TODO SOBRE LOS DOMINIOS: LAS 12 CLAVES

12 PUNTOS CLAVE QUE TODO PROPIETARIO DE DOMINIOS NECESITA SABER

1

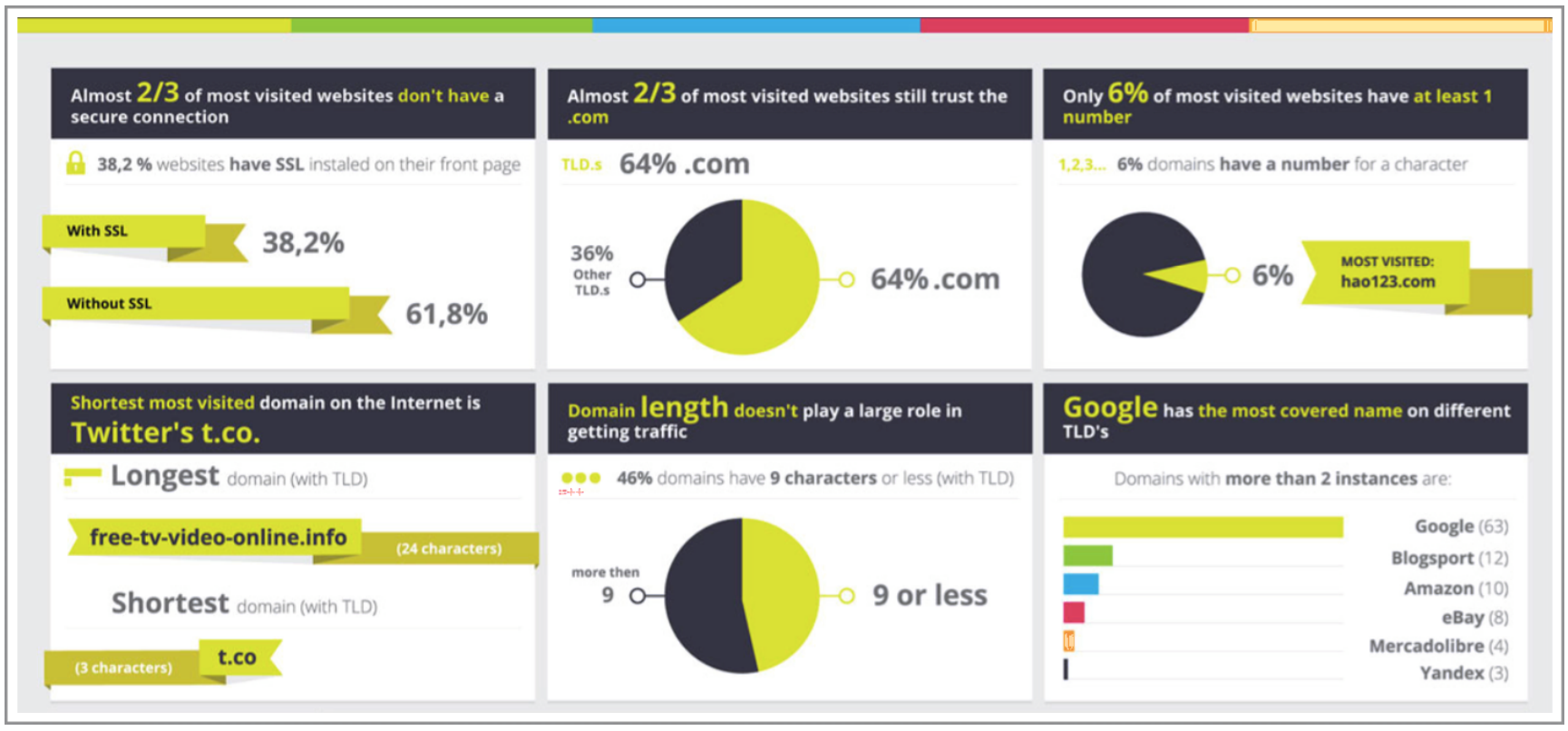
INTRODUCCIÓN

En WhoAPI hemos recopilado datos sobre cientos de millones de nombres de dominio. El equipo de WhoAPI ha creado cientos de webs y ha monitorizado miles de servidores. Hemos trabajado con Google, Twitter, Sendgrid, King, Wikimedia, Endurance y otras empresas de todo el planeta. Sólo tras una década de experiencia en la industria del hosting y los nombres de dominio, y después de llevar a cabo varias investigaciones he decidido publicar Todo sobre los dominios: las 12 claves.

Muchos empresarios, principiantes en el mundo de la tecnología, tiendas online y otros propietarios de webs no están seguros de cómo funciona en realidad el registro de dominios. Esto puede llevar a su caducidad, a la pérdida de un dominio o a algo peor. En algunos casos, y en contra de los deseos de su anterior propietario, el dominio permanece en manos de un tercero.

La única forma de evitar estos problemas es el saber, y actuar en base al conocimiento. También te protegerá de varios tipos de abuso a la hora de registrar nombres de dominio en el futuro.

Es hora de terminar con eso.



Un pequeño fragmento de la investigación de WhoAPI sobre los 1000 principales dominios.

SECTION 1

¿ERES REALMENTE EL PROPIETARIO DE TU NOMBRE DE DOMINIO?

Por supuesto, porque tienes un recibo ¿verdad? ¿Es eso bastante? Y ¿qué pasa si no tienes recibo? En la actualidad, muchos individuos y empresas son revendedores de dominios (hay incluso revendedores de revendedores). Al final, no sabes quién registró tu dominio en realidad, dónde está registrado o quién figura registrado como propietario de ese dominio que has pagado. Y conocer este dato es extremadamente importante si quieres cambiar de proveedor (o de registradores de dominio). Más adelante explicaré en detalle cómo puedes conseguirlo. En algunos casos, la persona que registró el dominio por ti no tiene la capacidad técnica de facilitar tu información de contacto (porque si lo hiciera, todos sus dominios estarían a tu nombre), lo que puede causarte daños involuntarios.

Antes de comprar un dominio, asegúrate de preguntar si figurarás o no como su propietario. Todavía mejor, compruébalo tú mismo haciendo una búsqueda WHOIS. Hay miles de páginas web que proporcionan dicha información.

Actúa tan pronto como sea posible, porque si lo dejas para más adelante podrías sufrir chantajes y perder el dominio. Por desgracia, hemos sido testigos de esto muchas veces, y algunas personas han aparecido en nuestro blog contando su historia - "Una compañía de hosting robó mi web y mi nombre de dominio ¿qué puedo hacer?!"

Si descubre que no figuras como el propietario del dominio, la situación podría volverse muy delicada. Mantén la calma y pregunta a tu proveedor de servicio (aunque sea tu yerno o ese chaval experto en informática que es hijo del vecino) cuál es la razón de que la información sobre el dominio sea incorrecta. Si es un problema técnico, tienes que decidir si quieres seguir dando tu confianza a esa persona o encontrar un sustituto adecuado que te ofrezca una solución técnica a este problema. En no pocas ocasiones, muchos acaban lamentándose y llorando porque su socio era el que aparecía como dueño de un dominio y, cito literalmente, "ahora lo he perdido todo".

