por las empresas que tienen presencia en internet; “la red de redes”. Debe sus siglas a las iniciales de Joint Photographic Experts Group o Grupo Conjunto de Expertos Fotográficos; lo que además define la calidad de las imágenes que se consiguen mediante este tipo de archivos de imágenes.

Know-How: conocimientos y experiencia propios de cada profesional o de las empresas en cada caso particular.

Kötler: Precursor del marketing y una de las figuras más emblemáticas de esta disciplina empresarial.

Te Puede Interesar >>>> [Tipos de Marketing](#) [Noticias de Publicidad](#)

LAN-LOC

Landing Page: del inglés; página de aterrizaje. Se trata de una página individual de una web que se utiliza para dirigir usuarios hacia ésta, ya que está bien posicionada en los buscadores y, por tanto, es una fuerte fuente de entradas.

Layout: Maquetación y diseño de las diferentes partes que componen el anuncio; textos e imágenes.

Líder: persona con la capacidad de motivar, dirigir, organizar e influir en un grupo de personas. En las empresas es importantísimo tener por lo menos un profesional con vocación de líder, capaz de organizar, motivar, llevar a la acción y ejecutar en definitiva actividades para el beneficio conjunto de un grupo en todos sus aspectos relacionados con la empresa.

Life Style: Estilo de vida. Forma de vivir, incluye hábitos, conducta...Las empresas deben de tener en cuenta los estilos de vida de sus trabajadores en cierto punto, ya que será importante profesionalmente hablando lo que el trabajador haga en el trabajo y no fuera de él siempre que no afecte a su rendimiento en la empresa.

Lineal: lugar en el que está colocado un producto, se ve y puede ser retirado por el consumidor para su posterior compra. Las empresas, por ejemplo de alimentación, tienen especial interés en colocar sus productos en los puntos calientes de los lineales -a los que más rápidamente se va la vista; no abajo de todo por ejemplo-. A su vez, las empresas y unidades de venta como pueden ser supermercados, hipermercados...colocarán estratégicamente los productos en los lineales, dejando en partes frías (Abajo, al final de la unidad de negocio...) los productos de gran demanda o consumo (ya que el cliente los buscará "esté donde estén") y situará los productos de compra por impulso, o aquellos patrocinados o incentivados en los puntos calientes. Por ej. al lado de las cajas registradoras.

Link: el link o enlace es aquella parte de texto de una página web que al pulsarla o hacer clic sobre ella dirige al usuario hacia otra página. A su vez, algunas imágenes de las páginas web también tienen enlaces que hacen que, por ejemplo en los anuncios con imágenes, accedamos a la oferta comercial del anunciante. Un ejemplo de un enlace de texto sería el siguiente que nos llevará directamente al [diccionario de marketing](#) online

Local Advertising: Publicidad Local en inglés.

Local Marketing: Marketing local.

Location based advertising: anuncio localizado y dirigido a un tipo de target. Por ejemplo sería "location based advertising", los anuncios geolocalizados de buzoneo que se dirigen a un público objetivo que reside en un área concreta.



LOC-LOW

Logo: Es la abreviación de logotipo. El logotipo es un elemento gráfico que, como signo de imagen corporativa de las empresas, productos y marcas, transmite sus valores individuales para que el consumidor puede distinguirla y diferenciarla de otras marca sy/o empresas.

Long Tail: Modelo económico ligado a internet que viene a decir que la red ofrece modelos de negocio basados en el volumen de las ventas del conjunto de productos no "superventas", ya que la posibilidad de ofrecerlos online con variados costes de almacenamiento y distribución, hacen que de productos no de masas puedan ser un gran negocio de ventas en su conjunto en "la larga cola"; the Long Tail.

Low Cost Advertising: se trata de la publicidad de bajo coste, presupuestos y precios reducidos.

Te puede interesar >>>> [Estrategias de Marketing](#) [MicroBlog de Publicidad y Marketing](#)



MAG-MAR

Magazine Advertising: se trata de la publicidad en revistas. Si quisiéramos decir en inglés anuncio en una revista diríamos Magazine Advertisement y si habláramos de los anuncios de las revistas diríamos Magazine Advertisements.

Mail Advertising: es lo que conocemos en español como mailing o publicidad por correo directo o postal. Podríamos incluir dentro del correo directo; el correo postal pero también el correo electrónico con lo que estaríamos hablando de e-mail advertising o publicidad por correo electrónico.

Mailing o Correo Directo o Postal: comunicación comercial o corporativa enviada por las empresas mediante correo postal. Existen muchas empresas que utilizan éste tipo de comunicación y muchas empresas que dan estos servicios profesionales. El mailing es un tipo de [publicidad directa](#).

Make Money with advertising: al español lo traduciríamos como "hacer dinero con publicidad".

Management: del inglés; gestión.

Mandatorios: elementos de obligado cumplimiento que hay que tener en cuenta en la [Estrategia de Comunicación](#) y en la Estrategia Creativa. Muchos vienen desde el anunciante y forman parte del briefing. Otros se relación a las pautas, normas, reglas y legalidad de la publicidad y de las leyes internacionales y de cada país en general.

Manipulación: se trata de los procesos realizados a mano y que por ejemplo en publicidad podemos encontrar muchísimos como podría ser el ensobrado de folletos en un mailing o envío de correspondencia postal publicitaria, la descolocación de un palet y ordenación de las muestras de un producto antes de un reparto en mano, la colocación de una etiqueta o pegatina en un folleto publicitario antes de repartirse tipo buzoneo, y un largo etcétera.

Mapa de ruta: como su propio nombre indica, un mapa de ruta es un plano mediante el que los repartidores de publicidad tipo buzoneo siguen la ruta asignada y las zonas que se les han asignado. Mediante las hojas de ruta se tiene además controlados a los repartidores y, de las zonas realizadas se puede efectuar un chequeo de zona para ver la corrección del reparto.

Marca Blanca: Es aquella marca genérica que adquieren los diferentes productos que comercializan diferentes [canales de ventas](#) como supermercados, hipermercados, etc. Pueden estar, o no, fabricados por otras empresas que no comercializaran en este caso su/s

MAR-MAR

producto/s con su/s marcas sino que lo harán con la del canal de venta que, además, será el encargado de realizar la publicidad, etiquetado y envase de estos productos, quedando en su potestad el poder realizar promociones y otras actividades de comunicación. Son productos más económicos que los de las primeras marcas.

Marca Matriz: Marca madre o mega marca.

Marca: Es el nombre que permite identificar, distinguir y diferenciar un producto de otro. Una empresa puede tener varias marcas para iguales, similares o diferentes productos. Se relacionan con la misma la denominación de marca, el logotipo, la marca registrada, el copyright y el slogan.

Marcadores sociales: se trata de páginas web en las que podemos incluir nuestras páginas favoritas a modo de enlace directo. También llamadas bookmarks.

Marco Legal de Precios: determinados sectores, y por tanto empresas, se encuentran con topes a la baja o al alza para la fijación de precios. Por ejemplo las empresas de gas, agua, electricidad y en general aquellos que dependen de las administraciones públicas y de los estados.

Marcadores Sociales o Bookmarks: Son espacios web en los que podemos incorporar nuestras página favoritas para localizar rápida y cómodamente, como el servicio de los navegadores de favoritos, y podemos compartir estas páginas con el resto de usuarios de internet o mantenerlos como privados.

Market: del inglés; mercado.

Marketplace: lugar en el que hacer negocios. Se utiliza actualmente mucho para las páginas web en la que los webmasters se hacen afiliados y tienen los anunciantes tienen la disponibilidad de elegir los soportes en los que hacer publicidad; no necesariamente de publicidad en internet sino también de otros tipos.

Market Pricing: es el precio de mercado al que se comercializa un producto o servicio.

Marketing: Técnica empresarial que consiste en poner un producto o servicio en tiempo, manera, forma y precio por el/los canal/adecuado de venta para cubrir las necesidades de los consumidores que existen y no se crean. Leer Más sobre las necesidades de los consumidores.

MAR-MAR

Marketing 2.0: Son aquellas acciones de marketing o mercadotecnia que las empresas realizan en redes sociales y entre las que es importante el diseño del social media marketing, fomentar la interactividad, la reputación corporativa para saber los motivos de qué se dice de nosotros, estudiar las [redes sociales](#)...También en los social media tipo blogs, microblogging, webs, foros, web corporativa, wikis...

Marketing Alternatif: del francés. Término muy utilizado en países de habla francófona. Se conoce como marketing altenartif al marketing alternativo, diferente y original. Como ejemplos de marketing alternativo, tenemos el buzz marketing, el street marketing, el ambient marketing, el marketing experiencial, Brand experience o experiencias directas con las marcas, el [marketing de guerrilla](#), el ambush marketing...

Marketing Analítico: es la primera fase del marketing en el que se analiza la situación de la empresa. El marketing analítico conlleva el estudio de la competencia, de la situación actual de la empresa...Da paso a la segunda fase llamada [marketing estratégico](#) y a la tercera que es el marketing operacional.

Marketing Comercial: el marketing comercial es el que tiene como objetivo vender productos o servicios y tener un beneficio económico por las transacciones realizadas.

Marketing de Guerrilla: Personalmente entiendo el término [marketing de guerrilla](#) como un tipo de publicidad; por lo que cabría la posibilidad de plantearse si realmente el término correcto sería publicidad de guerrilla. El marketing de guerrilla consiste en acciones no convencionales de [publicidad below the line](#) en los que con pocos recursos y mucha creatividad se realizan acciones diferentes, sorprendentes, muy virales y notorias para impactar a los consumidores con un mensaje de publicidad original y muchas veces no visto anteriormente. En nuestra web dedicada al marketing de guerrilla pueden ver muchas acciones, vídeos, ejemplos y entrevistas sobre esta [publicidad BTL](#).

Marketing de servicios públicos: es el que utilizan organismos oficiales y cuyos beneficios se piensan por y para los usuarios. Empresas que utilizan el marketing de servicios públicos son aquellas que están ligadas al estado, por ejemplo empresas eléctricas, telefónicas, hospitales, escuelas...aunque puede haber algunas de ellas que se hayan privatizado; por lo que ya no entrarían en ésta definición.

Marketing Directo: Técnica de publicidad below the line o en medios de comunicación no masivos y en el que se piensa el mensaje para una sola persona o para un grupo reducido y segmentado del mercado. Debe ser claro y conciso como la publicidad en general. El [marketing directo](#) se compone de diferentes especializaciones.

MAR-MAR

Marketing ecológico: ver definición de marketing verde.

Marketing en redes sociales: como su propio nombre indica es aquel marketing que se realiza en redes sociales como Facebook, Twitter, Tuenti, Sonico, Hi-5, MySpace, etc.. mediante internet. Englobamos en el término la publicidad y todas aquellas acciones que realicen las empresas y marcas apoyándose en las [redes sociales](#) como sorteos, promociones, descuentos, fidelización de clientes, encuestas, convocatoria y realización de eventos, etc.

Marketing emocional: es aquel que va dirigido a las emociones del público objetivo. A hacerles reflexionar, concienciarse, motivarse, etc. y lógicamente siempre con un objetivo final de llevar a la acción. Ver más y ejemplos en [marketing emocional](#).

Marketing Estratégico: es la fase del marketing que define las estrategias. Segunda fase del marketing entre el marketing analítico y el marketing operacional.

Marketing Especializado: también llamado customized marketing en inglés; es un marketing muy especializado para sectores muy particulares.

