

SSAC Advisory SAC0010 Consideraciones sobre las Renovaciones para los Registrantes de Nombres de Dominios



ICANN Security & Stability Advisory Committee

Nota sobre las traducciones

Como se menciona arriba, la versión original de este documento está en inglés, y está disponible en [http://www.icann.org/committees/security/renewal-documento de asesoría-29jun06pdf](http://www.icann.org/committees/security/renewal-documento%20de%20asesoría-29jun06pdf). El proceso mediante el cual se llegó a un acuerdo sobre el contenido del texto original se realizó totalmente en inglés. En caso de que exista, o se crea que exista alguna diferencia en interpretaciones entre la versión original y alguna que no esté en inglés, prevalecerá la versión original.

Un Reporte del Comité
de Seguridad y Estabilidad
de la ICANN
(SSAC)
Junio de 2006

Acerca del Comité de Seguridad y Estabilidad de la ICANN

El Comité de Seguridad y Estabilidad de la ICANN (SSAC) es un Comité Asesor de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres de Internet (ICANN).

El objetivo del Comité consiste en dar asesoría independiente a la Junta de la ICANN, a la ICANN y a los consejos, comités y las organizaciones que apoyan a la ICANN, así como a la comunidad técnica en general, en lo que respecta a la seguridad e integridad de los sistemas de asignación de nombres y direcciones de la Internet. El Comité no tiene autoridad oficial para hacer regulaciones ni adjudicaciones, ni hacer cumplir estatutos. Estas funciones pertenecen a otros organismos. La asesoría que ofrece el Comité debe evaluarse según sus méritos, no según el estatus del Comité ni sus miembros.

El Comité se conforma de miembros provenientes de sectores comerciales y no lucrativos. Su representación geográfica es muy amplia y también cuenta con representantes de la industria y la academia, incluyendo a todos los segmentos de la comunidad del sistema de nombres de dominios (DNS). El Comité incluye miembros que operan servidores raíz, servidores genéricos y de dominios de alto nivel con código de país, así como registradores y registros de direcciones. Algunos de los miembros son investigadores o expertos en seguridad de redes. Los miembros del Comité desempeñan sus funciones sin remuneración, y cada uno contribuye de manera técnica en su propia organización y en la comunidad en general. También participa un becario de la ICANN, quien se desempeña en el Comité y recibe compensación por parte de la ICANN.

Como el Comité se compone de gente que trabaja activamente en la industria, en ocasiones pueden surgir conflictos de intereses. Se espera que los miembros del Comité declaren sus conflictos de interés, ya sea actuales, potenciales o aparentes, pero no se requiere, ni se espera que los miembros del Comité se abstengan de participar. En caso de que haya miembros u otros participantes que trabajen para otras organizaciones que puedan tener intereses en un asunto dado, el procedimiento a seguir en el Comité es que cada participante revele dicha relación y proporcione información técnica sin intentar influenciar a los demás.

El Comité opera principalmente emitiendo Reportes, Documentos de Asesoría y Comentarios. Generalmente, estos documentos son escritos y editados por el becario del SSAC, Dave Piscitello, bajo la dirección de los miembros del Comité. Los Reportes, Documentos de Asesoría y Comentarios representan el punto de vista del Comité como un todo. Para más información sobre el Comité, consulte la página del Comité <http://www.icann.org/committees/security/>. El Apéndice contiene la lista de los miembros y de quienes contribuyeron a este reporte.

Introducción

Este documento de asesoría describe aquellos incidentes en los que los registrantes dejaron que expire el registro de un dominio, intencionalmente o por descuido, creyendo que no se verían afectados por dejar que expire dicho registro. En estos casos, y otros, alguien más registró el nombre del dominio y las actividades de este nuevo registrante afectaron los intereses del registrante anterior.

El propósito de este documento de asesoría consiste en explicar las maneras en que un nombre de dominio puede traer consigo un valor comercial y un valor en términos de reputación. El documento de asesoría utiliza incidentes reportados para explicar porqué los registrantes deben considerar el daño potencial a su reputación, las posibles pérdidas materiales, y los posibles ingresos constantes que podrían perder si dejan que expire el registro de un nombre.

Como lo muestra el documento de asesoría, los registrantes podrían no darse cuenta que los nombres de dominios expirados comúnmente son registrados por otro registrante a unas semanas o unos meses después de la fecha de expiración del acuerdo de registro del nombre de un dominio. Es posible que el nuevo registrante no use el nombre del dominio con el mismo propósito que el del registrante anterior. Según los incidentes, los nombres de los dominios registrados previamente pueden ser explotados a expensas de la reputación del registrante anterior. En este documento de asesoría, a este tipo de consecuencias inesperadas se le refiere como *daños a la reputación*.