¿A que no pondrías tu casa a nombre de la inmobiliaria o del constructor?

SECTION 2

CÓMO CAMBIAR DE REGISTRADOR O DE REVENDEDOR?

Todos los registradores o revendedores de dominios profesionales te darán instrucciones detalladas de cómo cambiar de proveedor. Si lo que te ofrecen no son datos concretos de cómo cambiar tu proveedor, haz todo lo posible para cambiarte a otro. Puedes contar con que las instrucciones tengan dos pasos.

En tu registrador actual tienes que hacer lo siguiente:

- Desbloquear el dominio
- Solicitar el código EPP (También conocido como Código Auth o Código de Autorización, en función del registrador)

Después puedes solicitar una "transferencia de dominio" desde tu nuevo registrador y comenzar la transferencia. El código EPP solicitado se enviará a la dirección de correo electrónico que esté registrada como la del propietario del dominio en el registro WHOIS. Durante el proceso de petición de la transferencia de nombre de dominio tendrás que facilitar el código EPP a tu nuevo registrador. Este código no es más que una cadena larga de letras, números y símbolos.

Algunos registradores de dominio te notifican que se ha iniciado una transferencia, y tendrás que confirmar la liberación del dominio. Hasta que lo hagas, el dominio no se transferirá. Así que, por ejemplo, si estás comprando un nombre de dominio a revendedores, ten en cuenta si te piden que hagas una transferencia de dinero en esta etapa. Hablaremos de esto con más detalle más adelante, pero por ahora ten en cuenta la regla número uno: eres el propietario de un dominio una vez que tus datos están en el registro WHOIS.

Ten en cuenta que existe la posibilidad (si el dominio se registra a través de un revendedor) de que el registrador principal sea el mismo. Por ejemplo, Reseller Club (utilizado con frecuencia por empresas de hosting que usan WHMCS) funciona así, con dos revendedores pasándose dominios de un revendedor a otro. El traspaso se realiza a través de la administración de Reseller Club, donde basta con comunicar el nuevo identificador de cliente para que el nombre de dominio cambie de manos.

Así que ten siempre en cuenta que la transferencia termina únicamente cuando veas el cambio en tu registro WHOIS. Aquí puedes ver quién es el principal registrados del dominio, y completar los datos del propietario. Si no ves en él la información que esperas, algo está mal, y deberías ponerte en contacto inmediatamente con el responsable del registro de dominio.

Por lo general encontrarás su dirección de correo electrónico y otros datos de contacto o en el registro del WHOIS o en su página web. Es aconsejable comprobar el WHOIS una semana después del cambio, y de vez en cuando a partir de entonces. Hay bugs y errores en cada sistema, y los que nos ocupan no son una excepción.

WHOIS Result

Domain Name: WHOAPI.COM
Registry Domain ID: 1640154939_DOMAIN_COM-VRSN
Registrar WHOIS Server: whois.publicdomainregistry.com
Registrar URL: www.publicdomainregistry.com
Updated Date: 2016-04-26T17:42:17Z
Creation Date: 2011-02-14T15:31:26Z
Registrar Registration Expiration Date: 2021-02-14T15:31:26Z
Registrar: PDR Ltd. d/b/a PublicDomainRegistry.com
Registrar IANA ID: 303
Domain Status: clientTransferProhibited https://icann.org/epp#clientTransferProhibited
Registry Registrant ID:
Registrant Name: Goran Duskic
Registrant Organization: WhoAPI Inc.
Registrant Street: 444 Castro Street
Registrant City: Mountain View
Registrant State/Province: California
Registrant Postal Code: 94041
Registrant Country: US
Registrant Phone: +1.6507411223
Registrant Phone Ext:
Registrant Fax:
Registrant Fax Ext:
Registrant Email: `contact@whoapi.com`
Registry Admin ID:

El cambio de registrador no se da sólo cuando los nombres de dominio cambian de propietarios. A veces, los registradores de dominios tienen promociones en el registro y transferencia de dominios. Pueden ofrecer registrar un dominio por un precio tan bajo como 1 dólar, lo que está muy bien. Eso sí, tener nombres de dominio registrados con varios registradores, lo que implica el uso de varias contraseñas distintas, así

como sistemas diferentes, puede convertirse en un dolor de muelas. También aumenta el riesgo de perder nombres de dominio (o de olvidarse de ellos por completo), especialmente si no eres un inversor en dominios hábil.

El gestor de dominios de WhoAPI puede ayudarte a tener controlados todos los dominios que tienes con registradores distintos, o puedes incluso transferir todos tus dominios a un único registrador.

El WHOIS está compuestos de registrador, administrador y datos técnicos y de facturación.

SECTION 3

¿CUÁNDO QUEDA REGISTRADO UN DOMINIO?

El dominio no está registrado y no se asigna a un dueño hasta que lo pagues. Un dominio no puede reservarse mediante una prerreserva ni una búsqueda en una web. Un registrador o un revendedor sólo te asignará el dominio cuando reciba el pago. Recuerda comprobarlo utilizando el servicio WHOIS.

Si no estás seguro de la fidelidad de los datos de algunos de los servicios del WHOIS, asegúrate de comprobarlos en dos o tres sitios distintos. Muchos proveedores de hosting de calidad tienen un motor de búsqueda de dominios en sus páginas web, que puedes utilizar como punto de partida. En algunos casos, las comprobaciones de la disponibilidad de un dominio pueden fallar a la hora de hacer una búsqueda. Si no te convence el resultado, acuérdate de lo que le pasó a Google en octubre de 2015 cuando su buscador de disponibilidad de dominios "pensó" por error que el nombre de dominio google.com estaba disponible.

