

Glosario integral

de e-commerce y marketing digital

El vocabulario completo de tu proyecto digital, en un solo lugar: 77 términos listos para consultar en cualquier etapa del curso.

77

TÉRMINOS

5

CATEGORÍAS

4

MÓDULOS



● EDICIÓN 2026

Juan David Monsalve Ospina

Coordinador Facultad de Innovación y Desarrollo · U de Colombia

www.juamonsalvedigital.com

Cómo usar este glosario

Este glosario consolida los términos clave usados a lo largo del curso de e-commerce, organizados en cinco categorías temáticas. Cada categoría tiene un color de referencia que se repite en el índice, en el encabezado de cada página y en el índice alfabético final.

Puedes consultarlo por categoría, según el tema que estés trabajando (por ejemplo, normatividad o SEO), o usar el índice alfabético del final para ubicar un término específico rápidamente.

Mapa de categorías



El recorrido de un proyecto real

Las cinco categorías siguen, en la práctica, el mismo orden en que se construye un proyecto de e-commerce: primero se entiende el negocio y su marco legal, luego se define la estrategia de marketing, después se maqueta el sitio, se produce el contenido y finalmente se publica con SEO.



Contenido del glosario

Ubica rápidamente la categoría que necesitas consultar.

● A · Comercio electrónico y normatividad	16 términos	Pág. 4
● B · Marketing digital y ecosistema	18 términos	Pág. 6
● C · Diseño y maquetación web	22 términos	Pág. 8
● D · Contenido, marca e IA	15 términos	Pág. 10
● E · SEO y publicación	6 términos	Pág. 12
● Índice alfabético (A-Z)	77 términos	Pág. 13

Total del glosario: 77 términos únicos, consolidados a partir de los 4 módulos del curso de e-commerce.

Comercio electrónico y normatividad



E-commerce

Compra, venta, distribución y mercadeo de bienes o servicios por medios electrónicos.

E-business

Conjunto de procesos digitales de un negocio (ventas, logística, CRM), más allá de la transacción de venta.

Marketplace

Plataforma digital que agrupa la oferta de múltiples vendedores.

Modelos de comercio (B2C, B2B, C2C, B2G, D2C, C2B)

Clasificación del e-commerce según quién vende y quién compra: empresa, negocio, consumidor o Estado.

Dropshipping

Modelo donde se vende sin inventario propio; el proveedor despacha directo al cliente.

Suscripción

Modelo de pago recurrente por acceso continuo a un producto o servicio.

Comerciante

Persona natural o jurídica que ejerce actividades mercantiles de forma habitual.

Registro mercantil

Trámite ante la Cámara de Comercio que formaliza legalmente a un comerciante.

Del negocio a la formalización

Estos ocho términos describen qué es el comercio electrónico y bajo qué modelo puede operar un negocio antes de formalizarse legalmente ante la Cámara de Comercio.

Comercio electrónico y normatividad

RUT

Registro Único Tributario ante la DIAN.

Facturación electrónica

Documento fiscal digital validado por la DIAN.

DIAN

Entidad colombiana que regula la facturación electrónica y los tributos.

SIC

Superintendencia de Industria y Comercio: autoridad de protección al consumidor y de datos personales.

Habeas Data

Derecho a conocer, actualizar y rectificar los datos personales propios.

PQR

Peticiones, quejas y reclamos del consumidor.

Derecho de retracto

Facultad de desistir de una compra en línea dentro de 5 días hábiles, sin justificar la razón.

PSE

Pagos Seguros en Línea: pasarela de débito bancario usada en Colombia.

Marco normativo de referencia

Norma o entidad	Qué regula
Ley 527 de 1999	Validez jurídica de los mensajes de datos y la firma digital
Ley 1480 de 2011	Estatuto del Consumidor, incluido el derecho de retracto
Ley 1581 de 2012	Protección de datos personales (Habeas Data)
Decreto 1074 de 2015	Obligaciones específicas del comercio electrónico

Ver también: Módulo 1 · Conceptos, conceptualización y normatividad del comercio electrónico en el contexto colombiano.

Marketing digital y ecosistema

Ecosistema digital

Red de canales, plataformas y datos interconectados que atraen, convierten y fidelizan clientes.

Funnel / embudo de marketing

Recorrido del usuario desde que conoce la marca hasta que compra.

SEO

Optimización para motores de búsqueda; genera tráfico orgánico.

SEM

Publicidad paga en buscadores y redes sociales.

KPI

Indicador clave de desempeño usado para medir resultados.

CRM

Sistema para gestionar la relación y el historial con los clientes.