Los nombres de los dominios, especialmente aquéllos que se han usado para establecer una presencia en la Internet, tienen un valor, el cual se basa en criterios tales como el reconocimiento de una marca, la composición y el número de caracteres del nombre, la popularidad del enlace, el pago-por-clic potencial, la indexación del nombre en los buscadores, así como la popularidad de una frase o palabra. Hasta los nombres de dominios con ingresos potenciales modestos son re-registrados rápidamente una vez transcurrido el período de gracia para su renovación que otorgan los proveedores de nombres de dominios.

Las actividades descritas en este documento de asesoría son distintas a las de secuestros de nombres de dominios. Los secuestros de nombres de dominios se refieren a la toma de control indebida del nombre de un dominio, despojando así a su poseedor legítimo. Algunos incidentes representativos que ilustran las formas más comunes de secuestros de dominios se detallan y analizan en un reporte separado: *SSAC 007, Domain Name Hijacking: Incidents, Threats, Risks, and Remedial Action* [1]. En particular, los incidentes descritos en este documento de asesoría ocurrieron después del período de gracia de 30 días para redención del nombre de un dominio mencionado en [2] y algunos períodos de gracia similares proporcionados por algunos registros de Dominios de Alto Nivel con Código de País (ccTLDs).

Las acciones recomendadas a los registrantes de nombres de dominios tienen en cuenta las políticas y prácticas de registros de Dominios de Alto Nivel (TLD) que operan bajo los acuerdos de la ICANN, y que incluyen los servicios del Período de Gracia de Redención. Los efectos descritos aquí podrían aplicarse a los ccTLDs, dependiendo de las políticas y las prácticas establecidas para los re-registros de nombres registrados anteriormente. En general, cuando se prohíbe re-utilizar un nombre registrado anteriormente durante un largo período, es mucho menos probable

que ocurran incidentes como el que se describe. Este documento de asesoría se enfoca en nombres registrados bajo las reglas que rigen a los registradores acreditados por la ICANN y los registros de gTLD que tengan contrato con la ICANN.

Este documento de asesoría ha sido creado específicamente para los registrantes de nombres de dominios, pero es relevante para todo aquél que esté involucrado en los registros de nombres de dominios o desea familiarizarse más con los mismos.

Registro, Renovación y Supresión de Nombres (Generalidades)

Para un registrante, el proceso de registro del nombre de un dominio comienza con el registrador. Los registradores son la parte que registra, conforme a lineamientos concertados con la ICANN, nombres de dominios en nombre del registrante (un individuo, una organización o una empresa)^{1, 2}. Técnicamente, el Registro de TLD garantiza que haya una etiqueta única de segundo nivel asignada a un TLD; por ejemplo, sólo habrá una etiqueta 'ejemplo' dentro del registro 'com', garantizando así que haya sólo un 'ejemplo.com'. Cuando alguien registra un nombre, el Registro de TLDs añade la etiqueta de segundo nivel a una base de datos de nombres de dominios asignados y registrados dentro del TLD.

Los registradores obtienen cierta información del registrante de cada nombre de dominio en el momento del registro. El registro contiene datos para contactar al registrante del nombre del dominio y a las partes que pueden tratar asuntos operacionales y administrativos relacionados con el nombre del dominio registrado (los contactos técnicos y administrativos, respectivamente). El registrante también debe especificar cuáles son los servidores de nombres que darán servicio de hosting para el archivo de zona del dominio. Con este registro se garantiza que el nombre de un dominio sea único dentro de un Registro de nombres de dominios, y le da derecho al registrante de utilizar el nombre del dominio por un plazo específico. El registro también contiene datos de contacto que se pueden utilizar para resolver disputas, así como asuntos técnicos y administrativos relacionados con el nombre del dominio.

El registrador o un revendedor cobra un cargo por el uso del nombre del dominio, y los registrantes pueden registrar nombres con un plazo de validez de uno o varios años. Cuando el período de validez del registro el nombre de un dominio está por expirar, muchos registradores y revendedores notifican a los registrantes anticipadamente, como parte de de su programa de atención y conservación de clientes. Algunos registradores e intermediarios ofrecen servicios de renovación automática. Los registradores e intermediarios comúnmente envían avisos de expiración de nombres de dominios por medio de correo electrónico. Los avisos se envían a una o más direcciones de email de los contactos (administrativos, técnicos, del propietario del nombre) que el registrante proporcionó al registrar el nombre. Sin embargo, los acuerdos entre la ICANN y los registradores y revendedores de registros del gTLD no obligan a estos últimos a que envíen dichos avisos. *El registrante tiene la responsabilidad de proporcionar información completa y correcta en el registro. Un incentivo obvio para mantener esta información correcta consiste en evitar que el registrador no pueda notificar al registrante que el nombre de un dominio registrado está a punto de expirar.*