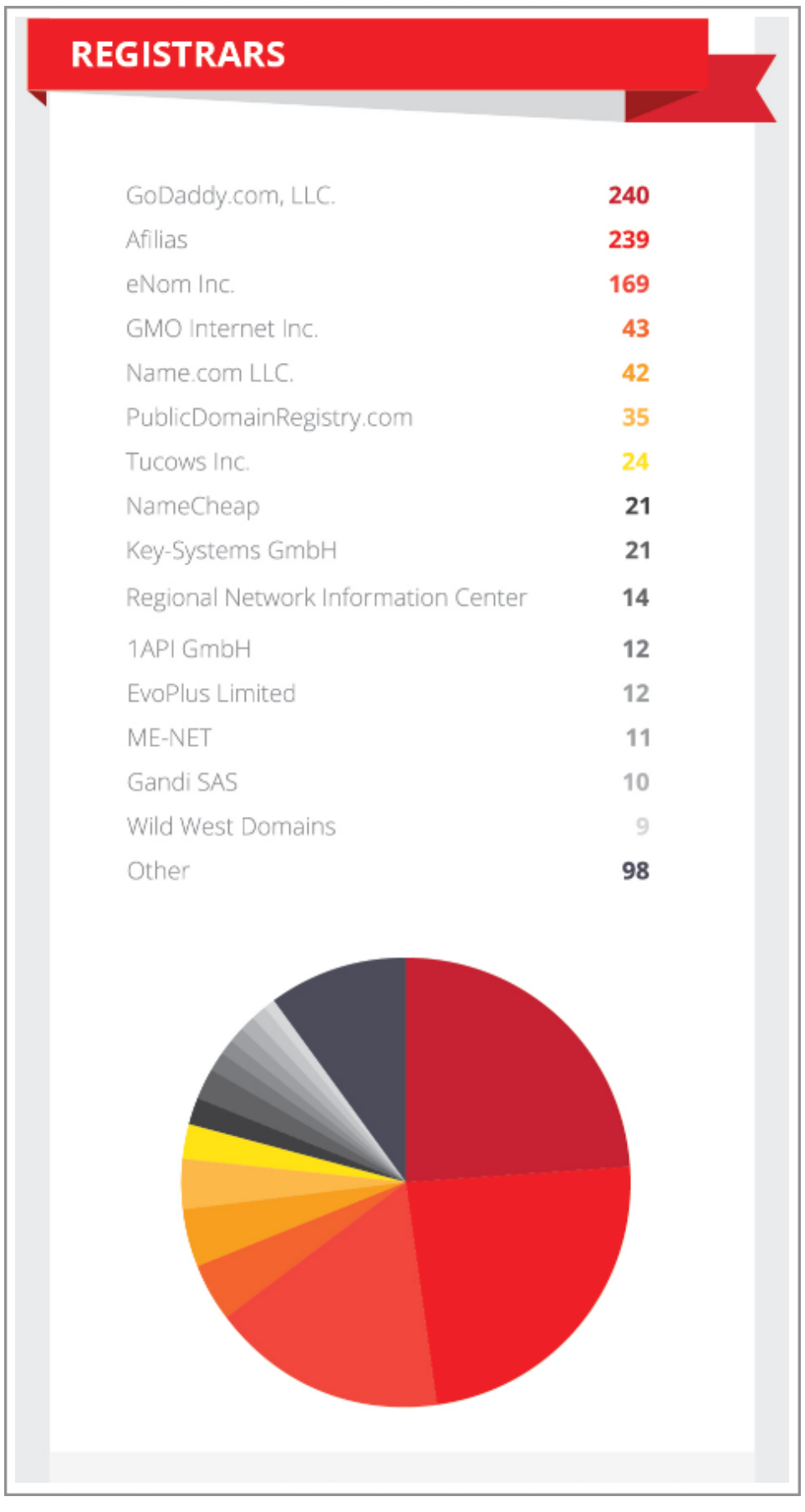
Otro error muy común es buscar en Google el nombre de dominio y creer que si haces una búsqueda del dominio y no aparecen resultados, dicho dominio está disponible. En realidad, eso no quiere decir que no esté registrado. Sólo que Google no lo ha indexado todavía. Esto puede deberse a que, efectivamente, el dominio no esté registrado, pero hay cientos de miles de dominios que sí lo están y que Google no tiene indexados.

¿Quién es responsable del registro de un dominio?

El principal responsables es el ICANN (Internet Corporation For Assigned Names and Numbers, que quiere decir Corporación de Internet para Números y Nombres Asignados). Se encarga de supervisar la creación de un registro de nombres de dominio para cada extensión. El gobierno de cada nación también tiene voz y voto en el registro de los dominios de primer nivel correspondientes a su país. Luego está IANA, el organismo responsable del funcionamiento y mantenimiento de varios aspectos clave de la DNS.

Por ejemplo
https://www.verisign.com/ es el registrador de los COM y NET
http://www.domain.me es el registrador del ccTLD ME

Un registrador designa entonces a otros como GoDaddy, eNom, Tucows, etc. Por ejemplo, cuando investigamos los 1000 dominios con extensión .ME más populares, descubrimos cuáles eran los registradores más populares a los que estaban asignados.



SECTION 4

LO PEOR QUE PUEDE PASAR

En algunos países, algunos revendedores han organizado un sistema que te permite solicitar un dominio en su página web, pero puedes retrasar su pago. Por ejemplo, puedes pagar el recibo a través de un tercero por Internet (netbanking), bien porque su sistema no sea compatible con tarjetas de crédito ni con pagos a través de Paypal. También puede hacerse así cuando los compradores no tienen tarjeta de crédito. Mientras tanto, el registrador, o una tercera persona, es el que compra el dominio. Esta es la peor situación posible, así que haz todo lo que puedas para evitarla. Imagina que tienes todo el proyecto planeado, y ahora está en peligro porque no has podido hacer un pago de menos de diez dólares, en función del registrador.

Tu petición no tiene validez hasta que pagues, y es entonces cuando el dominio pasa a ser tuyo con todas las de la ley. A diario, decenas de miles de dominios se registran y borran (o expiran). Si encuentras uno interesante, regístralo y págalo en el momento. O registra tu nombre de dominio con un proveedor que acepte pagos online. No sabes lo frustrante que es que alguien de la otra punta del planeta se haga con "tu dominio" sólo unas horas antes del momento en el que tenías planeado pagarlo, justo en tu cara.

Ten cuidado cuando elijas comprobar la disponibilidad de un dominio desde una web. Por regla general, estas empresas pueden registrar un dominio antes que tú. Aunque en la práctica sólo sucede en contadas ocasiones, tenlo en cuenta cuando estés pensando en el nombre, ya que se considera un secreto empresarial. Algunas veces es muy sencillo exponer lo que habrá en la web: basta con el nombre del dominio.

Por ejemplo, en sus orígenes, Facebook utilizó el dominio thefacebook.com. Más tarde, compraron el dominio facebook.com por 200.000 dólares.

Otra situación terrible que sucede con frecuencia, y nuestra empresa hizo una investigación de la misma (las cinco principales expiraciones de dominio), es la caducidad de un dominio. Puedes estar seguro de que estas cosas pasan, ¡incluso a grandes empresas como Microsoft!.