Marketing Experiencial: marketing basado en experiencias, en vivencias del cliente que está relacionadas a una marca, producto, servicio y/o empresa.

Marketing interactivo: es aquel que permite que el público interactúe y participe. El concepto de marketing interactivo puede dar paso a aplicaciones u otros tipos de marketing y denominaciones. Como ejemplos están el street marketing, el SMS marketing, el emailing...

Marketing Management: del inglés, la definición de marketing management es [Dirección de Marketing](#).

Marketing Mix: Instrumento de Marketing basado en el producto, el precio, la distribución, la comunicación y el servicio.

Marketing news: del inglés, noticias relacionadas con el marketing.

Marketing Offline: es el que no usa internet; por lo que está "fuera de la línea" o de la red.

Marketing Online: del inglés aunque muy utilizado en lengua castellana, el [marketing online](#) es marketing realizado a través de internet.

MAR-MAR

Marketing Operativo u Operacional: es la fase de marketing en la que se pasa a ejecutar las decisiones tomadas a partir de las dos primeras fases del marketing; fase analítica y estratégica. Ver mucho más en [tipos de marketing](#)

Marketing Político: es un marketing centrado en la promoción y notoriedad de un grupo político en su conjunto y, en épocas de elecciones, de una persona concreta o candidato que, por ejemplo en las elecciones generales, será Presidente del Partido Político que optará a ser Presidente del Gobierno.

Marketing Promocional: Técnica de marketing que consiste en animar las ventas de las empresas. Es medible, a corto plazo e implica un valor añadido. Descuentos, regalos, sorteos, descuentos, etc. son elementos clave y muy utilizados en las promociones de éste tipo de marketing altamente relacionado con la publicidad y las ventas. Podemos ver numerosas campañas en nuestra web especializada en marketing promocional

Marketing Relacional: es un marketing basado en las relaciones sociales entre la empresa o entidad que realiza las acciones de marketing relacional y, por tanto, de las relaciones públicas. El Departamento de [marketing relacional](#) se encargará también de las acciones de marketing directo.

Marketing sectorial: es el que se aplica a determinados grupos de empresas, que forman un sector, y por tanto suele ser bastante homogéneo para ellas puesto que los productos, tipos de público, canales de distribución, precios, etc. suelen ser muy parecidos.

Marketing Social: es el marketing que aplica sistemas para conseguir la puesta en marcha y aceptación de ideas sociales y por tanto está basado en las personas y en satisfacer las necesidades de grupos sociales y de la población.

Marketing Verde o ecológico: son aquellas acciones de marketing o mercadotecnia que giran entorno a una relación, implicación, concienciación y compromiso con la ecología como esencia del mismo (por ejemplo las organizaciones naturistas, defensoras de la ecología, defensoras de los valores medioambientales, de los animales, etc.) o como signo de responsabilidad social de empresas no directamente relacionadas con la ecología y similares. Muy utilizado en imagen corporativa para mostrar al público "el buen pensar y hacer de una marca/empresa/producto".

Marketing Viral: es aquel que se transmite de una persona a otra y es muy utilizado en [estrategias de marketing](#) y [publicidad online](#) vía internet. El [marketing de guerrilla](#) y el street marketing son los tipos de marketing viral más conocidos. El marketing viral suele ir acompañado de email marketing o emailing.

MAR-MEA

Marketing Tradicional: es el que se aplicaba antes de que las nuevas tecnologías (internet, redes sociales, telefonía móvil, tablets, etc.) se vieran implicadas en las técnicas y procesos de mercadeo. Lógicamente el marketing tradicional se sigue aplicando; ya que no necesariamente en todas las acciones de mercadotecnia vamos a necesitar hacer uso de las nuevas tecnologías. También se le puede denominar marketing conceptual.

Marketing Web: técnicas de mercadotecnia aplicadas a internet y a las páginas web; aunque también puede utilizarse para denominar a un espacio en internet dedicado al marketing por lo que también pudiera utilizarse el término mercadotecnia web y/o mercadeo web.

Marqueting: sinónimo de marketing que de hecho es la castellanización del término "[marketing](#)" que proviene del inglés. En catalán es la forma correcta de escribirlo; aunque tanto en lengua castellana como catalana; el término marketing define el mismo concepto y está plenamente aceptado y es correcta su utilización escrita con la letra k (oralmente se pronuncia exactamente igual).

Marquee: se trata de una etiqueta de lenguaje de programación que hace que un texto se desplace de derecha a izquierda, por ejemplo y como lo más habitual.

Marquismo: es elevar la importancia de una marca.

Materias primas: Son la parte básica de un producto que posteriormente sufren un proceso de transformación. Como ejemplo tenemos la leche para hacer yogures.

Mass Media: medios de comunicación de masas. Nacieron con vocación de informar, transmitir, divulgar, propagar y comunicar y no para hacer publicidad; aunque actualmente se lucran y viven de ella. Entre los mass media o medios de comunicación de masas encontramos la televisión, la radio, el cine, exterior, prensa diaria y revistas. Internet ya puede considerarse también un medio de comunicación de masas.

Mayorista: Empresa o persona que vende a otra empresa o persona que tiene como finalidad vender al consumidor final. El mayorista compra en grandes cantidades a precios reducidos, incrementando el precio del mismo como intermediario en su venta al minorista.

MBA: Siglas que definen a un Master Business Administration. Es decir, estudios superiores de administración de empresas. Existen Master Business Administration o MBA especializados en Marketing y Publicidad con los que deberíamos decir en inglés MBA in advertising o MBA in Marketing.

Meaning of Advertising: "Significado de la publicidad".

MED-MED

Media: es como nos referimos a los medios de comunicación.

Media Advertising: Medios publicitarios.

Medición de Mercados: Cálculo de las personas que forman un mercado potencial al que se quiere dirigir nuestra comunicación y publicidad (ej. Amas de casa de España, Solteros de Madrid o personas con un coche de más de 10 años de antigüedad residentes en Buenos Aires, Argentina).

Medir los resultados de los anunciantes: consiste en aportar valor añadido mediante un seguimiento de la efectividad en cuanto a impactos de un anuncio ([ver más aquí](#)); o también en cuanto a la consecución de objetivos. No necesariamente implica ventas; ya que los objetivos de un anunciante puede que fueran otros; como aumentar la notoriedad de marca, mejorar el posicionamiento, conseguir el nº 1 del top of mind, comunicar un evento, etc.

Media Buyer: del inglés, comprador de medios. Es el profesional del Departamento de medios de una agencia de publicidad y/o [marketing](#), que se encarga de la contratación de los medios y soportes publicitarios en los que se va a emitir, publicar, reproducir, mostrar, etc. un anuncio publicitario. El media buyer o comprador de medios, puede coincidir con el planificador de los medios. Es decir con la/s persona/s que ha decidido cuales son los medios y soportes interesantes.

Medio de Comunicación: Canal utilizado para transmitir un mensaje. Puede ser directo (actividades comerciales, telemarketing...) o impersonal (televisión, prensa, buzoneo...).

Medios atípicos: Todos los medios y soportes de publicidad que no forman parte de los medios convencionales. También llamados medios no convencionales. [Ver más aquí](#)

Medios Convencionales: Prensa, radio, cine, televisión y publicidad exterior.

Medios en Línea: son aquellos espacios en internet que interactúan entre sí como por ejemplo páginas web, blogs, redes sociales, foros, podcasts, microblogs, chats online... Los medios en línea son herramientas imprescindibles para el marketing y las relaciones públicas contemporáneas de todo tipo de empresas y asociaciones. También de partidos políticos, clubs deportivos, canales de televisión; prácticamente de todos. Otra cosa es que se utilicen.

Medios exclusivamente publicitarios: son aquellos medios creados exclusivamente para para soportar o transportar una información comercial, publicitaria o propagandística. Entre ellos encontramos las vallas, los opis, los muppis, los folletos publicitarios...

MED-MER

Medios no convencionales: Todos los medios y soportes de publicidad que no forman parte de los medios convencionales. También llamados medios atípicos.

Menciones: textos emitidos en directo con o sin un fondo musical por parte de un presentador de un programa de radio.

Mensaje comercial: es aquel mensaje que tiene como finalidad conseguir una venta.

Mensaje promocional: datos que se desean comunicar en una promoción. Debe ser claro y conciso.

Mensaje: es el elemento clave de un proceso de comunicación. Lo realiza el emisor o transmisor y llegará a través de los medios al receptor.

Mensaje publicitario o de publicidad: es la información comercial que se desea transmitir al receptor de un anuncio. Convencer, incitar al acto de compra, concienciar, incitar a la acción, etc. pueden ser los objetivos pero sin un mensaje, que incluso pudiera ser solamente visual y no necesariamente de texto o audio; no conseguiremos nuestros fines. El mensaje publicitario puede además ser correcto, incorrecto, poco adecuado, muy preciso, electoralista, fuera de contexto, inapropiado, ilegal...

Mercadeo: sinónimo de marketing, marketing y mercadotecnia o técnicas de mercado.

Mercado Municipal: conjunto de empresas de venta minorista especializadas en un tipo de producto, generalmente de alimentación, que habitualmente dirigen los ayuntamientos de cada localidad.

Mercado: el mercado son personas. Por ejemplo el mercado español es el conjunto de personas españolas, aunque también pudiera tener una doble interpretación si se incluyera a todas las personas residentes en España o también a todas las personas españolas residentes en otros países. En función de cada acción de comunicación se define y se dará importancia a un mercado segmentado.

Mercadotecnia o Marketing: De acuerdo con la [definición de marketing](#), el marketing son las técnicas mediante las que se pone en marcha un proceso de cubrir las necesidades de los consumidores, poniendo un producto o servicio en tiempo, manera, canal, precio, momento y otros detalles variables adecuadamente para que el consumidor pueda acceder a él optimizadamente.



MER-MIS

Merchandiser: persona que aplica y se ocupa del merchandising. Comúnmente también se le denomina “mercha”. Se ocupará de gestionar la colocación de los productos en los puntos de venta y forma parte de la empresa; no del punto de venta).

Merchandising: técnicas que las empresas utilizan para el correcto posicionamiento y ubicación o colocación de sus productos y publicidad en el punto de venta.

Metatags: texto en formato html que se introduce en el código fuente de una página web entre las dos etiquetas Head para indicarle a las arañas de los robots de los buscadores el contenido y temas de que trata cada página. Importantes en el posicionamiento web.

Microblogging: se conoce como microblogging aquellas aplicaciones web que permiten a sus usuarios publicar extractos de noticias en internet, compartiéndolas de ésta forma con el resto de usuarios, o usuarios que formen parte de sus conocidos en la web que dé el servicio de microblogging. Las publicaciones generalmente van enlazadas a la noticia original, por lo que las páginas de microblogging son una importante fuente de visitas ya que son muy concurridas. Puede ver un ejemplo en el [microblog de publicidad](#)

Microformatos: Los microformatos son códigos informáticos en forma semántica en lenguaje html que sirven para la optimización interna de una página web y ayudan a su buen posicionamiento en los motores de búsqueda o buscadores de internet. Entre ellos encontramos por ejemplo los microformatos hcard (datos personales), adr, no-follow..

Microprogramas: espacios no superiores a 3/5 minutos de tiempo en radio en los que se realiza publicidad de un anunciante.

Microsegmentación: Se trata de definir pequeños grupos sociales de consumidores por posibilidades económicas, geolocalización, tipos de consumo, usos de productos, asistencia a determinados eventos, etc.

MIDI: Formato de archivo de sonido.