La mayoría de los registradores acreditados de la ICANN que registran nombres de dominios del gTLD ofrecen alguna forma de periodo de gracia después de la su fecha de expiración, antes de que se cancele el nombre del dominio. Los períodos de gracia

¹ Los registradores deben estar acreditados por la ICANN para registrar nombres de gTLDs, pero algunos de los mismos registradores también ofrecen servicios de registro para ciertos ccTLDs sin relación alguna con la ICANN. Sin embargo, los administradores de ccTLDs (y no la ICANN) son los que determinan cómo se registran los nombres de los dominios, y conciertan sus propios acuerdos con terceros que ofrecen servicios de registros para sus ccTLDs.

² La ICANN tiene una lista de registradores acreditados para gTLDs en la página <http://www.icann.org/registrars/accredited-list.html>.

van desde cero a 45 días, aunque la mayoría de los registradores ofrecen al menos 30 días. Durante este periodo, los registradores tienen varias opciones para notificar al registrante que el registro de un nombre está por expirar, como por ejemplo, llamando por teléfono al registrante, enviando un fax al registrante, por correo postal, retirando el nombre del dominio de la zona, o bien, poniendo una página de Internet estacionada informando a los usuarios que el nombre del dominio ha expirado.

Los registros que operan bajo acuerdos contraídos con la ICANN pueden tomar medidas adicionales para prevenir casos en los que se cancele el nombre de un dominio como consecuencia de un error, descuido, o fraude (por ejemplo, [4]). El registro del gTLD puede retener el registro de un nombre de dominio cancelado durante un *Período de Gracia para Redención* adicional de 30 días antes de borrarlo de la base de datos y ponerlo a disposición de otros registrantes potenciales.

El *Período de Gracia para Redención* [2]³ le da al registrante una prórroga para que se entere o detecte que el registro del nombre del dominio ha expirado. Durante este tiempo, el nombre del dominio no puede ser registrado por un tercero; sin embargo, el nombre del dominio se retira del archivo de zona maestro del TLD, que es la base de datos que los servidores de nombres de dominios de TLDs usan para identificar la relación entre los nombres de dominios y las direcciones (IP) de Internet. Esta acción tiene el efecto práctico de impedir que los usuarios de Internet tengan acceso a un sitio de Internet operado en ese dominio o envíen mensajes por email a los usuarios de ese dominio. Frecuentemente, si la razón por la que el registrante no renovó el nombre no fue intencional, puede restaurarlo y renovar el registro a través de la clave asociada con el nombre de este dominio. El registrador notifica al registro, se retira el estatus de "pendiente" del nombre de dominio que se retiró, y, si el nombre del dominio se usa activamente, el nombre del dominio se restaurará en el archivo de zona maestro del TLD.

Después de este periodo de 30 días, el nombre del dominio de un gTLD se mantiene pendiente durante cinco días antes de ser borrado. Durante este periodo, el nombre del dominio se publica en una lista de nombres que están por borrarse, mostrando la fecha en que el nombre del dominio estará disponible para registrarse nuevamente. Muchos integrantes de la comunidad que vigilan la lista de nombres estarán disponibles para registrarlos nuevamente, y compiten por los nombres de los dominios que consideran más valiosos. Si se tienen en cuenta todos los periodos de gracia, la mayoría de los nombres de gTLDs están disponibles para registrarse entre 60 y 80 días después de la fecha de expiración del nombre del dominio original.

Cabe mencionar algunas observaciones que se pueden hacer sobre el proceso de registro de nombres de dominios.

1. Los registros de los nombres de dominios son temporales. Si bien es cierto que se pueden hacer los arreglos necesarios para registrar el nombre de un dominio durante varios años, o renovar registros automáticamente después de que éstos expiren, no existe manera alguna de establecer una "propiedad perpetua".
2. Cada registro o renovación del nombre de un dominio constituye un acuerdo independiente entre el registrador y registrante. Los registradores solamente están

³ Los registradores también pueden registrar nombres de dominios en dominios de alto nivel con códigos específicos de países, ccTLDs. Los administradores de TLDs establecen sus propias políticas y deciden si ofrecen servicios tales como el período de gracia para redención.

obligados a notificar un cambio en el estatus de registro del nombre de un dominio. Los registrantes no tienen la obligación de notificar a alguien más que pueda referirse al nombre del dominio, o dependa de los servicios (p.ej., servicio de nombres del DNS) proporcionados por nombres asignados de los sistemas de los nombres de los dominios.