Estos son 11 motivos frecuentes por los que los propietarios de dominios no los renuevan:

1. Olvidar qué dirección de correo electrónico está registrada como la del propietario
2. No ser capaz de decidirse entre renovarlo o no
3. No hacer caso al mensaje de correo electrónico de notificación del registrador
4. Perder (porque se va a la carpeta de spam o por otros motivos) el correo electrónico de notificación del registrador
5. La persona responsable del mismo (y su correo electrónico) dejan la empresa
6. El propietario del dominio no controla la dirección de correo electrónica que figura como suya
7. DEl propietario del dominio se olvida por completo que lo es (podría ser porque él o ella hizo el registro con un registrador con el que no trabaja habitualmente)
8. El propietario olvidó renovar el dominio que utilizaba su dirección de correo electrónico (el email no funciona sin su nombre de dominio original).
9. El propietario olvida configurar una redirección del correo electrónico del email que figura en el WHOIS al correo que consulta”
10. El propietario del dominio no tiene activada su opción de renovación automática
11. La tarjeta de crédito que figura en el registro ha caducado, por lo que la renovación automática no se lleva a cabo

Un buen sistema para reducir las posibilidades de la caducidad de un dominio es registrarlo para los próximos diez años. Si vas en serio con tu negocio (y si no, no estoy seguro de que leyeses este informe) 100 dólares no deberían parecerte un gasto excesivo, y el riesgo se reduce significativamente para los próximos 10 años.

SECTION 5

PERDER UN DOMINIO POR RENOVACIONES FUERA DE PLAZO

Este es uno de los mayores y más frecuentes errores en lo que respecta a los nombres de dominio. Cuando tienes cientos o miles de visitantes únicos, no puedes dejar que tu dominio, sencillamente, caduque. El registro te recordará tres o cuatro veces (probablemente 30, 15, 7 y 1 día antes) que tu dominio va a caducar. No me cansaré de repetir lo importante que es que la dirección de correo electrónico que proporciones al registrador debe ser siempre la que utilices más. Además, ten cuidado de que el dominio de tu email siga activo, ¡especialmente si eres el propietario del dominio o si ese email es el que figura en el WHOIS!.

Una vez que el nombre del dominio caduca, tu página web mostrará la publicidad del principal registrador. Y es algo que no quieres que vean tus clientes. A través de mis conversaciones con gente ajena a la industria, aprendí que la mayoría de gente cree que pierdes tu dominio ¡el mismo día que caduca!. Esto no es cierto. Si se da esta situación no todo está perdido, y todavía puedes renovarlo después de que haya caducado. Hay un periodo de tiempo limitado durante el que puedes renovarlo por su precio base, tras el que varios registradores pedirán un pago adicional. En este informe aprenderás más adelante todo lo relacionado con los ciclos que tiene que superar un nombre de dominio antes de estar disponible para nuevos propietarios potenciales. Si renuevas tu dominio después del momento en que ha caducado transcurrirán entre 2 y 24 horas antes de que tus contenidos aparezcan de nuevo en tu página web. La razón para esta espera es el cambio del Servidor de nombres, ya que el domino tiene que transferírsete de nuevo a tu hosting y es necesario esperar a su propagación. ¿Por qué pasa esto? Cuando el dominio caduca, como hemos mencionado, el registrador del dominio empieza a mostrar publicidad. Para poder enseñar los anuncios en vez de tu web o tu tienda online, tienen que cambiar tus servidores de nombre. Por desgracia, tienen derecho a hacerlo. Si no te gusta, asegúrate de renovar tu nombre de dominio para evitar esto. Cuando hayas renovado el dominio, los registradores cambiarán el servidor de nombre para que vuelva a ti, de ahí lo del periodo de entre 2 y 24 horas de propagación.

No arriesgues todo tu negocio (o perjudiques tu marca, como mínimo) por una pequeña cantidad que ronda los 10 dólares anuales, porque esto dice mucho de tu proyecto y de ti como su propietario.

SECTION 6

OFERTAS DE PAÍSES EXÓTICOS

No te sorprendas si te contacta alguien de Sudamérica, África o cualquier otro continente. El contenido del mensaje que recibirás será parecido a este:

Querido Presidente & CEO,

Somos una consultora profesional de derechos de propiedad intelectual de Asia, que se encarga principalmente de la protección de derechos de propiedad intelectual en Internet. En este momento tenemos un asunto importante que debe confirmar. El 3 de septiembre de 2016 recibimos una solicitud formal de que una empresa de nombre Acme Inc solicitaba la Clave de Producto de Internet "Tu empresa Inc." con nuestra empresa y con los siguientes nombres de dominio:

tuempresa.io
tuempresa.la
tuempresa.vg
tuempresa.gd
tuempresa.sc
tuempresa.ag
tuempresa.vc

¿Le interesaría comprar estos nombres de dominio? Si es así, contacte por favor con nosotros para que podamos acelerar el proceso.

Esta es una oferta real que recibió mi cliente. ¿De qué va todo esto? Una empresa que se presenta a sí misma como profesional no ofrece nada más que una mediación convencional en el registro de dominios. En la mayoría de los casos lo cobrarán como un registro de dominio más su tarifa, que no será precisamente pequeña. Espero sinceramente que ofertas como estas no se acepten, pero sé que estos tipos de compañías se han puesto en contacto con mis clientes y conmigo en varias ocasiones. En muchos casos, el contacto se realiza de manera automática.

io es el código del Dominio de Primer nivel para el territorio de la Indias Británicas.

.la es el de Laos.

.vg es el de las Islas Vírgenes Británicas.

.gd es el de Granada

Las técnicas intimidatorias cuando alguien quiere registrar un domino que en el 99,9 por ciento de los casos no significa casi nada para el que lo quiere registrar es inmoral y algo que deberías ignorar. Si necesitas de verdad un dominio nacional registrado en Laos, China o algún otro sitio en el que sea legal, visita la web de un registrador que confíes y registra el domino con él por un precio realista. Si tienes presencia global, puede tener sentido. Por otro lado, también puedes contratar los servicios de una empresa que se dedique a salvaguardar el nombre de tu domino en todo el mundo.

Cada país tienen sus propias extensiones de dominio, y comprar dominios en todos los países en los que sea posible puede convertirse en un incordio y ocasionar un gasto enorme. Además, no todos los dominios tienen los mismos precios. Algunas extensiones son hasta cinco veces más caras que otras.

No deberías confundir el email mencionado con una oferta legal para la compra de un nombre de dominio legítimo. Por ejemplo, si eres un fontanero que trabaja en la zona de Seattle, ¿por qué no sacar partido de un nombre de dominio como www.FontaneroMadrid.com? Incluso aunque alguien intente sacar tajada con un mensaje de email como el mencionado, da los pasos que mencionamos en este informe, y conseguirás las ventajas de contar con un nombre de dominio perfecto.

Trademarks and domain names

Este es un tema demasiado complicado y extenso para que se pueda tratar en este informe, pero tengo que darte un consejo al respecto sobre el particular. Si estás solicitando una marca registrada, hazlo después de tener registrados todos los dominios con todas las extensiones que tengas planeado. La experiencia me ha enseñado que hay gente sin escrúpulos monitorizando qué palabras se registran como marcas, y registrar el domino antes que el propietario de la

marca. El “rescate” que piden entonces por el nombre está ligeramente por debajo de los costes legales (digamos que piden 200 dólares por un dominio que podrías conseguir por 10).