Migración: movimiento o desplazamiento total o parcial de parte de la población de un lugar a otro, entendiéndose un movimiento residencial geográfico.

Minorista: Empresa o persona que compra a otra empresa o persona mayorista y tiene como finalidad vender el producto al consumidor final. El minorista incrementa proporcionalmente a su beneficio el precio de los productos que vende a sus clientes.

Misleading Advertising: Publicidad engañosa.



MIX-MUE

Mix de Comunicación: Utilización de diferentes medios para realizar actividades de comunicación. Un ejemplo es combinar acciones de venta directa, con publicidad en televisión, buzoneo e inserciones en tabloneros de anuncios, anuncios clasificados en páginas de internet más anuncios gratuitos y publicar notas de prensa en blogs de internet. Ver mix de comunicación. Para ampliar esta definición puede visitar [mix de comunicación](#)

Mix de promoción: se trata de la utilización de instrumentos de comunicación, publicidad, venta personal, promoción de ventas, patrocinios y relaciones públicas.

Motivaciones: Razones y deseos que buscan cubrir una necesidad que existe; no se crea. Por ejemplo la motivación de a comprar un teléfono móvil vendría creada por la necesidad de comunicarse en determinadas ocasiones y de estar localizable telefónicamente en cualquier momento.

MP3: Formato comprimido de archivos de sonido.

Muestra: prueba gratuita de un producto que consigue que el consumidor conozca de primera mano éste producto, no haya pagado por él; y determine si entra en su cesta de la compra habitual ahorrando tiempo y costes de publicidad para la empresa fabricante y/o comercializadora. Las muestras son muy agradecidas por los consumidores.

Muestrario: conjunto de muestras.



NAT-NEW

National Advertising: Publicidad nacional y que se emite en un solo país.

Navegación web: se trata del proceso que un usuario o visitante de un espacio web (blog, foro, etc.) en el que va cambiando de página dentro de la misma página ya que va viendo información de su interés. La navegación la realiza pulsando o haciendo click sobre enlaces que está en la web, utilizando el menú de navegación en el que se indican las diferentes secciones, etc. La navegación web se consigue a partir de la arquitectura de una web y conseguirla es un hecho clave para sobresalir, conseguir más visitas, fidelizar al usuario/visitante, aportarle más información, etc. Un tema clave para el éxito de una página web. La navegación web puede realizarse desde un ordenador pero también desde una tablet o un teléfono móvil. También desde televisiones especiales.

Navegadores o Exploradores: son aplicaciones que permiten “moverse en internet” de página a página o también llamado “surfear”; de ahí que por su similitud a “navegar” o “explorar”; tomen éste nombre como genérico. Actualmente los más famosos son Internet Explorer y Mozilla Firefox.

Negocios Multinivel o Marketing Multinivel: se trata de negocios, no siempre legales y reales, en los que se utilizan cadenas de referidos y en los que de forma piramidal, cada miembro del negocio debe incluir a otros miembros -formándose de esta forma "la pirámide"- y cada ofrece y vende unos servicios o producto cuya comisión se reparte. Los negocios multinivel han sido vetados en algunos países y sistemas publicitarios ya que muchas veces escondían detrás algún timo o estafa.

Network: Trabajo realizado a partir de internet.

Network Advertising: publicidad realizada para fomentar el trabajo realizado a partir de internet. Por ejemplo es muy habitual ver publicidad de éste tipo para promocionar servicios de posicionamiento web, cadenas de referidos, infoproductos, negocios multinivel, etc.

New Advertising Ideas: es como diríamos en inglés "nuevas ideas publicitarias"; en las que nos podríamos referir a nuevas ideas para realizar la publicidad de un producto o servicio, nuevas ideas publicitarias para crear un soporte novedoso, etc. Si en vez de decir New Advertising Ideas dijéramos New Marketing Ideas; nos estaríamos refiriendo a nuevas ideas relacionadas con el marketing y aplicadas a la definición de marketing.

New Business Advertising: destacamos esta palabra en inglés y su definición en castellano ya que cuando hablamos de new business advertising, nos estamos refiriendo a la publicidad de nuevos negocios y, es importante decir que, la publicidad de nuevos negocios es diferente de aquellos negocios que ya llevan tiempo, son conocidos y están establecidos. La publicidad



NEW-NOT

nuevos negocios debe tener como objetivo crear marca, dar a conocer la empresa, producto y servicio y conseguir los primeros clientes para posteriormente fidelizarlos. Por ello, requiere de un importante plan de marketing previo, establecimiento de objetivos, cálculo de la inversión y una publicidad que impacte. Incluso, para determinados productos, podríamos utilizar acciones de marketing directo, de rápida respuesta como vales descuento y promociones 2 x 1 o también reparto de muestras gratuitas o sampling.

News Advertising: es la publicidad que se publica en periódicos (prensa periódica = que aparece cada cierto tiempo). Si estuviéramos hablando de un periódico diario; hablaríamos de Daily News Advertising. Si fuera un periódico mensual; diríamos Monthly News Advertising. También podríamos decir newspaper advertising refiriéndonos a la publicidad en prensa diaria, newspaper advertisement para un anuncio en éste medio y su plural sería newspaper advertisements.

Newsletter: Documento que envían algunas empresas a sus clientes para mantenerles informados de novedades y/o últimas noticias del sector. Son habitualmente enviadas por e-mail o por correo postal. Es un buen elemento para [fidelizar al cliente y recordarle nuestra existencia](#). También se denominan Boletines corporativos.

Nicho de mercado: es aquella parte del mercado por explotar, existente y con posibilidades de compra o uso. Encontrar un nicho de mercado es vital para muchas empresas que se especializan en él y pueden llegar a conseguir grandes resultados.

No-follow: es un [microformato](#) que incorporan muchas páginas web y mediante el que se indica que no se transmita PageRank ni importancia para el posicionamiento web para todas y cada una de las páginas enlazadas. De esta forma, poner un enlace de texto en una página que tenga el microformato no-follow (rel-nofollow) no sirve absolutamente de nada de cara al posicionamiento natural en buscadores o posicionamiento web; aunque si puede dar visitas directas a una página web. Para saber más sobre éste tema visite [posicionamiento web](#)

Non Profit Advertising: es la publicidad sin ánimo de lucro.

Nota o Notas de Prensa: es una información que un gabinete de prensa o relaciones públicas envía o facilita a un redactor, periodista, blogger o webmaster para que hable de un producto, empresa, servicio, etc. La nota de prensa puede ser "completa", entendiéndose que en ella se facilita toda la información de texto y, adicionalmente, imágenes o "parcial"; siendo ésta con un contenido a modo de inputs para que el periodista redacte un texto propio y único. También podríamos utilizar la definición de "parcial" cuando por ejemplo una agencia de publicidad envía a los comentados receptores solamente imágenes o audiovisuales. EL objetivo de una nota de prensa, obviamente es comunicar algo, por ejemplo una nueva

NTI-NUB

unidad de negocio (por ejemplo un franquicia nueva en una ciudad...), detallar los servicios de una empresa, etc. y, las más valoradas son aquellas que a modo de artículo de opinión sobre un tema no son estrictamente comerciales. También recibe el nombre de comunicado de prensa.

NTIC: siglas correspondientes a la abreviación de las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

Nube o Cloud computing: Se utiliza el término de tecnología en la nube como definición para la información y servicios profesionales que está almacenada en servidores de internet y es accesible a cualquier persona. Por ello se habla de "la nube", metafóricamente.

No dejes de visitar nuestra sección de [noticias diarias de marketing y publicidad](#) :

Blog
PublicidadyMarketingWeb.com

OBJ-ONL

Objetivos de Comunicación: Finalidades perseguidas por las empresas en sus campañas, anuncios o manifestaciones varias (informar, reforzar sus ventas, aumentar su target, mejorar su imagen corporativa, etc.).

Objetivos de Crecimiento: son las metas que se fijan las empresas para sus productos y marcas y se preveen a corto, medo y largo plazo para ir aumentando ventas y cuotas de mercado. Forma parte del análisis de [marketing](#) y de las políticas de productos de las empresas.

Objetivos orientados a la imagen: adecuar a la mejora de imagen o mantenimiento de una buena imagen las objetivos de las empresas. Es decir, mejorar el “cómo nos ve el público”.

Objetivos orientados a las ventas: adecuar a la finalidad de venta, adecuar la demanda y su cuota.

Oferta: se considera al conjunto de productos que una empresa tiene en el mercado. También se puede interpretar como una reducción del precio que da lugar a una situación privilegiada de compra.

OIA: Organización Internacional de Autoservicios.

Oficina para la Justificación de la Difusión u OJD: Entidad regida por el reglamento de trabajadores cuya finalidad es la medición y control de las publicaciones. Es una entidad sin ánimo de lucro que obtiene y facilita información de utilidad para los anunciantes, agencias de publicidad, interesados y editores sobre publicaciones de las publicaciones adscritas voluntariamente que ofrece garantías de resultados, que no ofrece juicios de valor. Es muy importante para grandes medios que, mediante los datos de la OJD acreditan los números que ofrecen a los anunciantes y [agencias de publicidad](#). Por ejemplo "el anuncio de una publicación diaria que dice que realiza 250.000 ejemplares diarios; carecerá de posible veracidad si no incorpora un sello o identificación de que esos datos han sido medidos por la OJD.

Omnibus Survey o encuesta Omnibus: encuesta de coste reducidos que se suele repetir en el tiempo (cada semana, cada mes...) y en el que se tratan diferentes temas que van a ser de importancia para diferentes empresas; de ahí que su coste para cada una de ellas sea bajo.

Online Advertisement: anuncio de publicidad realizado en internet o en la red.

Online Advertising: se trata de la publicidad online o publicidad en internet.



ONL-OUT

Online Advertising Free / Online Free Advertising: anuncio gratuito en internet; por ejemplo a partir de anuncios clasificados. También podríamos decir y sería correcto online free advertising. Podríamos considerar en cierta manera publicidad gratuita la que se consigue mediante publicity o mediante [notas de prensa](#).

Online Video Advertising: Publicidad en la que se utilizan audiovisuales en forma de vídeo y que se realiza a partir de internet.

Open Directory Project: Directorio más importante de internet junto al de Yahoo! también conocido como DMOZ.

Open Rate: Porcentaje de personas que abren el envío de un envío de mails o emailing; por ejemplo de un boletín de noticias.

Optimización de campaña: consiste en acercarse e intentar conseguir la mejor campaña para un producto.

Opt-In: sistema de alta en un boletín electrónico o [newsletter](#) que no incluye un chequeo, que si lo incluye el Double Opt-In del correo electrónico indicado

O.T.S. u Opportunity To See: es la media de veces que ve un anuncio publicitario una persona. Se mide en porcentajes. El cálculo de los OTS es igual a los Total Rating Points dividido por la cobertura.

Outdoor Advertising: Cuando hablamos de outdoor advertising en inglés, nos referimos a Publicidad Exterior en español.

Outlet: unidad de negocio que vende una marca o marcas a precios reducidos ya que los productos que oferta son restos de colecciones, unidades de otros años, etc. pero sin merma de calidad o tara.

Outsourcing: se trata de la subcontratación de unos servicios específicos que una empresa realiza a otra, y que en su finalidad van a ser presentados al cliente final de la empresa contratante como propios y/o conjuntamente. Es habitual en agencias de publicidad tener servicios contratados externamente, los cuales dirigen pero no ejecutan directamente como podría ser la contratación de servicios externos de diseño, de un proveedor o varios para acciones de reparto de publicidad tipo buzoneo, para la colocación de banderolas y carteles publicitarios en la calle, de fuerza de ventas, etc.