Conversión

Acción deseada que cumple un usuario: compra, registro, clic.

Customer journey

Recorrido completo del cliente a través de todos los canales de la marca.

CAC

Costo de Adquisición de Cliente: cuánto cuesta conseguir un nuevo comprador.

LTV

Valor total que un cliente genera durante su relación con la marca (Lifetime Value).

Cómo se conectan estos términos

El ecosistema digital articula los canales (SEO, SEM, redes sociales, email) alrededor del embudo de marketing. Los KPI, el CAC y el LTV permiten medir si esa articulación realmente convierte visitantes en clientes recurrentes.

Marketing digital y ecosistema

Social commerce

Venta directa de productos a través de redes sociales.

Remarketing

Anuncios dirigidos a usuarios que ya visitaron el sitio.

Email marketing

Comunicación por correo para retener, recuperar carritos y fidelizar clientes.

Marketing de contenidos

Atraer mediante contenido de valor, antes de la intención de compra.

Influencer marketing

Un creador de contenido recomienda el producto a su audiencia.

Marketing de afiliados

Un tercero promueve el producto y recibe comisión por venta generada.

Carrito abandonado

Compra iniciada por el usuario pero no finalizada.

Tasa de conversión

Porcentaje de visitantes que completan una compra u otra acción deseada.

Canales por etapa del embudo

Etapa	Canales relacionados
Atracción	SEO, SEM, marketing de contenidos, influencer marketing
Conversión	Social commerce, remarketing, marketing de afiliados
Fidelización	Email marketing, CRM, customer journey

Ver también: Módulo 2 · Ecosistema digital para el e-commerce y su conexión con el marketing digital.

Diseño y maquetación web

CMS

Sistema de gestión de contenidos para crear y publicar un sitio sin programar.

Wireframe

Boceto esquemático de una página, sin diseño final, que define la estructura.

Mockup

Representación visual más cercana al diseño final que el wireframe.

Prototipo

Versión navegable e interactiva del diseño antes de maquetar en el CMS.

UX

Diseño centrado en la experiencia y facilidad de uso del visitante.

UI

Diseño de los elementos visuales con los que interactúa el usuario.

Landing page

Página única enfocada en una sola acción o llamado a la acción.

Plataforma web

Sitio con varias páginas que presenta la marca de forma institucional.

Tienda en línea

Sitio con catálogo, carrito de compras y pasarela de pago.

Responsive

Diseño que se adapta automáticamente a distintos tamaños de pantalla.

Dominio

Dirección única del sitio en internet, por ejemplo tunegocio.com.

Hosting

Servicio de alojamiento donde vive el sitio web.

Plantilla (template)

Estructura de diseño prediseñada que se personaliza con contenido propio.

Editor drag-and-drop

Editor visual de "arrastrar y soltar" bloques, sin escribir código.

Favicon

Pequeño ícono que identifica al sitio en la pestaña del navegador.

Breadcrumb

Ruta de navegación que muestra al usuario dónde está dentro del sitio.

Above the fold

Contenido visible en pantalla antes de hacer scroll.

Mapa de sitio (sitemap)

Esquema que organiza todas las páginas de un sitio web.

Checkout

Proceso final de pago dentro de una tienda en línea.

Carrito de compras

Permite agregar varios productos antes de pagar.

Pasarela de pago

Integración con PSE, tarjetas u otros medios de pago.

Formulario de contacto

Bloque que permite al visitante enviar un mensaje directo al negocio.

Diseño y maquetación web

Estos términos cubren tanto la estructura de un sitio (CMS, wireframe, mapa de sitio) como los elementos que distinguen a una landing page, una plataforma web y una tienda en línea entre sí.

Del boceto al sitio publicado

Etapas	Términos relacionados
Antes de maquetar	Wireframe, mockup, prototipo, UX, UI
Tipo de sitio	Landing page, plataforma web, tienda en línea
Configuración técnica	CMS, dominio, hosting, plantilla, responsive
Elementos de navegación	Favicon, breadcrumb, mapa de sitio, above the fold
Conversión y pago	Checkout, carrito de compras, pasarela de pago, formulario de contacto

Ver también: Módulo 3 · Maquetación de proyectos web mediados por CMS.

Contenido, marca e IA

IA generativa

Inteligencia artificial capaz de crear texto, imagen o video a partir de instrucciones.

Prompt

Instrucción que se da a una herramienta de IA para obtener un resultado.

Identidad de marca

Conjunto de colores, tipografía y tono que distingue a una marca.

Paleta de color

Selección de colores principales usados de forma consistente en el sitio.

Tono de voz

Estilo de comunicación de una marca: formal, cercana, divertida, etc.