SECTION 7

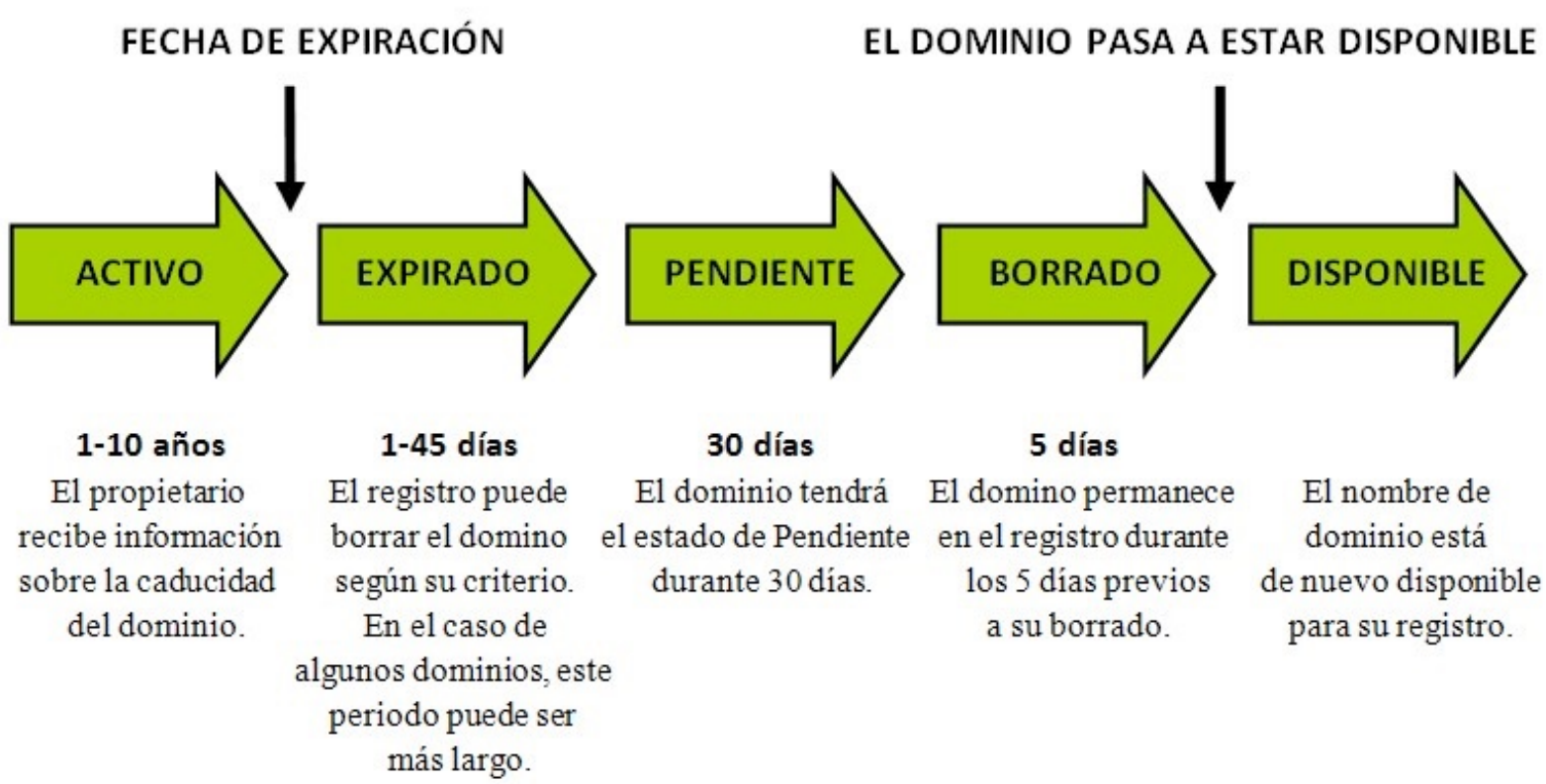
CAN I BUY A DOMAIN THAT IS ALREADY TAKEN?

O, puede que estés pensando ¿Puede alguien comprar mi dominio? Como una moneda, es una pregunta que tiene dos lados. Alguien puede estar deseando hacerse con el domino que ya tienes asignado, y puede que otro esté al acecho del estado de tu domino. Aquí entra en juego la opción "Pedido". Con ella puedes reservar un domino registrado, y una vez que ese dominio concreto queda disponible, con esta opción se compra automáticamente en tu nombre.

El precio del Pedido (Backorder) es un poco más elevado que el de un registro convencional, pero en algunos casos cale la pena pagarlo. Cuando hay muchas personas que tiene activada esta opción, por suerte o por desgracia, la fortuna juega un papel clave. Las buenas noticias son que si el Backorder no tiene éxito, no pagas mas que el precio por su puesta en marcha.

El Backorder no se lleva a cabo el mismo día que expira el dominio, sino tras el paso de todos los escenarios por los que ha de transcurrir. Son los siguientes:

Otra forma más sencilla de comprar un domino que ya está registrado es comprárselo directamente al propietario.



SECTION 8

¿CÓMO COMPRO UN NOMBRE DE DOMINO REGISTRADO A SU PROPIETARIO?

En ocasiones es un poco complicado conseguirlo, ya que muchos propietarios piden precios poco realistas por su dominio, lo que en algunos casos te puede poner en una posición relativamente desfavorable. Vamos a seguir con el ejemplo de Facebook. Ya hemos mencionado que Facebook pagó 200.000 por facebook.com para cambiar a él desde thefacebook.com. Pero también compraron fb.com por 8,5 millones de la Federación de Oficinas de Granjas Americanas. Como puedes ver, a juzgar por los números, las cosas se salen del tiesto con rapidez, y explicarlas con detalle darían para mucho.

Pero ten en cuenta lo que dice Rob Grant sobre los nombres de dominos potentes: "Los dominios más poderosos son intuitivos, descriptivos y creíbles. No necesitan explicación. Son marcas orgánicas y naturales. www.PecesTropicales.com, www.EditoresDeLibros.com, www.CazaTalentos.com!". Puedes conseguir más información sobre Rob Grant, ¿a que no adivinas dónde? www.RobGrant,com. Así que, si te interesa el tema, vamos por lo menos cómo conseguir tratos más económicos de hasta unos cuantos miles de dólares.

Es necesario llevar a cabo ciertas tareas básicas con el nombre del dominio y el vendedor.

Estos son los siete pasos a dar para comprar un nombre de dominio en el mercado secundario:

1. Comprueba si el nombre de dominio que te interesa comprar es una marca registrada. Compruébalo en USPTO y WIPO
2. ¿Es esa persona el propietario legítimo? Comprueba el WHOIS y los servidores de nombres, y comunícate con él estrictamente a través de la dirección de correo electrónico del propietario que figura en el WHOIS, para verificar que el vendedor tiene acceso a ella

¡Saca partido al otro lado del punto!