PAC-PAY

Packaging: El término packaging define al envase y al etiquetado de un producto.

PageRank: Es la puntuación que recibe una página web e internet entre 0 y el valor más alto; el 10. Para su valoración intervienen muchos detalles como el número de visitas, la importancia de la información, el tiempo de permanencia de los usuarios en las páginas que la componen, qué otras páginas enlazan a la web y a cuales enlazamos...

Página de bienvenida o intersticial: se trata de una página preliminar a la página principal, de inicio o Home page. Generalmente es informativa o publicitaria. En inglés se la conoce como "Splash Page".

Paid Search Advertising: es la publicidad de pago publicidad patrocinada que aparece junto a los motores de búsqueda o buscadores. Las campañas de marketing publicitario que se realizan a partir de éste tipo de publicidad se llama SEM o Search Engine Marketing.

Panfleto: folleto de propaganda política con un mensaje agresivo. El término panfleto se emplea con connotaciones negativas.

Participación en el mercado de un producto: Es la cuota de mercado de un producto.

Patrocinado: empresa o individuo que recibe un dinero de otra empresa permitiendo a cambio utilizar su imagen en su publicidad y comunicación.

Patrocinador: empresa o individuo que aporta un dinero a otra empresa beneficiándose de poder utiliza su imagen en su publicidad y comunicación.

Patrocinio: colaboración económica de una empresa a otra que permite a la primera utilizar su imagen corporativa en su publicidad.

Patrocinios de radio: espacio o programa de interés para la audiencia que se inicia con un flash, contenido del programa y una cuña de salida del patrocinador, que aporta un importe económico que, con beneficios de imagen corporativa, ha permitido la realización del espacio con su colaboración monetaria.

Pattern Book: Manual que se utiliza como guía o referencia.

Pay per click (pago por click): anuncio en el que el anunciante paga un dinero por cada click realizado desde la web en la que se expone su anuncio de texto o imagen; consiguiendo que el visitante vaya desde una web a la suya. Se puede llamar también Pay Per Click Advertising o PPC Advertising. En español cambiaríamos la palabra advertising por "Publicidad".

PEN-PLA

Penetración lenta: Estrategia de marketing de introducción de un producto en el mercado basada en bajos niveles de promoción y bajos de precio para una introducción lenta con bajos esfuerzos económicos.

Penetración rápida: Estrategia de marketing de introducción de un producto en el mercado basada en altos niveles de promoción y bajos de precio para captar la atención y poder competir en precios con un mercado muy influenciado por los precios.

Perching: folleto publicitario que se encargan de repartir las [empresas de distribución de publicidad](#) cuya forma, doblada en dos, permite colocar una parte dentro y otra fuera del buzón, con lo que el impacto publicitario está asegurado y visualmente es más atractivo que un buzoneo. Suele ser ligeramente más caro que un buzoneo, ya que los tiempos de reparto son algo superiores; y en diseño e impresión también. Además también ya que ningún folleto se colocará en publicestas, solo en buzones por las características del folleto comentadas; con lo que el tiempo total destinado al reparto será superior a un buzoneo tradicional.

Perfil del Consumidor: se trata de las características del consumidor al que se quiere dirigir la comunicación (Edad, sexo, nivel socioeconómico, zona de residencia, hábitos, lugares, ingresos, gustos, debilidades, fortalezas, situación matrimonial, hijos o no, etc...).

Período de Maduración: es el tiempo que una empresa tarda en recuperar su inversión. La publicidad ayuda a hacer más cortos estos plazos.

Permission Marketing: es la actividad que realizan las empresas que partiendo de una base de datos de afiliados o personas suscritas a su/s servicio/s; envían correos electrónicos con información como puede ser por ejemplo anuncios. El permission marketing suele utilizar incentivos para mantener a sus usuarios. Continuando con el ejemplo anterior, los suscritos a una empresa de permission marketing de anuncios, recibirán un importe económico o beneficio por cada anuncio recibido y visionado.

Personal Branding: se trata de del perfeccionamiento y optimización del valor de marca personal. Es decir, mejorar el "cómo nos ven" o imagen personal. Se suele de todas formas utilizar en el terreno profesional.

Planificación de Medios: para realizar una planificación de medios publicitarios se deberá conocer la situación actual del producto o empresa y la situación publicitaria de los últimos años; también de la competencia. Para ella son básicos los [objetivos de marketing](#), los objetivos de medios y la estrategia. Posteriormente será vital cuantificar y detallar todas las inserciones que componen la campaña de publicidad.

PRE-PLU

Prensa diaria o periódicos (en papel): Actualmente la prensa diaria se encuentra en proceso de extinción debido a la cada vez más habitual utilización de las nuevas tecnologías; y más concretamente de internet. Nace a finales del siglo XVIII. El precursor de los diarios en España fue el Diario de Barcelona.

Pixel: mínima representación que puede realizarse en el monitor de un ordenador personal.

Plan de Marketing: El plan de márketing es un documento escrito propio de la planificación estratégica de una empresa cuya misión es recoger los objetivos, [estrategias de marketing](#) y acciones a realizar para conseguirlos. El plan de marketing está estrechamente ligado al marketing mix y a la teoría de las 4 P que corresponde a la adecuación de un producto por parte de una empresa para servirlo al mercado (personas)".

Planificación de Marketing: pautas de un plan estratégico de marketing de las empresas para comercializar sus productos o servicios.

Plan de Medios: aunque podríamos extendernos mucho sobre la definición y desarrollo de un plan de medios; éste tiene diferentes puntos básicos como conocer el producto mediante el briefing, su presupuesto, su público tipológico y/o residencial, la estacionalidad del producto, la competencia y las necesidades creativas. Para aplicar un plan de medios solo se trabaja con datos (audiencias, tarifas, contactos comerciales, datos de ventas, informes de la competencia cuantitativos...)

Planificación de nuevos productos: desarrollo interno de las empresas de sus productos previo a su lanzamiento.

Planificación de Ventas: Pautas y pasos que se van a seguir para conseguir unos objetivos de ventas.

Planificación Estratégica: pautas de un plan estratégico en que que intervienen los procesos de comunicación integral desde marketing, publicidad, medios, creatividad, imagen corporativa, [fuerza de ventas](#), etc.

Planner: profesional de un agencia de publicidad o central de medios que se encarga de la planificación de una campaña de [publicidad](#). Por ejemplo de la planificación de medios en los que se va a insertar o emitir el anuncio de los clientes de la empresa.

Plugin o Plug-in: se trata de un complemento informático que ofrece una funcionalidad específica para una página web y/o para su desarrollo, a las que les permiten funcionalidades extra.

PLU-POS

Plugins SEO: se trata de los complementos que permiten funcionalidades extra a los programas y estrategias de posicionamiento web o SEO.

Plugins SEO Wordpress: complementos para posicionamiento web específicos para el CSM creador de blogs de Wordpress. Uno famosos y muy utilizado es SEO in Pack.

PNG: formato de archivo visual de millones de colores hasta 32 bits de espacio y debe sus siglas a las iniciales de Portable Network Graphic.

Podcasting: distribución de archivos multimedia mediante internet mediante canales RSS.

Política de la Empresa: pautas generales de las actuaciones comerciales de las empresas o compañías.

Political Campaigns: del inglés; propaganda política.

Poming: folleto publicitario que se encargan de repartir las empresas de distribución de publicidad cuya forma, en forma de percha, permite colocar el folleto suspendido del pomo del domicilio particular del receptor, con lo que el impacto publicitario está asegurado y visualmente es más atractivo que un buzoneo. Es bastante más caro que un buzoneo y que un perching, ya que los tiempos de reparto son muy superiores ya que se debe subir y pasar para dejar el folleto por cada una de las puertas de los residentes de una zona de reparto; y en diseño e impresión también. Además también ya que ningún folleto se colocará en publicestas, solo en los pomos particulares de los vecinos (con la gran posibilidad de que en muchas viviendas no se pueda dejar el folleto, que si se hubiera podido dejar en casos determinados tipo buzoneo o perching) por las características del folleto comentadas; con lo que el tiempo total destinado al reparto será muy superior a un buzoneo tradicional. El folleto tipo poming es impactante y atractivo.

Posicionamiento en buscadores: también llamado posicionamiento web o posicionamiento de páginas web. En inglés se llama SEO y debe sus siglas a Search Engine Optimization. Se trata de la optimización interna de una página web para prepararla adecuadamente y facilitar el rastreo de la información que contienen a las arañas de los motores de búsqueda. No se trata de engañar a los buscadores, sino de facilitarles su trabajo.

Posicionamiento en Google: de acuerdo con la definición de posicionamiento en buscadores, el posicionamiento en Google es aquel que se enfoca a optimizar una página web para que aparezca en el buscador de Google que, teniendo en cuenta que en muchos países el 90% de las búsquedas de información se realizan desde Google; es el buscador de referencia y en el que más esfuerzos invierten las empresas y los propietarios web.

POS-PRO

PostTest: Análisis e investigación realizado después de la emisión de un anuncio.

Precio de venta al público o PVP: Coste de venta al público entendido como ente individual.

Precio Objetivo: es que el que trata de cubrir los costes variables y fijos con un beneficio nulo, aunque otros pueden interpretarlo como el precio que cubrirá estos costes y conseguirá unos beneficios marcados.

Precio de zona o zonal: es el precio que se aplica a un producto en una zona. Puede depender que el precio de una zona u otra sea diferente, por los costes de transporte; por lo que es normal ver determinados productos a precios diferentes depende de la zona en la que nos encontremos.

Precios: Costes económicos que marcan las empresas para vender un producto al mercado y que, generalmente debe buscar un beneficio. Decimos generalmente ya que a veces se debe vender a precios por debajo de coste para dar salida a stocks o puede ser utilizado comercialmente como promoción para otras [ventas](#) de la unidad de negocio y empresa.

Prescriptor: Personas que tienen el poder de influenciar a otras a realizar un acto de compra.

Pretest: Análisis e investigación realizado antes de la emisión de un anuncio.

Principio de interrupción: es un término que, inicialmente utilizado por Seth Godin y en referencia a la lógica publicitaria, trata de definir al motivo momento o causa por la que la publicidad busca interrumpir a las personas en lo que están haciendo para prestar atención a un anuncio de publicidad.

Prime Time: espacio horario en el que se consigue una mayor audiencia. Aproximadamente rondará un 80%.

Print Advertising: Publicidad impresa.

Producción: se trata del proceso de crear algo, de conseguirlo o de ponerlo en marcha.

Producción audiovisual: se trata de la creación y grabación de piezas que contiene imágenes como sonido, parte esencial de la consecución de una obra de cine, vídeo y televisión en las que lógicamente se engloban los anuncios para estos medios o spots. Actualmente también se utiliza la producción audiovisual para la creación de anuncios de vídeo en internet, para la grabación de publireportajes, presentaciones corporativas, grabación de vídeos de [street marketing](#), vídeos virales, etc.



PRO-PRO

Product Advertising: [publicidad](#) de un producto concreto.

Product Manager: es el responsable de un producto que debe informar, planificar, administrar y coordinar los aspectos relacionados con un producto.

Producto Aumentado: Lo componen los servicios adicionales que se suman al producto y que aumentan el producto esperado por el cliente.

Producto Esperado: Es el producto (condiciones, características, precio, distribución, temporalidad o frecuencia...) que los consumidores esperan obtener por cuánto, dónde, por qué, cada cuánto tiempo, etc.