Copywriting

Escritura de textos persuasivos orientados a lograr una acción del lector.

Banco de imágenes

Plataforma con fotografías de uso libre o licenciado.

Ficha de producto

Página individual de un producto con foto, precio y descripción.

Variante de producto

Opción de un mismo producto: talla, color u otra característica.

CTA (Call to Action)

Botón o texto que invita a una acción concreta del usuario.

PNG con fondo transparente

Formato de imagen que permite superponer un logo sin fondo blanco.

Header

Parte superior del sitio donde suele ir el logo y el menú.

Jerarquía tipográfica

Uso de distintos tamaños y pesos de letra según la importancia del texto.

Compresión de imagen

Reducir el peso de un archivo de imagen sin perder calidad visible.

Migración de contenido

Traslado de textos e imágenes desde su preparación hacia el CMS.

Contenido, marca e IA

Estos términos abarcan desde la generación de un logo con inteligencia artificial hasta la redacción de textos y la preparación de fichas de producto, todo antes de migrar el contenido al CMS.

Del prompt al contenido publicado

1. Definir la marca

Identidad, paleta de color y tono de voz antes de escribir cualquier texto.

2. Producir el contenido

Copywriting, banco de imágenes o IA generativa, y fichas de producto.

Ver también: Módulo 4 · Diseño web para no diseñadores.

SEO y publicación

Elementos que se configuran al cargar y publicar cada página del sitio, y que determinan si aparece bien posicionada en los resultados de búsqueda.

Meta descripción

Texto breve que resume una página para los resultados de búsqueda.

Texto alternativo (alt)

Descripción de una imagen usada para SEO y accesibilidad.

URL amigable

Dirección de página corta y legible, sin códigos automáticos.

Palabra clave

Término que se espera que un usuario busque para encontrar la página.

Título de página

Nombre único de cada página, mostrado en resultados de búsqueda y en la pestaña del navegador.

Velocidad de carga

Tiempo que tarda un sitio en mostrarse completamente; afecta el SEO y la experiencia.

Checklist rápida de SEO por página

Elemento	¿Dónde se configura en Wix?
Título y meta descripción	Panel de SEO de cada página
Texto alternativo	Configuración de cada imagen subida
URL amigable	Configuración de la ruta de cada página

Índice alfabético (A-Z)

Los 77 términos del glosario, ordenados alfabéticamente. El color indica su categoría: ■ A ■ B ■ C ■ D ■ E

■ Above the fold	■ Ficha de producto	■ PNG con fondo transparente
■ Banco de imágenes	■ Formulario de contacto	■ PQR
■ Breadcrumb	■ Funnel / embudo de marketing	■ Prompt
■ CAC	■ Habeas Data	■ Prototipo
■ Carrito abandonado	■ Header	■ PSE
■ Carrito de compras	■ Hosting	■ Registro mercantil
■ Checkout	■ IA generativa	■ Remarketing
■ CMS	■ Identidad de marca	■ Responsive
■ Comerciante	■ Influencer marketing	■ RUT
■ Compresión de imagen	■ Jerarquía tipográfica	■ SEM
■ Conversión	■ KPI	■ SEO
■ Copywriting	■ Landing page	■ SIC
■ CRM	■ LTV	■ Social commerce
■ CTA (Call to Action)	■ Mapa de sitio (sitemap)	■ Suscripción
■ Customer journey	■ Marketing de afiliados	■ Tasa de conversión
■ Derecho de retracto	■ Marketing de contenidos	■ Texto alternativo (alt)
■ DIAN	■ Marketplace	■ Tienda en línea
■ Dominio	■ Meta descripción	■ Título de página
■ Dropshipping	■ Migración de contenido	■ Tono de voz
■ Ecosistema digital	■ Mockup	■ UI
■ Editor drag-and-drop	■ Modelos de comercio (B2C, B2B...)	■ URL amigable
■ E-business	■ Palabra clave	■ UX
■ E-commerce	■ Paleta de color	■ Variante de producto
■ Email marketing	■ Pasarela de pago	■ Velocidad de carga
■ Facturación electrónica	■ Plantilla (template)	■ Wireframe
■ Favicon	■ Plataforma web	

SÍNTESIS

Un vocabulario común es la base de cualquier proyecto digital bien ejecutado.

Este glosario reúne los 77 términos trabajados en los 4 módulos del curso de e-commerce. Consúltalo cada vez que necesites precisión sobre un concepto de normatividad, marketing digital, maquetación o contenido.

FIRMA

Juan David Monsalve Ospina

www.juamonsalvedigital.com