Si quieres que tu nombre de dominio incluya tu palabra clave, pero no das con el .com correcto, usa unas de las nuevas extensiones.

Si tu cliente es un fondo de inversiones, recomendamos .fund, .ventures or .money.

Si tu cliente es un fotógrafo o graba vídeo, recomendamos .photograper, .photo or .camera.

Si tu cliente tiene una comunidad grande o es propietario de algún tipo de club, apuesta por .club!

También recomendaría tener en cuenta: .uno, .casa, .gratis, .juegos, .tienda, .viajes y .soy

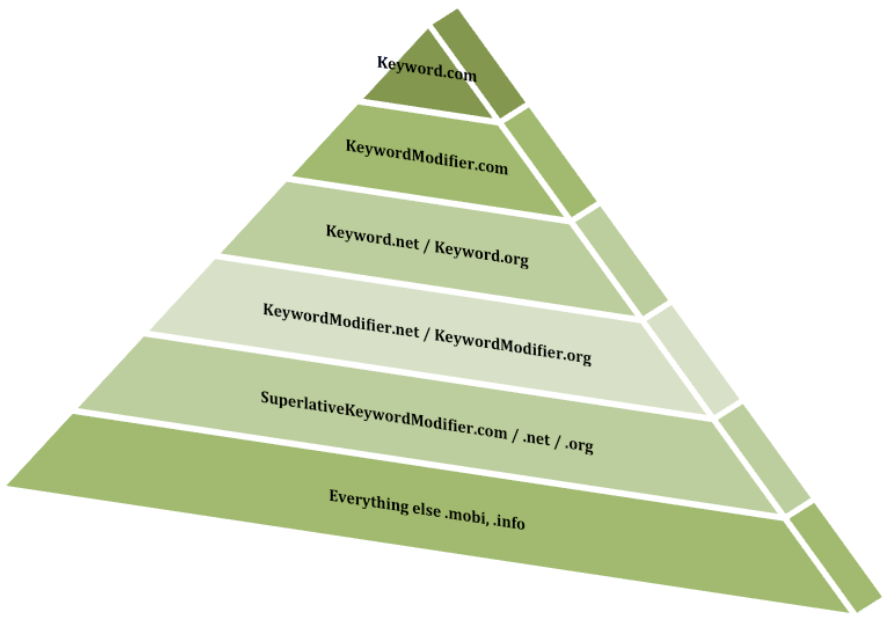
3. Haz el pago a través de Escrow, y recuerda lo que hemos mencionado: el dominio no es tuyo hasta que tenga tus datos en el WHOIS, y puedas ver el domino dentro de tu administración
4. ¿Se ha utilizado el domino con fines ilegales en el pasado, y hay páginas webs "malas" que enlazan a él? Compruébalo en Ahrefs y archive.org
5. Busca el dominio en Google entrecomillado, de esta forma: "UnNombreDeDominio.com"
6. Busca en Google (su nombre y apellidos) a la persona con la que hablas, y comprueba si aparece cualquier indicio de mala reputación
7. Transfiere o lleva el dominio a tu registrador, y págalo

Puedes encontrar dominios en muchos mercados, foros y hasta en eBay. O puede que hayas visto un nombre de domino que te gusta, pero ya está registrado. En cualquier caso, o pujas por él o te pones en contacto con su propietario. Si contactas con su dueño para preguntarle si el domino está en venta, es posible que tengas mejores oportunidades de recibir una respuesta que si sólo le mandas una oferta. Si el propietario no responde a tu propuesta hay bastantes posibilidades de que la oferta que le has planteado es tan baja que ni siquiera hayas conseguido llamar su atención.

Si necesitas ayuda para poner precio a un dominio, o con la propia transferencia, lo mejor es ponerse en contacto con un profesional. Hacerlo te puede ahorrar un montón de tiempo, dinero y situaciones embarazosas.

Otro truco sería contactar con el propietario desde un email que no tenga ningún tipo de reputación. No le escribas desde tu correo de trabajo, ya que puede pensar que eres un gran comprador. Crea una dirección de email gratuita y escríbele desde ella. Ten en cuenta que esto sólo te dará ven-

taja hasta cierto punto. Si estás negociando con el propietario de beer.com, sólo puedes esperar una pequeña rebaja en el precio, si es que consigues alguna. Pero si le escribes desde, por ejemplo joe@keineken.com, lo normal es que te pida un precio mucho más elevado.



El valor SEO de los dominios con palabras clave, fuente: moz.com. Octubre, 2012. En la actualidad, puedes utilizar la palabra clave al otro lado del punto.

SECTION 9

ALGUNOS DATOS DIVERTIDOS (Y RENTABLES) DE LOS NOMBRES DE DOMINIO

Mientras vamos entrando en materia de la compra de un dominio en el mercado secundario, me gustaría compartir algunos datos por si acaso decides aventurarte más a fondo en este campo.

Allá por diciembre de 2013, nuestra empresa publicó una investigación que afirmaba que los dominios .com con palabras de cuatro letras ya estaban registrados. Comprobamos todas las combinaciones de cuatro letras de dominios .com. Por ejemplo:

AAAA.COM
AAAB.COM
AAAC.COM
AAAD.COM
hasta....
ZZZX.COM
ZZZY.COM
ZZZZ.COM

Lo que confirmamos era que todos los dominios de cuatro letras estaban registrados. No hemos probado con números o signos. Sólo con las 26 letras del alfabeto inglés. Esto nos da 456.976 combinaciones, o 456.976 nombres de dominio .com. Esto por no hablar de los dominios de dos y tres letras, que hace muchísimo tiempo que están registrados. Esto implica, básicamente, que sólo puedes comprarlos en el mercado secundario por un precio más elevado. Desde que se registraron, su precio no ha hecho mas que subir. En la actualidad es complicado comprar uno por menos de 200 dólares.