Producto Genérico: Es propiamente la definición y características de un producto.

Producto Mix: marca, envase, calidad, color, garantía, dimensiones...de un producto tangible.

Producto o Bien intangible: Productos que no se pueden tocar pero si usar, consumir y disfrutar como cualquier tipo de servicio: peluquería, banca, sanidad...).

Producto o Bien material Tangible: Productos que se pueden tocar como puede ser un ordenador, un refresco, un coche, un reloj...

Producto Potencial: Son aquellos aspectos aún no desarrollados y en los que el producto pudiera mejorar y, supuestamente, aumentar su cuota de mercado.

Producto: Según la definición marketing del maestro Philip Kotler, "es algo que se puede ofrecer a un mercado -personas- con el objetivo de que sea adquirido, utilizado o consumido intentando satisfacer un deseo o necesidad". El producto puede ser desde un alimento a un texto de un periódico. Es amplísimo.

Productos de compra esporádica: Son productos que no se adquieren con frecuencia y que nos llevan a comparar ofertas, marcas, precios y a tomar finalmente una decisión de compra.

Productos de consumo: Son aquellos productos que satisfacen necesidades personales o familiares y son consumidos o utilizados por sus compradores.

Productos de conveniencia: Se trata de los productos que se adquieren con frecuencia y entre los que podemos destacar los productos comunes (pan, periódico..), productos de compra por impulso sin planificación previa y los productos de compra por emergencia y no previstos (como la reparación de una rueda del coche cuando se nos pincha...).

PRO-PUB

Promoción On Pack: Aplicación de promoción de ventas en la que el regalo va fuera del paquete.

Promotional Advertising: [Publicidad promocional](#) que tiene como objetivo incentivar las ventas a corto plazo.

Promotoras o Promotores: chicas o chicos que se encargaran de una demostración, de una degustación o representación y promoción de una empresa.

Propaganda: Es la publicidad política o religiosa; que pierde el término o denominación de publicidad y correctamente se debe de indicar como propaganda. A su vez, es totalmente incorrecto definirse a la publicidad de un producto o servicio como propaganda -por lo comentado-; aunque en ciertos países de América Latina el término propaganda es comúnmente muy utilizado para todos los tipos de publicidad.

Property Advertising: Publicidad de propiedades inmobiliarias.

Propiedades de Marca: Elementos que diferencian una marca en su comunicación. También llamado Brand Properties.

Propuesta Publicitaria o de Marketing: es la comunicación de un beneficio al consumidor por la adquisición o uso de un producto.

Promotion: Realmente incluímos esta palabra para indicar que es incorrecta si nos queremos referir a una promoción. La palabra correcta cuya definición se adecúa a promoción es "Bait".

Proximity Advertising: publicidad de proximidad que se realiza en una área cercana; por ejemplo a una unidad de negocio. La [publicidad](#) de proximidad más conocida y utilizada es la que se realiza en revistas de barrio y tipo buzoneo.

Psicosociodemográfico: Relacionado con el Perfil del Consumidor.

Public Relations: cuando hablamos de public relations en inglés, la traducción al español es relaciones públicas.

Publicidad: Es toda aquella información que con objetivos comerciales se emite mediante un medio o soporte. Puede ser incentivada o no; incluso intercambiada.

Publicidad Corporativa: Es aquella publicidad que se realiza para ensalzar los beneficios y mejoras de una empresa.

PUB-PUB

Publicidad institucional: es la publicidad que realizan organismos públicos y la publicidad no comercial.

Publicidad interactiva: es la que permite una interacción entre la creatividad publicitaria o arte final y el usuario o receptor del mensaje publicitario.

Publicidad Interior: es aquella que se realiza en el interior de una unidad de negocio. Ver Publicidad en el Lugar de Venta o PLV.

Publicidad Online u on line: Es la publicidad que se realiza mediante internet.

Publicidad para PYMES: es la publicidad que se realiza para pequeñas y medianas empresas que, por lo general, tiene características diferentes a las publicidades de las grandes empresas ya que la inversión y la zona suele ser mucho más limitada.

Publicidad por email: es la publicidad que las empresas realizan a partir del envío de mensajes publicitarios por correo electrónico, que puede ser un envío único de publicidad, o puede ser un link o enlace en la firma, publicidad remunerada...

Publicidad Promocional: es la que utiliza ofertas y promociones para facilitar la prueba, ahorrar costes de inversión en anuncios en los mass media o medios publicitarios masivos, ganar clientes rápidamente y, muchas veces, recuperar rápidamente una inversión aunque el beneficio sea menor que en momentos futuros.

Publicidad Radio: es la que se realiza en emisoras de radio y que puede ser muy útil para acciones locales, en caso de ser radios locales, o a nivel estatal en programas de mucha audiencia. Los [anuncios de publicidad](#) en radio reciben el nombre de cuñas de radio; término completamente aceptado y correcto para denominar a éste tipo de comunicación comercial.

Publicidad radial: es la que se realiza en una área o radio definido en el que pretendemos impactar publicitariamente a un público segmentado por su ubicación geográfica. Por ejemplo, muchas veces las acciones de buzoneo utilizan publicidad radial.

Publicidad SMS: es la que se realiza mediante mensajes de texto o vídeo a partir de terminales o teléfonos móviles.

Publicidad Subliminal: publicidad difícilmente localizable que actúa en el subconsciente y emociones y en muchos países no está permitida.

Publicidad textil: se incluye en prendas de ropa o aquella que está en disposición de serlo.

PUB-PUN

Publicidad TV: es la publicidad en televisión. También se utiliza la abreviación "publitv" que es más internacional o Ad-TV

Publicidad Unidireccional: es la publicidad que solo tiene una dirección; de empresa a consumidor. Con internet, por ejemplo, se consigue que la publicidad sea bidireccional si se permite la interacción con el consumidor; un tema que muchas empresas potencian actualmente y están recibiendo grandes beneficios de ella, por ejemplo, gracias a las redes sociales y a internet.

Publicidad Viral: es la publicidad que tiene como objetivo que la gente la comparta. Como ejemplo claro tenemos los vídeos de street marketing y [marketing de guerrilla](#) que, por su vistosidad y originalidad; los usuarios de internet se pasan los anuncios por correo electrónico y muchas webs y blogs los incluyen para mostrarlos sin coste alguno. Como "un virus" pero desde un punto de vista positivo; se propagan.

Publicidad Web: se trata de las acciones de publicidad que se realizan en internet y en páginas web.

Publicista: profesional que se dedica a la publicidad y que habitualmente trabaja en una agencia de publicidad.

Publicity: técnica de marketing que tiene como objetivo generar noticias. También se emplea éste término para otra definición que sería para el uso de la palabra publicity en inglés y que se traduciría con el significado de "propaganda".

Publireportaje: es un anuncio de televisión que sobrepasa los 60 segundos de duración.

Puffery: del inglés; anuncio exagerado.

Puntos Calientes: Partes en que por su ubicación te fijan más, te paras más...Son partes fundamentales del merchandising y del trade marketing.

Puntos Fríos: a diferencia de los puntos calientes, estos son las partes en las que te fijan menos, te paras menos...Son partes fundamentales del merchandising y del trade marketing.

Te puede interesar >>> [Diario de Noticias de Publicidad, Marketing, Redes y Novedades](#)

QUA-REA

Quality Rating Point: es una medida creada a partir de la creencia de que no todos los Great Rating Point o Grp's tienen idéntico valor. En definitiva se trata de medir la calidad de estos, valorando tanto medidas cuantitativas como medidas cualitativas.

Quick Time: formato de archivos de video.

Racionalización: forma parte de la sociología y es una justificación de un acto creado en base a razones o motivos que no coincidían con los verdaderos ya que estos motivos permanecían inconscientes. la racionalización puede ser de cara a una segunda persona, o más claro (celos, envidia...) o individuales (autoreconocimiento, autoexplicaciones, valoración, estudio y corrección de comportamientos propios ¿Qué he hecho? ¿Por qué?...).

Radio: la radio es un medio de comunicación de masas que, en base al invento de las ondas hercianas de Hertz en 1887, dió paso al definitivo invento de la radio por G. Marconi en 1927. En España el precursor de la radio fue Radio Barcelona en el año 1927.

Raíces: Presunciones subyacentes dentro de cada persona.

RAJAR: sindicato de medición de la audiencia de radio de Gran Bretaña.

Ranking de soportes: es la ordenación de los soportes de un medio de mayor a menor en función de su público objetivo.

Rating Points: es el porcentaje de público objetivo que nos ve, por ejemplo, a una hora de un día concreto. Imaginemos por ejemplo que nos ve el 7% de nuestro público objetivo en horario de máxima audiencia; un sábado por la noche a las 23 horas. Los rating points conseguidos serán de un 7%. No confundir con los Great Rating Points que son la suma de los Rating Points para diferentes horarios y/o días.

Razones de rentabilidad: son aquellas actividades que los profesionales de marketing deben de potenciar de un producto para hacerlo más beneficioso para las empresas.

Reacción: forma de pensar y de actuar de las personas. La reacción a un mensaje publicitario siempre será de éxito si el público objetivo actúa de forma acorde a los objetivos marcados por las empresas que realizan publicidad.

Realidad aumentada: la realidad aumentada es la combinación de elementos virtuales, creados a partir de un ordenador o aplicación electrónica, que se combinan con elementos reales. La realidad aumentada se utiliza desde hace unos años en [anuncios de publicidad](#), en cine, presentaciones...y es muy vistosa, espectacular y notoria.

REA-RED

Reason Why: razón o justificación para hacer creíble la propuesta de un mensaje publicitario.

Rebajas: reducciones de precios por un tiempo limitado. Suelen ser famosas las épocas de rebajas de ciertos centros comerciales, las habituales rebajas de las tiendas outlet.

Recargo por ubicación: es aquel coste extra que el anunciante deberá pagar al medio por incluir su espacio publicitario en un lugar determinado y/o privilegiado. En televisión estaríamos hablando de por ejemplo el primer anuncio del año, el primer anuncio de una tanda de anuncios, el primer anuncio de una tanda de anuncios en prime time, anuncios en determinados programas de máxima audiencia... en prensa de una contraportada o de un anuncio en portada, de una doble página, de una página derecha del inicio de una sección muy consultada, de un magazine... puede variar. Lo mismo en radio y otros medios de comunicación que acepten publicidad.

Recall 24 horas o 24 hours recall: post-test realizado 24 horas después de la emisión de un anuncio de publicidad.

Receptor: es la persona, grupo de ellas o empresa que recibe a través de los medios un proceso de comunicación.

Recordación de Marca o Brand Awareness: se trata del grado de recordación de una marca por parte de un consumidor individual o por un grupo de ellos. Es importante que nuestro consumidor nos recuerde y nos tenga en su mente, lo que se llamaría Top of Mind o posición en su grado de recordación que en definitiva sería la marca, producto o servicio que primero nos/le viene a la mente; por ejemplo en el sector de coches, de chocolatinas, de bebidas de cola, de empresas con una correcta/mala responsabilidad social, empresas que patrocinan escuderías de motociclismo, etc. Como vemos los parámetros a medir pueden ser tan amplios como nuestra imaginación nos permita segmentar.

Recruitment Advertising: contratación de publicidad.

Recuerdo espontaneo: Es el recuerdo que tiene el consumidor de un anuncio o mensaje comercial sin incitarle ni darle datos de posible recordación inducida.

Recuerdo Sugerido: Es el recuerdo que tiene el consumidor de un anuncio o mensaje comercial dándole datos para su recordación.

