

El registro de nombres en la red genera negocio publicitario y especulación

Dominios que valen como pisos

TENDENCIAS



Lucrarse con los dominios de internet se ha convertido en un negocio millonario. Los inversores creen que la red tiene aún mucho potencial para explotar. Por ello, compran los nombres que tienen más atractivo para el internauta y esperan ofertas de posibles adquirentes. Y, mientras tanto, ingresan dinero con la publicidad

MAR GALTÉS
PIERGIORGIO M. SANDRI
Barcelona

Empresas.com es un dominio muy atractivo que está ahora a la venta "por no menos de 100.000 euros". Aseguran en el sector que este dominio es propiedad de dos empresarios catalanes, que quieren mantener su anonimato, y que en su día invirtieron unos 2 millones de euros en comprar direcciones atractivas en internet para venderlas después.

Éste es un claro ejemplo de que la especulación, tan de actualidad, no es sólo una cuestión de ladrillos. Los dominios, es decir, la palabra clave que hay que teclear antes de un .es o un .com para acceder a la página deseada son la última frontera de la inversión lucrativa.

Se calcula que en el 2005 se movieron en el mundo "más de 60 millones de dólares" en compraventa de dominios y en el 2006 seguro que la cifra se duplicó", asegura Carlos Blanco, uno de los pioneros de internet en España y experto en dominios. "En EE.UU. es un negocio serio y normal, igual que invertir en empresas o en inmobiliario", y ya hay cuatro entidades con un capital superior a los 100 millones de dólares. Blanco explica que quienes se mueven en este sector son principalmente profesionales procedentes de la inversión financiera o inmobiliaria "que ahora ganan más dinero gestionando carteras de dominios".

La visibilidad y el tráfico generado por un buen dominio en internet es comparable, al menos en precio, con el local comercial mejor situado del paseo de Gràcia, de los Campos Elíseos o de la Quinta Avenida. Por ejemplo, el inversor paraguayo Chris Chena invirtió 2 millones de dólares en dominios y los ha vendido por 20 millones. Suyo era juegos.com, y con él asegura que está negociando la venta más cara de un dominio en español, por unos 13 millones de euros, dicen los rumores.

Blanco confía en que el gran negocio está por llegar. Con su empresa, ItNet, cada mes ingresa unos

Los dominios más caros del 2006

Precios en euros

DIAMOND.COM	5.806.000
VODKA.COM	2.322.000
CAMERAS.COM	1.161.000
NAV.NO	555.000
ON.COM	491.000
ANTISPYWARE.COM	425.000
MACAU.COM	425.000
GAYS.COM	387.000
WRESTLING.COM	387.000
BIKE.COM	387.000



ANNA MONELL

10.000 euros de la venta de pequeños dominios. "Algún día vendrá alguna empresa dispuesta a pagar mucho más", asegura.

"Ahora no hablan de especular, le llaman mercado secundario de dominios. Es un submundo dentro de los dominios, pero en España aún hay poco movimiento", explica Jordi Hinojosa, director de Nominalia, una de las pocas empresas que en España actúa como registrador acreditado de dominios. "Hace un año la normativa cambió y ahora es más

flexible. Los dominios más atractivos son del primero que llegue", explica Jesús García Tello, gerente de Red.es, del Ministerio de Industria.

El 95% de las compras son de dominios genéricos. De esta manera, no hay riesgos de infringir la propiedad intelectual. Hace años hubo casos muy polémicos como el de Bankinter o El Corte Inglés, cuyos dominios fueron registrados con mala fe por algún internauta que quiso aprovecharse de su notoriedad. "En todo caso recomendamos que nadie compre una marca o un dominio en trámite de registro", advierte Jorge Isern, del bufete J. Isern que acababa de poner en marcha el portal de compraventa domimark.com.

Una práctica corriente es adquirir dominios y mantenerlos en régimen de parking, es decir, dejar la página colgada en la red a la espera de que alguien la compre para aportar contenidos y, mientras tanto, ofrecer enlaces promocionales. "Existen términos genéricos que pueden ser interesantes de comprar por el tráfico que generan en la red aun-

Los que se mueven en este sector son profesionales procedentes de la inversión financiera o inmobiliaria

que no haya nada concreto", dice García Tello.

De hecho ItNet ha invertido 400.000 euros en la compra de 6.500 dominios (por ejemplo tiene sabores.com, barbacoas.com, firmas.com, asesoramiento.com), que mantiene en stand by y que explota como soporte publicitario. De esta forma, ItNet ingresa cada mes unos 5.000 euros: Sedo, que es la principal intermediaria europea de dominios, busca los anuncios de Google más apropiados -como empresas de barbacoas para barbacoas.com- e ItNet cobra por el número de visitas.

Cuando estalló la burbuja, allá en el año 2000, muchos creyeron que el mundo de los dominios estaba agotado y que había llegado también su fin. "Pero hay más dinamismo que nunca", asegura Hinojosa. El especialista Paul Stahura, de Demand Media, apunta su apuesta de futuro: "Con la explosión de los contenidos de internet, en los próximos meses veremos crecer los dominios .tv mucho más que cualquier otro".

tendencias@lavanguardia.es

Escucha de lunes a viernes de 2 a 4 de la tarde y sábados de 8 a 13.....

Jose Pérez

"Vamos Jose"

25 anys

Lo nuestro

Ràdio Tele-Taxi

www.radioteletaxi.com