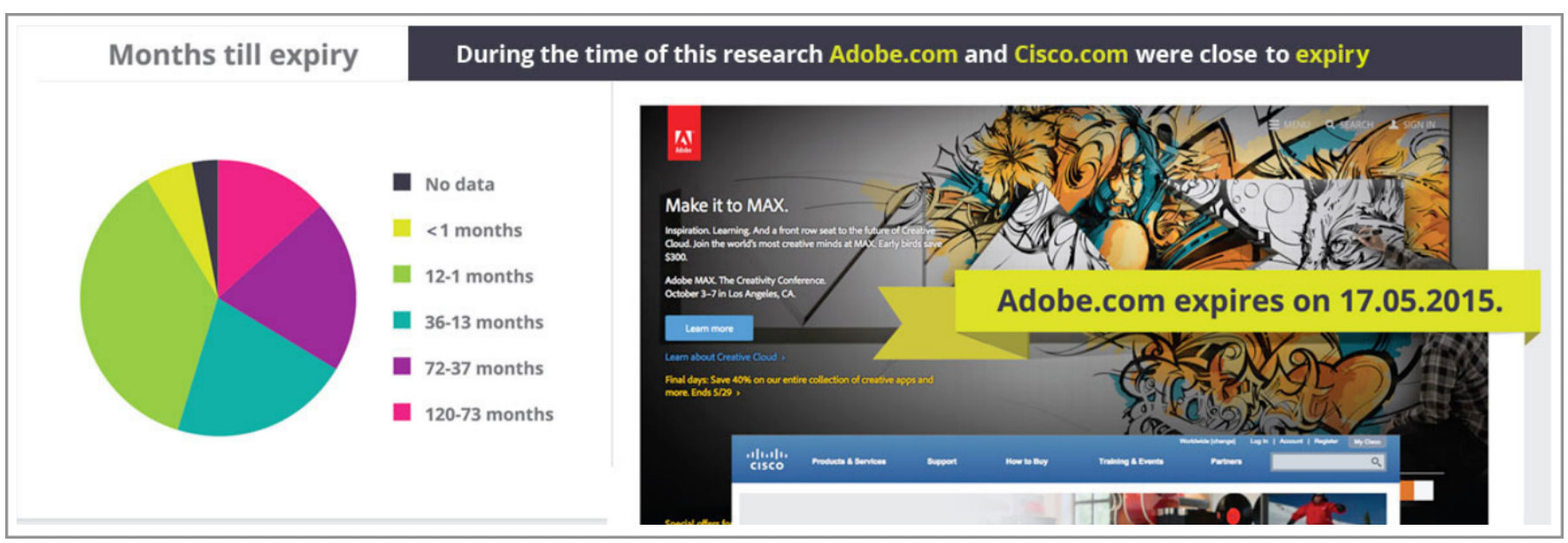
En la industria se conoce popularmente a los dominios de cuatro letras como LLLL.COM o 4L. A algunos dominios de cuatro letras también se les llama CHIPS

Las combinaciones de cuatro letras se venden por entre 200 y 20.000 dólares en el mercado secundario, en función del dominio y el comprador. Estos dominios no incluyen ni números ni palabras completas, como perros.com, bebes.com o cerveza.com. ¡Estos últimos cuestan mucho más caros!

(Abreviatura de Chinese Premium). Así, por ejemplo, 1PRO.com no sería un dominio LLLL.COM, que no hace referencia literal al dominio llll.com, sino que se refiere a un grupo de dominios en los que la L es una letra cualquiera.

Estos dominios tan cortos son perfectos para empresa con nombres muy largos que necesitan un acrónimo en lugar de un nombre de dominio largo. Por ejemplo, vendí EHLA.com al propietario de Extension Hair Los Angeles. Así que aunque los nombres de dominio de cuatro letras puedan parecer más sencillos de vender o liquidar, esto no quiere decir que los dominios cortos sean automáticamente más populares. Lo probamos en uno de nuestros estudios, en el que probamos cuáles eran las 1000 webs más visitadas de Internet (captura de pantalla en la introducción de este informe). Resultó que el 46 por ciento de las principales páginas tienen nombres de dominio con menos de nueve caracteres (incluyendo dominios de primer nivel con incluso dos o tres caracteres). Por lo tanto, se puede decir que el nombre de dominio de las más visitadas tiene seis o siete caracteres, o más.

Durante esa misma investigación, descubrimos que adobe.com y cisco.com estaban a sólo una semana de caducar. Supongo y espero que tuviesen activada la renovación automática, ya que no puedo concebir que unos nombres de dominio tan importantes no se renovasen por 10 años. Como puedes ver debajo, casi todos los principales 1.000 dominios expiran en más de 12 meses.



SECTION 10

CON FRECUENCIA SÓLO VEO MALA PUBLICIDAD DE LOS DOMINIOS ¿POR QUÉ?

Algunas páginas web tienen cientos e incluso miles de visitantes únicos incluso después de dejar de existir. Los dominios siguen indexados en los buscadores, y los enlaces de otras páginas y redes sociales apuntan todavía a ese dominio. ¡Eso quiere decir que todavía hay tráfico activo en él!. Tu mismo eres la prueba, porque seguro que también has visto esos anuncios.

Es una pena que dominios en esa situación sean "tomados" por los registradores después de caducar. Lo único que hace el registrador es colocar el anuncio en ellos, lo que le da el dinero suficiente para que hacerlo merezca la pena. También hay empresas que se encargan de comprar dominios en esta situación. ¡Vigilan dominios interesantes para después utilizarlos en su beneficio! Y hablando de los vigilantes de dominios, puede que después de que pierdas uno. te resulte imposible recuperarlo. El problema que acarrea esto es que nunca se sabe el tipo de contenido que puede terminar en él: actividades ilegales, porno, un sitio de phishing, productos farmacéuticos dudosos, o cualquier otro elemento malo cuyos responsables tengan problemas para atraer visitantes a la web a través de canales convencionales.

Cada día que pasa después de que tu dominio caduque, tienes más riesgo de perderlo, y en la mayoría de casos el dominio vale mucho más que 10 dólares anuales.

Además, los anuncios publicitarios que se ponen en lugar de la web no estarían ahí si alguien no hiciese dinero con ello. Los gastos asociados a colocar publicidad en un nombre de domino pueden ser de sólo 8,53 dólares, con lo que si dichos anuncios generan 9 dólares en 12 meses, esa publicidad ya es rentable. No creas ni por asomo de que la gente consigue miles de dólares de esta forma.

SECTION 11

¿CÓMO ESCONDO MIS DATOS DE CONTACTO EN EL WHOIS?

Si te preocupa tu privacidad, y por lo que sea no quieres que otros puedan ver que eres el propietario de un domino, hay una solución. Se trata de un servicio, que en la mayoría de los casos se conoce como "Protección de la privacidad", "Protección de WHOIS", "Protección de la privacidad del whois" u otro nombre parecido. Se paga por año, y algunos registradores lo ofrecen gratis el primero.

Ten también en cuenta que su uso no implica que tengas derecho a poner en marcha páginas web inmorales o trucos para timar, porque tus datos personales siguen estando disponibles a través de una orden judicial, y tu compañía de hosting o tu registrador de dominios tienen la capacidad de desahabilitar tu web. No puedes esconder tu edad detrás de la "Protección de privacidad WHOIS".

Aunque no hay un límite de edad para registrar un dominio, esto no lleva un veredicto de "no culpable" en caso de abusos. Aunque puedes poner al Pato Donald como propietario del dominio, no estás autorizado a hacerlo, y podrías ser penalizado y perder tu nombre de dominio.

En mi opinión, comprendo perfectamente la postura de otros en cuanto a temas de privacidad, pero siempre dejo que mis datos sean públicos. Y además, con frecuencia, cuando alguien está haciendo algo que se supone que no debe hacer con su web y su nombre de dominio, utilizan la privacidad del WHOIS.