Redes Abiertas: entornos y plataformas virtuales en los que es posible una comunicación entre personas libremente. Twitter y Facebook son por ejemplo, además de [redes sociales](#) ; redes abiertas.

RED-RES

Redes Sociales o Red Social: Las redes sociales son plataformas virtuales creadas para la interactividad y formadas por grupos de persona y/o empresas. También organismos públicos y asociaciones. El éxito en los últimos tiempos de las más conocidas redes como Facebook, LinkedIn, Tuenti, Twitter, etc. no exime la gran proliferación de redes sociales especializadas en temáticas, como relaciones de empresas por ejemplo, o sectoriales muy importantes para muchas empresas con actividades muy diferentes. En inglés es social network.

Rental advertising: Alquiler de publicidad.

Regalo Publicitario: Obsequio que se da en una promoción de ventas de regalo seguro.

Registro de Marca: Derecho a la explotación exclusiva de una marca que se realiza en la Oficina de Registro de Patentes y Marcas del Registro de la Propiedad Intelectual <http://www.oepm.es>.

Relaciones Públicas o RRPP: Conjunto de actividades como relaciones con la prensa (notas y comunicados de prensa, ruedas de prensa...), trato con el público o cliente en determinados casos, imagen corporativa y patrocinio.

Repartidores de Publicidad: personas que se encargan de [distribuir folletos de publicidad](#), revistas, muestras de producto, pegar carteles en el exterior de comercios y/o universidades o dentro de bares y lugares de ocio, buzoneo, colocar folletos de publicidad en parabrisas de coches, [folletos tipo perching o poming](#), etc.

Reparto en mano: se trata del reparto de publicidad en mano que puede realizarse en diferentes lugares como centros comerciales, en la calle, en ferias, en la cercanía o en algún evento...lo hacen las empresas de buzoneo, las empresas de azafatas, las empresas de field marketing y, en casos, el anunciante directamente. Hay lugares en los que puede precisarse una autorización administrativa, otros en que no y otros en que no está permitido de ninguna de las maneras y ello puede variar de muchos factores imposibles de enumerar por su amplitud y a que pueden variar por ordenanzas municipales por ejemplo.

Reparto de muestras o sampling: Es una técnica de marketing y [publicidad directa](#) que consiste en el obsequio de muestras de producto para adelantar su prueba y ahorrar otros gastos de publicidad masivos. Sirve además para introducir rápidamente un producto en el mercado, mediante su prueba gratuita, y para fidelizar a los clientes potenciales y a los esporádicos.

Resaltar palabras: Palabras a las que se les da mayor protagonismo con letras más grandes, subrayadas, en colores diferentes al resto del texto, centralmente colocadas o en negrita.

REV-RIC

Revista: es un medio de comunicación masivo o above the line (ATL) que consiste en una publicación de edición, venta/obsequio periódica. Las revistas suelen estar especializadas en un tema (deportes, moda, economía, empresas, publicidad, etc.) o en base a una asociación de intereses (revistas de barrio, revistas corporativas, revistas de una asociación, club de fútbol, etc). Los anuncios en las revistas pueden tener costes muy diferentes en función de su tirada, difusión y venta final así como de la propia calidad de la revista y costes de realización en todos los sentidos (lugar de realización y lugar de venta, transportes, redacción y periodistas, gramaje del papel, calidad de las tapas, acuerdos con proveedores y costes derivados, etc.).

Revistas Profesionales: se emplea el término "revistas profesionales" para la definición de aquellas revistas que van dirigidas un sector profesional concreto y en el que cada empresa va a encontrar un público objetivo afín a las actividades de ésta. Se supone interesado, claro. Las revistas profesionales son los medios de comunicación y publicidad de muchas empresas que, por su actividad, a veces solo invierten en éstas. Un ejemplo sería una empresa que se dedica a fabricar piezas específicas para la manutención de un yate. Sus esfuerzos publicitarios estarán bien dirigidos con la publicidad de sus productos en revistas de náutica, embarcaciones, yates y similares y serían inútiles o con un ROI bajo mínimos si invirtieran en en televisión salvo que los hicieran coincidir con un programa relacionado. Lo mismo en otros medios. La publicación en revistas profesionales, además, transmite status, presencia de marca y notoriedad que es prácticamente obligatoria para las marcas de cada sector empresarial.

Retorno de la inversión: también conocido como ROI ([¿Qué es el ROI?](#)), del inglés "return of investment"; que trata de medir y evaluar "lo recibido" en relación a "lo invertido". Es sinónimo de ROA, del inglés "Return on assets".

Rol: actividad llevada a cabo por cada miembro del grupo en el sistema o grupo. Cada individuo suele formar parte de más de un grupo, por lo que el rol en uno u otro puede diferir. En cada uno adquiere un rol, condicionado por la esencia del grupo y los otros miembros que lo componen y seguirá unas normas, reglas, ritos, símbolos, etc. dentro de él.

RGB: paleta de color que debe sus iniciales a Red, Green y Blue (rojo, verde y azul) y que también se puede utilizar con el nombre de RVA.

Rich Media: se trata de la publicidad utilizada en internet que contiene elementos perceptivos o interactivos más elaborados que el clásico banner. Son más complicados de realizar pero mucho más efectivos.

ROB-RUI

Robapáginas: formato de anuncio más común en internet que suele estar colocado en posiciones estratégicas hacia el medio de la página; buscando destacar y ser visto: Los formatos habituales de robapáginas son 300x250 píxels y 250x250 píxels; aunque también por la utilización de Google Adwords pudieran ser 200x200 píxels o 336x280 píxels. No aconsejo ninguno por encima de otro ya que considero que en función de la página y del diseño, además de la maquetación del resto de elementos; en ocasiones será mejor uno u otro. Para el anunciante, si, lo más probable es que le guste cuanto más grande su anuncio mejor. EN inglés recibe el nombre de Mid Page Unit o MPU.

Robots.txt: Se trata de una carpeta en formato archivo de texto que permite restringir el acceso de los robots de motores de búsqueda que rastrean una página web. En ella es conveniente especificar donde se encuentra el XML Sitemap. Para más información sobre éste tema no deje de consultar nuestro curso SEO de posicionamiento en páginas web o solicitarnos directamente más información a partir del mail habilitado para ello.

ROI: del inglés "return of investment"; es el retorno de la inversión que trata de medir y evaluar "lo recibido" en relación a "lo invertido". Es sinónimo de ROA, del inglés "Return on assets".

Rúbrica: frase final de un anuncio publicitario que manda un mensaje final a modo de slogan y conclusión de oferta, mensaje y propuesta.

Rueda de prensa: acto en el que se convoca a las empresas y a la prensa para divulgar una noticia.

Ruido: Interferencia de cualquier tipo que sucede entre el mensaje que realiza el emisor y su interpretación por parte del emisor.

SAT-SEO

Satisfacer la demanda: conseguir que todas las solicitudes y deseos de compra del consumidor lleguen a un punto positivo.

Script: término utilizado en diseño y [marketing online](#) y se traduce al castellano como “guión” o instrucción.

Search Marketing: Estrategias de marketing basadas en las búsquedas, no exclusivas de los buscadores sino aplicables también a publicaciones en webs, blogs, microblogging, redes sociales, foros, directorios, etc. y también buscadores

Segmentación: Técnica que consiste en la partición o agrupación del mercado en base a diferentes criterios variables.

Segundas marcas: Consiste en utilizar diferentes nombres o marcas para un mismo producto de una empresa.

Selección de ideas: evaluación, selección y eliminación de ideas que se realiza después de un brainstorming.

SEM: la definición de SEM está relacionada con la de SEO, pero es más amplia ya que incluye además del posicionamiento en buscadores, actividades de marketing online que hacen que un resultado o página web aparezca en los buscadores incluyendo los anuncios de pago por click o PPC, de pago por venta o PPL (del inglés pay per lead) o pago de exposiciones del anuncio; generalmente calculadas en costes por cada mil. Las siglas SEM corresponden a la terminología inglesa Search Engine Marketing.

SEO: se trata de optimizar una página web para que los motores de los buscadores localicen la información, buscando colocar en las mejores posiciones las webs de las empresas. Su definición proviene del inglés y debe sus siglas a Search Engine Optimization.

SEO analysis: Procesos de análisis o analítica web relacionado con el posicionamiento de páginas web para los que se emplean herramientas y software o programas especializados en el marketing de buscadores.

SEO business: negocio de posicionamiento de páginas web,

SEO company: empresa de posicionamiento de páginas web.

SEO free: optimización y posicionamiento web gratuito y sin coste.

SEO-SHO

SEO HTML: posicionamiento web basado en el lenguaje informático HTML.

SEO on page: optimización interna de una página web. Forma parte de las técnicas de [posicionamiento de páginas web](#) en buscadores o SEO. Es el apartado que ajusta una web para que los motores de búsqueda (de Google, Yahoo, Bing...) puedan rastrear adecuadamente una página web ya que se les facilita el camino para ello indicando el nombre de la web, su contenido, las partes importantes, el idioma, título de imágenes y varios detalles más que pueden ustedes ampliar a partir de nuestra sección de posicionamiento natural.

SEO Software: programas informáticos que sirven para el trabajo de posicionamiento natural en buscadores y optimización de páginas web o SEO (Search Engine Marketing).

SEO Tools: herramientas para realizar el posicionamiento de (su/s) páginas web.

SEO Web: web especializada en posicionamiento web o SEO. También se utiliza en frases coloquiales como "voy a hacer tu SEO Web" y similares, haciendo referencia al trabajo a realizar en posicionamiento web.

Serious games: juegos de videoconsolas y ordenadores que se dirigen a targets específicos como pueden ser salud, entrenamiento personal, medicina...y en los que los intereses de marketing y publicidad están creciendo mucho en los últimos años debido a tener un claro público objetivo.

SERP: la definición de SERP proviene de las siglas obtenidas del inglés de Search Engine Result Page; que es en definitiva la página de resultados de las búsquedas realizadas a partir de los buscadores. Dicho de otra forma, si vamos a Google y buscamos por ejemplo "definición de [diccionario de marketing](#)"; la página que nos muestra los resultados es la SERP.

Service SEO: servicios de posicionamiento web.

Servicio post-venta: Son todas aquellas actividades que la empresa pone a disposición del cliente para el correcto uso, reparación, información, etc. De un producto o servicio.

Servidor: potente ordenador central que posibilita la acción a páginas y usuarios de internet.

Showroom: La palabra showroom se usaba (y se usa) para designar el evento de presentación de una colección de un diseñador y se hace como un evento privado y para personas concretas, pudiendo ser prensa, tiendas interesadas en el producto, clientes potenciales (definición por Panambí Martínez de Panambi Eventos y productora de eventos de moda, estilista y coordinadora del showroom PROMODELIA).

SIN-SUP

Sinéctica: es un brainstorming en el que los participantes si pueden debatir, valorar e interactuar entre ellos.

Sitio Web o Website: Dirección de internet principal. Se la considera la página principal o home, y es a su vez un dominio .com, .es, .net, .org, .cat....Puede tener varios subdominios o páginas vinculadas. Es un arma de comunicación importante, una carta de presentación a disposición de cualquier internauta y ventas las 24 horas del día y los 365 días del año.

Slogan: Rúbrica publicitaria también conocida como titular o claim.

Sobreestimación de la demanda: preveer unas ventas superiores que pueden dar lugar a stocks y problemas financieros o de objetivos y a la retirada de un producto del mercado.

