

## **Dominios.es: el fracaso anunciado**

**España nada a contracorriente en materia de dominios para salvar el desarrollo del comercio electrónico español**

**Con la apertura al público del registro de dominios de tercer nivel .com.es, .nom.es y org.es en diciembre de 2003 se completan las líneas maestras de la Plan Nacional de Nombres de Dominio vigente desde abril del pasado año. Es un buen momento para analizar las posibles consecuencias de su entrada en vigor.**

[A. DOMÍNGUEZ - 21/01/2004 - 11.52 horas](#)  
[Barcelona](#)

En primer lugar repasemos los cambios más importantes introducidos por la nueva legislación:

1. Se crean los dominios de tercer nivel com.es , nom.es , org.es y edu.es a los que se podrá acceder con muchas menos restricciones que al .es .:
2. Se aumenta el precio para el registro de un .es pero, por contra, se establece la figura del agente registrador, una empresa registradora de dominios con la concesión correspondiente para registrar dominios .es. De esta forma se elimina la multitud de intermediarios que encarecían enormemente el precio de los .es. El usuario acaba pagando por tanto mucho menos.:

Los objetivos de estas dos modificaciones son evidentes: por una parte se facilita el acceso a los dominios .es con el fin de promover una identidad española en Internet y por la otra se intenta hacer más transparente el proceso de registro de los dominios de segundo nivel.:

Pero ¿se conseguirá realmente mediante la introducción de estas nuevas extensiones promover un número mucho mayor de registros de dominios.es? Sin duda, los registros aumentarán debido a la necesidad de las empresas de proteger sus marcas en las nuevas extensiones y al interés de los especuladores de dominios en busca de un buen negocio. Pero, más allá de eso, existen serias dudas de que estas extensiones acaben consolidándose.:

La situación es muy similar a la que se produjo con el lanzamiento de los dominios .us en Estados Unidos. En los primeros días también se produjo un gran número de registros (la experiencia ha demostrado que se trataba en general de especuladores). Sin embargo, el dominio no ha conseguido despegar. El motivo principal es que los .us no dan acceso a un público que no se pueda obtener a través de un .com. Además, los usuarios norteamericanos otorgan menos credibilidad a las empresas que no tienen su presencia bajo un .com algo que probablemente también la acabe ocurriendo a los españoles con el .com.es.:

Muchos usuarios y empresas españolas se decantaron en su momento por las extensiones internacionales. Precisamente por este motivo los dominios .com se convirtieron también en el estándar de facto en España. Los dominios .es, como contrapartida, han conseguido mediante sus rígidas normas de registro una cierta imagen de solidez y credibilidad. Esto es debido a que los numerosos trámites y requisitos necesarios para obtener un .es han provocado que en general sólo

puedan acceder a él empresas importantes. Estos requisitos habitualmente pesados y burocráticos seguirán siendo prácticamente los mismos con la diferencia de la figura del agente registrador que debería simplificar notablemente el proceso de registro de dominios .es.:

¿"Efectividad.es"?:

En el preámbulo del Plan Nacional de Dominios se afirma que el objetivo principal del mismo es garantizar la adaptación del sistema de dominios bajo el .es (...) de manera que dicho sistema pueda seguir siendo un instrumento eficaz para el desarrollo de Internet y del comercio electrónico en España. Parece bastante sensato afirmar que los dominios .es hasta ahora no han sido realmente efectivos como instrumento para el desarrollo del comercio electrónico en España. Precisamente porque su dificultad para registrarlos, además de otorgarle credibilidad, los ha convertido en algo raro en Internet. El espacio que dejaron los .es lo ocuparon en su momento los .com, .net y .org.:

Resulta curioso que España haya decidido mantenerse en la postura de mantener un control absoluto sobre sus dominios (como mínimo los de segundo nivel) cuando la tendencia en Europa parece ser exactamente la contraria. Hace algunos meses, Suecia liberalizó sus dominios. También está previsto que Francia, donde hasta ahora existía una situación muy similar a la española, lo haga en el 2004 y parece que EurID, la entidad encargada de gestionar los .eu, también partirá de esa base.:

La obsesión principal del gobierno es intentar superar la desconfianza de los usuarios españoles frente a Internet. Sin embargo, para conseguirlo están imponiendo numerosas dificultades a las empresas con intención de abrir su negocio bajo presencia española. Si algo potencia la presencia de un país en Internet es precisamente que los negocios y usuarios puedan acceder fácilmente al distintivo correspondiente.:

El ejemplo alemán:

El ejemplo más evidente de esta afirmación es Alemania. En este país el único requisito para el registro de un dominio .de es que el titular sea alemán. Además, los precios de un .de son equiparables a los .com y durante algunas épocas incluso menor. El resultado es que en Alemania la extensión .de es mucho más fuerte que la .com y es impensable para una empresa alemana abrir un negocio en internet sin poseer su correspondiente dominio con extensión nacional.:

La facilidad para registrar dominios .de no ha supuesto una fiabilidad mucho menor que en el caso de los .es ya que la legislación alemana obliga a todos los sitios comerciales a identificarse claramente a través de su web. Sólo hay que verificar el nivel de desarrollo del comercio electrónico en España y en Alemania para comprobar cuál de las dos estrategias está teniendo mayor éxito. Sorprende por tanto la obsesión por velar por que los .es ofrezcan garantías al usuario cuando la famosa LSSI (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información) ya tenía precisamente ese objetivo.:

Precisamente para superar la falta de flexibilidad de los .es se han creado los dominios de tercer nivel para los que no existen prácticamente requisitos de registro. Con esta medida se contraponen el dominio seguro de segundo nivel .es a los de tercer nivel (.com.es, org.es, etc). De esta contraposición, es probable surja una cierta desconfianza por parte de los usuarios ante aquellos sitios que sólo posean la extensión de tercer nivel.:

Además, la gran duda consiste en si los dominios de tercer nivel españoles podrán competir con los internacionales de segundo nivel. Los costes de registro de unos y otros son prácticamente los mismos y en un momento en el que las extensiones ya están consolidadas parece que los dominios

.es de tercer nivel parten con una desventaja demasiado grande como para no fracasar ante el resto de extensiones internacionales.:

Los dominios de tercer nivel plantean además un enorme inconveniente. Puesto que poseen dos extensiones (p.ej .com.es) resulta mucho más fácil que el usuario se equivoque al teclearlos o los confunda con sus homónimos de extensiones .com o .es. Eso significa que una empresa que opere simplemente con un com.es sin poseer el resto de extensiones, estará cediendo con casi toda seguridad una buena parte de su tráfico a otros sitios de la competencia.:

El argumento de que los dominios de tercer nivel están funcionando bien en otros países tampoco es válido. En casos como el de Argentina (.com.ar) o del Reino Unido (.co.uk), estas extensiones se implantaron desde un principio. Los usuarios por tanto se acostumbraron a ellos en un momento en el que el resto de las extensiones no estaban todavía consolidadas.:

Especulación con dominios:

Por último, una consideración desde el punto de vista del mercado de compraventa de dominios en el que eSedo es el absoluto pionero en español. En España, así como en otros países de habla hispana, existe una enorme aversión hacia la especulación de dominios. En la raíz está la frecuente confusión entre especulación con dominios y ciberocupación. Ciertamente en ambos casos se registra un dominio con la intención de obtener dinero con él. Pero la diferencia fundamental es que en la especulación con dominios se evita vulnerar los derechos de un tercero, mientras que en la ciberocupación se roban dominios que corresponden a nombres de empresas, marcas o personas generalmente para venderlos a precios desorbitados. La especulación pura con dominios no es menos legítima que la especulación en bolsa o la inmobiliaria.:

Esta animadversión ha provocado que a través de Red.es, queriendo prevenir actos de ciberocupación, haya bloqueado cualquier tipo de especulación. Por ese motivo, de momento no se contempla la posibilidad de que un dominio sea traspasado a otro titular. La intención es probablemente buena pero la experiencia en eSedo nos está demostrando que han sido precisamente especuladores los que han registrado buena parte de los dominios. La situación es entonces la siguiente: tenemos un buen número de dominios .es de tercer nivel en manos de personas que no piensan desarrollarlos sin que exista ninguna forma de que las empresas que les podrían sacar un mejor rendimiento los puedan adquirir. :

Probablemente, lo que Red.es ha previsto en este caso es que los especuladores, al ver que no pueden vender, acaben abandonando los dominios. Sin embargo, existen muchos modos de amortizar el registro del dominio mediante su simple potencial publicitario. Un buen dominio atrae usuarios por sí mismo. Si se coloca publicidad en él (por ejemplo mediante el parking de dominios de eSedo) es bastante fácil recuperar la inversión. El especulador puede esperar tanto como sea necesario hasta obtener una posible solución para vender el dominio.:

El resultado es que estas direcciones o dominios quedan bloqueados para su uso comercial. Esto ocurre especialmente en el caso de los dominios genéricos (aquellos formados por un término contenido en el diccionario) con un gran potencial publicitario. El efecto es el contrario al buscado, la especulación se evita pero a costa de coartar que el dominio pueda ser adquirido y utilizado por una empresa. Desde luego, no parece la opción más adecuada para potenciar el comercio electrónico en España.:

Si observamos el estado del mercado de compraventa a nivel internacional comprobaremos que aquellos países donde éste registra una mayor actividad suelen coincidir con aquellos donde el

estado del comercio electrónico está más desarrollado. Esto no es casual sino simplemente la consciencia por parte de las empresas del valor publicitario de un cierto dominio y el resultado de la competencia entre varias empresas por ocupar ese espacio de privilegio.:

Lo evidente es que poner trabas no es la mejor forma de fomentar una actividad. El comercio electrónico se ha sustentado siempre sobre la base de los emprendedores. Del hecho irrefutable que es mucho más sencillo (y menos costoso) iniciar una actividad comercial a partir de una empresa virtual que en el mundo real. Esto en España se ha ignorado y la burocracia se ha empeñado en lastrar los comercios virtuales con las rémoras del mundo real con los resultados que todos conocemos. El viejo error de pretender de intentar adaptar una realidad dinámica a unas estructuras burocráticas rígidas. Internet es lo contrario: flexibilidad, evolución constante y oportunidad. Sin entender esto, nunca se conseguirá una promoción exitosa del sector.:

Albert Domínguez es Director de Operaciones de eSedo.com:

**Fecha artículo: 2004-01-21 14:37:22 - url artículo: <http://www.internautas.org/html/1456.html>**

**Logos y marcas propiedad de sus respectivos autores.**

**Los comentarios son propiedad y responsabilidad de cada autor.**

**© 1998-2010 Asociación de Internautas - <http://www.internautas.org>**

Inscrita en el Registro Nacional de Asociaciones con el número 164343 - e-mail: [asociacion@internautas.org](mailto:asociacion@internautas.org)