Los aspectos negativos de dejar que tu WHOIS sea público son algunas ofertas de SEO que recibirás en tu correo. ¡Probablemente has recibido más de una! Suelen llegar unos días después de registrar tu nombre de domino, ya que algunas empresas consiguen la lista de todos los nombres de domino que se han registrado en una fecha concreta, y sólo con hacer una petición de WHOIS pueden ver tus datos de contacto.

SECTION 12

¿UN BUEN DOMINIO? TE ENCUENTRAN CON UN MOTOR DE BÚSQUEDA

¿Qué tal te funciona? La optimización en motores de búsqueda es una de las prácticas más feroces del sector del márketing online. La mayoría estarán de acuerdo en que en este campo hay spammers sin ética y expertos en Blackhat SEO que consiguen resultados (hasta que Google te bloquea y los pierdes todo), o chicos buenos que hacen todo lo que Google les enseña y no consiguen resultados (pero a los que a pesar de todo tienes que pagar). E incluso si no estás de acuerdo con esta afirmación y consigues tráfico en motores de búsqueda, estará muy probablemente por debajo del 70 por ciento de tu tráfico. Si tienes una página web nueva con poco contenido, el tráfico que conseguirás desde buscadores será casi nulo. Si eres el propietario de un pequeño negocio con algo de visibilidad, rondará el 30 por ciento. Si eres una empresa de SAAS que invierte mucho en inbound marketing, es posible que alcance entre el 40 y el 70 por ciento. Por no hablar de que hay al menos tres estudios distintos de empresas diferentes que demostraron que es más probable que la gente haga click en un nombre de domino que o bien reconocen (una marca) o que tiene las palabras clave que están buscando (Dominios que coinciden por completo).

Caso de estudio : Cómo los nombres de dominio genéricos impactan en una campaña SEM

Caso de estudio : Cómo mejorar los resultados de campañas PPC en buscadores utilizando nombres de dominio genéricos

Caso de estudio : Cómo los nombre de dominio ricos en palabras clave afectan de manera positiva a los resultados en los que se hace click

Esto prueba que incluso en los resultados de los buscadores (pagados u orgánicos), ¡la gente se fija en tu nombre de domino cuando deciden hacer click en él! No sólo eso, ya que un caso de estudio lo corrobora: “Los usuarios de buscadores de Internet tienen una probabilidad el doble mayor de hacer click en un nombre de dominio en el que su segundo nivel incluye al menos una de las palabras clave de su búsqueda, en comparación con un nombre de dominio que no incluye ninguna de las palabras clave de su búsqueda”. Además, el SEO ha evolucionado tanto que cuando inviertes en SEO, note queda más remedio que conseguir también tráfico de otras fuentes. Por

ejemplo, tienes que tener una presenta fuerte en redes sociales (muchos “Me gusta” y compartidos) si quieres mejorar tu posición en buscadores. Por pura lógica, conseguirás tráfico de redes sociales si tienes una fuerte presencia en ellas. Una vez que te expandes a otras fuentes, tu nombre de domino juega un papel importante.

Fuentes alternativas de tráfico para los buscadores:

1. Redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Quora, Disqus, Stack Overflow, Vkontakte, Reddit, Google+, Hacker News, SlideShare, Pinterest)
2. Directo (boca a boca, presentaciones, otras fuentes offline)
3. Referidos (foros, webs asociadas, directorios, otras páginas web)
4. Correo electrónico (Autorrespondedores, newsletters, email directo)

El correo electrónico suele contemplarse como una fuente directa de tráfico, pero lo he separado porque es especialmente importante en lo que respecta a tu nombre de dominio. Te pondrá un ejemplo. Si alguien envía una oferta desde mark1356@gmail.com o mark@whoapi.com ¿Cuál crees que tiene más posibilidades de ser abierto? ¿Cual piensas que se puede considerar spam con más probabilidad y ser bloqueado? ¿Que sucede si alguien pide un préstamo con la dirección james@gmail.com o john.doe@shell.com? ¿Con cual crees que su calificación crediticia puede ser mayor?

Los dominios son un activo importante en marketing digital, e incluso más importantes en el mundo offline, en el que la gente accede a tu web de forma directa, escribiendo el dominio. Cuando utilizas tu correo electrónico o nombre de dominio:

1. Por teléfono
2. En pegatinas en coches o camiones
3. En vallas publicitarias
4. En tarjetas de visita
5. En publicidad en radio y televisión
6. En trípticos
7. etc

tu nombre de dominio se convierte en un componente clave de tu marca.

Hay quien dirá al respecto que todos los nombres buenos con extensión .com ya están cogidos. Hay que buscar más, porque hay herramientas que te pueden ayudar. Pagar más por un dominio premium, por ejemplo, ¡o hacerse con un dominio con una

de las extensiones nuevas! Si eres una agencia, ¿por qué no nombre.agencia? Si eres una empresa dedicada a los medios, ¿por que no liquid.media? Puede que incluso consigas una posición mejor para tu palabra clave más importante. Sólo tienes que situarla al otro lado del punto.

SECTION 13

CONCLUSIÓN

Ahora que sabes mucho más del registro de dominios y de los nombres de dominio, tomarás decisiones más meditadas e inteligentes sobre dónde registrar dominios, así como de comprobar su disponibilidad. Registrar un dominio es un tema serio, que mueve millones de dólares cada día. A diario se registran unos 90.000 dominios, y se borran cerca de 40.000 cada día y quedan disponibles para su registro. Estos números demuestran lo rápido y animado que es el mercado de los nombre de dominio, y eso sin tener en cuenta los millones de dólares en transacciones del mercado secundario. Además, la mayoría de estas se hacen bajo cláusulas de confidencialidad.

No tienes por qué convertirte en un inversor de dominios, aunque es un hobby muy atractivo y rentable, y una profesión para muchos. Pero como un propietario de un negocio con una web tienes mucho que perder si desconoces las bases fundamentales del registro de un domino. E incluso si un tercero se ocupa de esto por ti, es importante que te asegures de que se hace correctamente. Ahora tienes la información. Es hora de que actúes en base a ella, y de que protejas tu activo digital más importante: tu página web y el nombre de dominio en el que se encuentra.

SOBRE EL AUTOR

Goran Duskic es el fundador y CEO de WhoAPI Inc. Emprendedor de las industria del hosting y los nombres de dominio desde hace más de una década, se dedica a ayudar a los propietarios de páginas web. Ha sido uno de los fundadores de una empresa de hosting (2006-2011), ya vendida, y ha conseguido más de 250.000 dólares de varios inversores, entre los que figura 500 Startups, para su empresa actual, WhoAPI.

COPYRIGHT

Este texto es material protegido por derechos de autor (copyright). Utilizarlo o reescribir cualquiera de sus partes sin confirmación previa de su autor está completamente prohibido.

Se puede distribuir este PDF de forma gratuita solo si está completo y no ha sido editado.

No se autoriza la venta de este documento, ni su integración en otros productos.

© WhoAPI Inc. Septiembre 2016