Soporte o soportes publicitarios: Diferentes opciones y empresas que tenemos para realizar publicidad en un medio de comunicación. De esta forma, por poner un ejemplo, el medio televisión tendría muchos canales que son, cada uno de ellos, los diferentes soportes.

Splogs: blogs de contenido spam y/o correos no deseados.

Spot: es un anuncio de [publicidad televisión](#).

Stand: Espacio que contrata una empresa para la presentación de servicios en una feria.

Stats: Ratio publicitario que calcula las personas que han comprado un producto habiendo visto su publicidad, y las que lo han hecho sin haberla visto.

Stock: Cantidad de producto que se tiene fabricado y almacenado, preparado para su venta o esperando que esta se consume.

Stopper: Elemento de PLV que te hace parar (stop) donde está colocado el producto captando la atención del consumidor.

Street Marketing: aplicación de publicidad directa en la que se pone en contacto directo a la marca con el público. Se realiza en la calle, sin previo aviso, y las empresas que lo realizan graban un vídeo de la realización de éste tipo de publicidad para realizar [marketing viral](#).

Supermercado: unidad de negocio minorista de hasta 2000 metros cuadrados. Suelen formar parte de grandes cadenas empresariales; aunque no es obligatorio.

Superservicio: como supermercado pero de hasta 400 metros cuadrados.



TAB-TEA

Tablón de anuncios: es un lugar específico para colocar [anuncios de publicidad](#) que podemos encontrar por ejemplo físicamente en Universidades o virtualmente en muchas páginas de internet o anuncios clasificados.

Táctica: Técnica o pasos para conseguir una meta o fin.

Tara: fallo, error o merma de calidad de un producto.

Target Group: Son las personas o parte del mercado que las empresas se marcan como objetivo y para el que han pensado y puesto en marcha el proceso de marketing. También denominado Clientes Objetivo.

Target o público objetivo: personas y parte del mercado al que vamos a dirigir nuestros esfuerzos de comunicación, publicidad, marketing, [fuerza ventas](#)...Es importante tener en cuenta que cada producto tiene su target, y raro es aquel que va destinado a todo el mundo. Afinar, definir y dirigirnos adecuadamente al target, y realizar posteriormente una clara y concisa aplicación, nos permitirá el éxito de nuestra publicidad.

Target Potencial: es el conjunto de personas o porcentaje que nos usuario o comprador actual, pero está en disposición o posibilidad de serlo.

Target Primario: es el conjunto de personas del que tenemos datos e información de que consumen nuestro producto.

Tarjetas de Visitas: documentos impresos de reducidas dimensiones para facilitar su conservación y almacenamiento, en los que se incluyen los datos personales y/o de empresa y se dan a otros profesionales y/o empresas para que dispongan de ellos.

Tarifas de publicidad: Costes que cada soporte publicitario carga al anunciante por la inserción, publicación o emisión de [anuncios de publicidad](#) y habitualmente su medio de subsistencia y razón de ser.

Task Force o Fuerza de Ventas: Acción de ventas que implica a un grupo de personas o agentes comerciales.

TEA: Tasa de Actividad Emprendedora.

Teaser: primeras imágenes de muestra que se originan de la grabación de un anuncio de publicidad o de una película. Suelen utilizarse como muestra en las notas de prensa para dar una primera idea del anuncio y poder ilustrar los textos.



TEA-TEO

Team Guerrilla: equipo realiza una acción de marketing de guerrilla. Pueden ser actores, figurantes, azafatas, repartidores o personal especialmente contratado para hacer una acción de guerrilla, por ejemplo de street marketing, que va preparado con un pitch o rol definido. Son habituales los disfraces, la utilización de medios atípicos o no convencionales y diferentes; por lo que deben de ir con un rol muy bien marcado. Las acciones , empresas de publicidad y empresas que realizan acciones de [marketing de guerrilla](#) están teniendo especial auge y éxito por la coyuntura económica actual a de enero de 2011.

Telefonista o Telemarketer: profesional que realiza la emisión de llamadas de telemarketing.

Telemarketing o marketing telefónico activo: son las actividades de marketing que se realizan vía telefónica en las que se llama a los consumidores.

Telemarketing o marketing telefónico pasivo: son las actividades de marketing que se realizan vía telefónica en las que el cliente es el que llama.

Telemarketing o marketing telefónico: son las actividades de [marketing](#) que se realizan vía telefónica y fundamentado en una base de datos.

Televisión: la televisión aparece en años posteriores a la segunda guerra mundial. El inventor de la televisión fue John Logie Baird (1888-1946). La televisión es el medio publicitario "rey", seguida actualmente muy de cerca por internet, pese a que los últimos estudios siguen diciendo que la efectividad de los anuncios en televisión es mucho mayor. EL auge de la televisión llegó en 1960, época en que los canales de televisión estaban controlados por el estado y por tanto relacionados con partidos políticos. La televisión privada nace en España en 1989 y actualmente más de 95% de los españoles disponen de por lo menos un televisor en sus domicilios.

Televisión Local: es la que emite no para un conjunto de una nación sino para territorios reducidos de ella. Se estima en más de 500 canales y Sofres no los estudia. La primera televisión local se creó en Cataluña en la localidad de Cardedeu.

Televisión Nacional: es la que emite para toda una nación. Sofres si las estudia.

Televisión por satélite: es aquella televisión que emite por datos recibidos a partir de satélites. Entre ellas podemos citar Hispasat, Eutelsat, Astra perteneciente a Canal Plus...

Teoría de la estructura de precios de Monique Zollinger: estudio que trata sobre como los precios influyen en los consumidores.



TEO-TIP

Teoría económica de Alfred Marshall: viene a decir que los consumidores valoran la utilidad de un producto en base a su precio sin tener en cuenta ninguna otra variable.

Teoría intermedia: es una mezcla en la teoría económica de A. Marshall y la teoría psicológica de S. Freud. En la que se da importancia tanto a los atributos económicos como a los psicológicos.

Teoría psicológica de Sigmund Freud: es completamente opuesta a la teoría económica de Alfred Marshall y da especial importancia a los elementos psicológicos y emocionales de los consumidores en los procesos de compra.

Test de mercado abierto: es la mejor y más completa ya que se realizan en zonas determinadas, localidades completas por ejemplo, y se utiliza ya [publicidad](#) y promoción de ventas. Lógicamente necesita mayor inversión que los otros tipos de test de producto que realizan las empresas.

Test de atributos: se trata de una investigación que define la importancia que dan los consumidores a las diferentes características de los productos.

Test de mercado controlado: es el test de mercado (ver definición) que se realiza solo en unos puntos de venta o unidades de negocio seleccionadas.

Test de mercado: busca tener los primeros datos de la comercialización de un producto pero poniéndolo a disposición de una pequeña parte del mercado.

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Tiempo de emisión: Como su propio nombre indica es el espacio temporal que se transmite un mensaje de comunicación. Por ejemplo en televisión la pieza creativa o spot; suele durar unos 20 segundos y; en radio unos 10. Puede variar lógicamente.

Tienda tradicional: unidad de negocio minorista de cualquier tipo de productos con carácter de barrio y habitualmente negocio familiar.

Timing de emisión: es el tiempo que durará un anuncio y la hora y minuto en el que se emitirá en televisión.

Tipologías: Se refiere a tipos de consumidor que se agrupan en determinados perfiles de individuos o personas que comparten elementos comunes.



TIP-TUM

Tipos de Target: Son 3; prescriptor, consumidor y comprador.

Titular: Rúbrica publicitaria también conocida como claim o slogan.

Tono: Estilo propio que va a tener un proceso creativo y de comunicación en general.

Trade Marketing: se apoya en el merchandising siendo un [marketing](#) más de calle.

Transmisor o emisor: es la persona, grupo de ellas o empresa que pone en marcha un proceso de comunicación, emitiendo un mensaje que llegará a través de los medios a un receptor.

Trend: del inglés; tendencia.

Tríptico: folleto de publicidad, propaganda o informático que tiene tres pliegues, conformando tres caras o partes para transmitir un mensaje de comunicación.

Trough The Line o TTL: combinación de acciones de publicidad BTL o [Below The Line](#) (por debajo de la línea) en medios no masivos con otras ATL (Above The Line) en medios de comunicación masivos.

Tumblelog: es una página de microblogging realizada por una sola persona.

Tweet: término ya incluido en el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española que define a la acción de incluir un mensaje o sugerencia en el timeline del [microblog](#) Twitter.

UNI-VAL

Unidades Móviles: se trata de microprogramas, por ejemplo de televisión radio, realizados desde la calle o un evento y retransmitidos en directo o emitidos tras su grabación, aportando información relevante para el programa en el que se reproducen (por ejemplo en un Telediario, en un programa deportivo, etc.). Las unidades móviles están compuestas por personas y pueden ser o no con fines comerciales y de publicidad: lo más usual es que sean únicamente informativas.

URL: es la dirección única e independiente que tiene cada página de internet como por ejemplo <http://www.PublicidadyMarketingWeb.com>

User: del inglés, usuario.

USP o Unique Selling Proposition: En castellano se traduciría como Propuesta Única de Venta y forma parte de la filosofía de Roser Reeves; en la que un único elemento o beneficio es utilizado para un proceso comercial publicitaria. Por poner un ejemplo, sabemos que una pasta de dientes limpia los dientes, les da belleza, nos hace sentir más seguros, previene contra las caries, lucha contra el sarro y muchas cosas. Más. Bien, la USP marcaría destacar un único beneficio para dirigirnos a un target determinado; “el que tiene caries”, “el que quiere realzar su sonrisa”, etc.

Usuario: persona que utiliza un producto, servicio...de pago o gratuito.

Vale descuento: También llamado cupón o ticket de descuento. Consiste en un [folleto](#) en papel mediante el que el consumidor obtiene un descuento en la compra de un producto.

Valor Añadido: Es la parte que recibe de más un consumidor, material o emocional, al efectuar un proceso de compra y adquisición de un producto (status, etc.).

Valor de marca: es el que se atribuye a la importancia de una marca en el mercado.

Valor de mercado: importancia que se la empresa da a determinados mercados.

Valores Ambientales: son los valores que tienen ver con el medio ambiente.

Valores Culturales: valores que tienen ver con los aspectos culturales de las personas.

Valores Económicos: valores que tienen ver con los aspectos culturales de las personas.

Valores Expresivos: son los valores que tienen ver con las expresiones de las personas.

VAL-VEN

Valor Primario: Razón y característica por la que ha sido creada un producto.

Valores Psicológicos: Los que tienen ver con las emociones.

Valor Secundario. Razón y característica de menor trascendencia e importancia por la que ha sido creada un producto.

Valores Sociales: Los que tienen ver con las relaciones de las personas.

VALS: sistema de clasificación de los estilos de vida muy utilizado en marketing en psicología del consumo. Su aplicación directa sobre la segmentación de los mercados hace al sistema VALS una referencia en marketing.

Value Marketing: concepto de marketing basado en tres apartados básicos como la el diseño de un producto, sus comunicaciones empresariales (publicidad, rrpp...) y su consecuente venta.

Value: del inglés, la definición es correspondiente al término traducido al castellano "Valor"

Variables Psicodemográficas Cualitativas: Son los estilos de vida y de consumo.

Variables Sociodemográficas Cuantitativas: llamadas N.E.S. (Nivel de Estrato Social) son sexo, edad, religión, estudios..

Vendedor o agente comercial: profesional que puede ser interno o externo de una empresa que se limita a conseguir acuerdos de venta.

Venta Agrupada: actividad promocional de un solo producto que consiste, por ejemplo en la venta de tres unidades al precio de dos; lo que sería lo mismo a vender a un 33% de descuento.

Venta Directa: es la venta que realizan las empresas fabricantes directamente a sus clientes utilizando cualquier sistema de publicidad o comunicación como la venta personal, anuncios de televenta, tiendas del propio fabricante...

Venta Personal: Acción comercial directa de un agente comercial que recibe rápidamente una respuesta del destinatario de la información.

Ventas: Es la cantidad de unidades de productos que las empresas consiguen que el mercado compre.

VER-VOD

Verbatings: se trata de la transcripción de datos que se realiza de los estudios de mercado realizados para un productos (encuestas, sondeos, entrevistas personales, reuniones de grupos, test de productos personales...).

Vídeo Advertising: es la publicidad realizada a través de vídeos y emitida en cualquier medios o soporte audiovisual.

Vídeos Virales: los vídeos virales son aquellas grabaciones, normalmente de audio y vídeo, que se realizan para conseguir que su visualización se propague de amigo a amigo, de conocido a conocido o utilizando inserciones de los mismos en plataformas de almacenamiento y redifusión de vídeos como la más importante de todas; YouTube de Google. También webs y blogs. Los vídeos virales pueden ser comerciales o no, es decir, pueden incluir una marca, producto o servicio. Se trata de una publicidad tipo marketing de guerrilla below the line de bajo coste y en el que será de vital importancia para su éxito conseguir un producto final agradable de ver, divertido, diferente y original...que transmita la sensación y motive al receptor a compartirlo nuevamente; multiplicándose de esta forma su visión y posible éxito. El [vídeo viral publicitario](#) de más éxito en 2010 ha sido la campaña de Tipp-Ex y suelen utilizarse en casi todas las acciones de [marketing de guerrilla](#) y street marketing.

Viral advertising: término cuya definición corresponde a lo que español conocemos como publicidad viral.

Visitas o visitantes: número de personas que han venido a un establecimiento, a un evento o han llegado hasta un espacio web. Pueden medirse de diferentes formas, por ejemplo en los campos de fútbol mediante el análisis de tickets y abonos que han accedido a un estadio o, también en internet mediante programas informáticos como Google Analytics o Etracker aunque la mayoría de servidores suele incorporar en sus servicios un contador de estadísticas para medir estas visitas.

Vodcast o Vlogs: vídeos que se comparten online y que tiene como objetivo posicionarse como experto y/o conseguir una promoción de ventas. No se trata de necesariamente de vídeos corporativo-comerciales, ya que perfectamente pueden ser entrevistas, reportajes, explicaciones, cursos, etc. Cuanto más interese a la gente; más éxito tendrá un vodcast que, además puede darnos muchas visitas a nuestras páginas web, mucha notoriedad y popularidad Los vodcast pueden colgarse (colocarse, publicarse....) en una web, en un blog, en un CD o DVD para ser enviado o regalado, etc. El objetivo es llegar a nuestro cliente y que nos conozca, impresionándole con un contenido de calidad.



W3C-WEB

W3C: Consorcio de personas que crearon las tecnologías de internet. Del inglés, World Wide Web Consortium y que estable los estándares de la red. Dirigida actualmente por Tim Berners-Lee y organización sin ánimo de lucro..

Wage Structure: estructura de salarios que marca una empresa.

Wall Advertising: es la publicidad que podemos encontrar en los laterales de los edificios. Por ejemplo los carteles que colocan las empresas de [marketing directo](#)..

Warketing: término de marketing que se asocia a la relación entre una actividad de mercadotecnia y la guerra, war en inglés, lucha o combate. Es un marketing agresivo, centrado completamente en la competencia.

WATS: es la Banda Ancha de los Servicios Telefónicos y proviene de sus siglas en inglés Wide Area Telephone Services.

Ways to advertise: vía para anunciarse. Se entiende en definitiva como los medios y soportes publicitarios disponibles y aptos para que una empresa ponga en marcha sus estrategias publicitarias y sus tipos de publicidad.

WCAG: World Content Accesibility Guidelines o directrices de accesibilidad al contenido de una página web. regidas por la W3C.

Web 2.0: De acuerdo con la definición de Gaby Menta, Consultor Internacional de Acrobat & PDF Technical Evangelist y Fundador de Acroworld 2.0 en el primer número de la muy recomendada revista argentina Digital Design la web 2.0 "es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas en el usuario final. La web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología". El término fue acuñado por Dale Dougherty de O'Reilly Media.

Web advertisements o web ads: anuncios de publicidad que se encuentran en cualquier espacio [web de internet](#). La traducción del inglés al castellano sería "anuncio web" o anuncios en webs.

Web advertising companies: empresas especializadas en [publicidad online](#) y en poner en marcha tipos de publicidad y anuncios publicitarios en correcto desarrollo para el éxito en la red. Si habláramos de web advertising agency; estaríamos hablando de una agencia especializada en anuncios de internet.



WEB-WEB

Web amigable: cuando hablamos de una web amigable estamos hablando de una página web que ha sido optimizada para que los motores de búsqueda puedan leer correctamente la información que hay en ella y la clasifiquen adecuadamente en los SERP de los buscadores. Por ejemplo en Google, Yahoo y Bing. Una web amigable se consigue a partir de la optimización interna de la web, del inglés SEO on page; y forma parte de las técnicas de posicionamiento de páginas web o SEO.

Webinars o Webminars: ambos términos son utilizados y comparten una misma definición. Se trata de seminarios realizados a partir de internet, en la que una empresa organiza un seminario en línea en la que pueden participar, o no, expertos como ponentes. Por tanto, webinar o webinar es el acrónimo de las palabras "web" y "seminar"; del inglés "seminario". Los usuarios que se apuntan a un webinar pueden hacerlo de forma gratuita en algunos casos, aunque también existen webinars sin coste. El objetivo es compartir, aprender y, para la empresa que lo realiza, posicionarse en el mercado; por ejemplo con un webinar sobre marketing online, sobre posicionamiento en buscadores, sobre nuevas técnicas de creatividad publicitaria, etc; aunque no están exclusivamente ligados al marketing o a la publicidad. Serían sinónimos de webinar o webinar utilizar "seminario online", "seminario en internet", "seminario web" y similares. Existen interesantes webinars como los de Adobe sobre diseño web, en inglés los de HubSpot o Compete de marketing online o, en castellano también de marketing online; los organizados por Emblue desde Argentina o desde Barcelona en España por Quiterian sobre analítica web..

Weblog: se trata de un espacio en internet mezcla de una web y un [blog](#), ya que conserva las características de un blog permitiendo la interacción 2.0 de sus usuarios, conexión a redes sociales y ha sido creado mediante un CMS o gestor de contenidos pero su dominio ha sido adquirido y presenta una apariencia de web corporativa y no de una bitácoras de redacciones, textos y contenido personal sino de empresa, fuente de noticias, comunidad...

Webmaster: persona que administra o realiza una página web de internet o un blog.

Website o Sitio Web: Es una dirección de internet principal. Se la considera la página principal o home, y es a su vez un dominio .com, .es, .net, .org, .cat....Puede tener varios subdominios o páginas vinculadas. En la actualidad es un arma de comunicación importantísima para muchísimas empresas, una carta de presentación a disposición de cualquier internauta y una posibilidad de ventas constante las 24 horas del día y los 365 días del año.

Website Advertising o Web de Publicidad: ambos términos son sinónimos, uno en inglés y el otro en español, y definen a los espacios de internet que incluyen información y/u ofrecen servicios publicitarios en cualquiera de sus disciplinas y tipos de publicidad.

WEB-WWW

Website Marketing o Web Marketing: términos en inglés perfectamente aceptados e incorporados al lenguaje de marketing en español que definen a un espacio web en internet de mercadotecnia o web de marketing. Pueden ser considerados como marketing websites todos aquellos que incluyan información o comercialización de cualquier producto o servicio vinculado con el marketing, entre los que lógicamente se incluiría a PublicidadyMarketingWeb.com

White Brand: Es la marca blanca utilizan muchas empresas para comercializar sus productos, que a su vez también pueden estar ofreciéndose al público con un nombre de marca marca primera.

Widgets: pequeñas aplicaciones informáticas en forma de iconos gráficos que se utilizan en páginas web para permitir la interacción con el usuario o visitante. Por ejemplo enlaces de suscripción, iconos de alta en redes sociales en las que forme parte la web y/o la empresa editora, etc.

Wireframe: mapa mental de la estructura y partes necesarias de una página web que se plasma en un diseño o dibujo plenamente estructural.

Wiki: se trata de una página de internet en la que los usuarios pueden redactar y compartir sus propios contenidos, artículos, conocimientos...y forman parte de una comunidad entorno a la web afín a un tema, más o menos generalista o especializado. Existen páginas tipo wiki multitemáticos y, recientemente éste tipo de páginas ha tenido mucha repercusión mediática debido a la página wiki más conocida del mundo. Creemos que sabe usted de cual estamos hablando.

Workflow: Trabajo a realizar por una empresa y/o por los profesionales que la componen para poder alcanzar unos objetivos definidos en el tiempo. Forma parte de las estrategias o cuanto menos está muy vinculado.

WorkGroup: Grupo de trabajo.

Wrapper: envoltorio de un producto en el que se incluye la marca, la información del producto y signos de identidad corporativa.

www o World Wide Web: toda la parte gráfica que puede encontrarse en internet.

YES-ZZZ

Yesterday Interview: del inglés, es la entrevista del día después que puede hacerse a raíz de un estudio de mercado, para realizar comprobaciones, cambios, estudiar experiencias después de probar un producto o servicio...

Zig Zag Spread: Anuncio en forma de ziz-zag en papel (revistas, prensa...). Es un anuncio flexible que generalmente permite abrir el papel y modificar su forma en base a un mecanismo de apertura definido. Puede incluir una muestra de producto dentro de él, un pequeño folleto...

Zip Ad, anuncio zip o anuncio adjunto: es el anuncio que está impreso en el exterior de la envoltura de un producto y que puede desplegarse, abrirse, recortarse o separarse del mismo para su posterior uso (mediante introducción de claves por internet para la participación en un concurso por ejemplo) o envío postal (para obtener un premio directo, participar en un concurso, etc.).

Zona de influencia: es la zona en la que el producto va a tener repercusión. Es aplicable a servicios, y como producto tenemos que entender por ejemplo las ventas de una tienda. Es decir, la zona de influencia de ventas de una tienda. Con ello obtenemos que por ejemplo la zona de influencia de ventas de un centro comercial puedan ser diferentes ciudades a su entorno, o quizás solo el centro de una ciudad en un área limitada. Buscando un ejemplo opuesto o de un área de influencia más reducida, encontramos negocios como una peluquería, un colmado, una ferretería, etc. en la que su área de influencia va a limitarse a unas pocas calles a la redonda de la unidad de negocio. La zona de influencia es básica e importantísima en la planificación de acciones de reparto de publicidad directa como [buzoneo](#), poming, perching y los repartos de folletos de publicidad en mano, parabriseado, pegada de carteles...

Zone Price: es el precio que se aplica a un producto en una zona. Pude depender que el precio de una zona u otra sea diferente, por los costes de transporte; por lo que es normal ver determinados productos a precios diferentes depende de la zona en la que nos encontremos.

Zoning: Fijación de precios por zona.

PublicidadyMarketingWeb.com

Septiembre de 2011, Barcelona, España
prensa@publicidadymarketingweb.com