3. Los datos de los contactos que están en el registro de nombre del dominio se utilizan para resolver disputas, así como para tratar asuntos técnicos y administrativos relacionados con el nombre del dominio. Si estos datos no se mantienen actualizados, los registros y los registradores no podrán ponerse en contacto con los registrantes para notificarles acerca de las renovaciones.
4. Los datos del servidor del nombre del dominio que están en el registro del nombre del dominio, son útiles para identificar la información relacionada con la autoridad sobre un dominio (el archivo maestro/de zona). Si estos datos no se mantienen actualizados, no se podrán atender a tiempo los asuntos técnicos y administrativos relacionados con la operación del servicio de nombres para el dominio.

Incidentes

Los incidentes que se muestran a continuación ilustran cómo el hecho de dejar que expire el nombre de un dominio, ya sea intencionalmente o por accidente, puede perjudicar a un registrante. En estos incidentes, la manera en que el nuevo registrante utilizó el nombre dañó la reputación de registrante anterior.

Pack216.org

El club de niños exploradores 'Cub Scout Pack 216' de Roanoke, Virginia, Estados Unidos, dejó que expirara el nombre de su dominio. Una vez transcurridos los periodos de gracia correspondientes, Inseosite Inc. registró el nombre del dominio para usarlo como enlace para sitios pornográficos. El nombre del dominio ahora lleva a un sitio llamado "Gute seiten aus dem erotik Internet" [sic]. El incidente fue reportado por un periódico local y después fue difundido por Associated Press el 16 de abril de 2006 [5].

Este incidente resultó ser muy embarazoso para todas las organizaciones de niños exploradores alrededor del mundo, quienes buscan "inculcar en los jóvenes valores para toda la vida para que éstos desarrollen un carácter ético, como lo establece la Ley y la Palabra del Explorador", así como "servir [...] a las comunidades y las familias con un programa basado en cualidades y en valores [6]". Los sitios de Internet externos que mostraban enlaces que apuntaban a pack216.org también fueron afectados.

En este incidente,

- el nombre del dominio fue registrado originalmente por un ex-guía del club de exploradores,
- los datos del registro no fueron actualizados cuando cambiaron al guía del club,
- la organización no recibió el aviso, ni por vía electrónica ni por algún otro medio, de que el nombre iba a expirar en marzo de 2006, y
- el nuevo guía del club de exploradores no estaba enterado que el sitio de Internet del club aún seguía en operación, y

La parte que registró a 'pack216.org' en nombre de Cub Scout Pack 216 también registró el nombre del dominio 'troop216.org', el nombre del club de niños exploradores Roanoke Boy Scout Troop. Este registro también expiró, y fue registrado por Domibot, una empresa dedicada a la adquisición automatizada de nombres de dominios para generar ingresos a través de la especulación de nombres de dominios. El nombre del dominio troop216.org corresponde ahora a un sitio con enlaces patrocinados, conocidos como enlaces de publicidad de 'pago-por-clic'.

SIGCAT.ORG

En 2002, Special Interest Group on CD/DVD Applications and Technology, una organización no lucrativa con 15 años de existencia en la industria de CDs y DVDs, no renovó el nombre del dominio 'sigcat.org.' El nombre del dominio nunca fue borrado: Domains for Sale compró el nombre del dominio de SIGCAT y redirigió el tráfico a Adult City, un sitio que congrega tráfico a sitios pornográficos [7]. SIGCAT ahora opera un sitio de Internet bajo un nuevo dominio, dvda.org. Tal como fue el caso de Cub Scout Pack 216, quienes tenían enlaces que apuntaban al sitio de SIGCAT se alarmaron cuando se enteraron que había enlaces a sitios pornográficos y para adultos entre sus páginas de Internet. SIGCAT intentó recobrar el nombre del dominio, pero como era una organización no lucrativa, no pudo pagar la cantidad solicitada por Domains for Sale por el nombre.

El nombre del dominio está actualmente registrado a nombre de Neovert Co, quien tiene el sitio estacionado, y está afiliado a DomainSponsor, una empresa que se especializa en monetización de nombres de dominios estacionados. Más aún, aprovechando los enlaces que apuntaban a SIGCAT por su contenido original, este sitio anuncia programas de CDs para fotografía y diseño.

En este incidente,

- varios miembros de la organización estaban familiarizados con el proceso de registro y renovación de nombres de dominios, pero ninguno de ellos tenía la responsabilidad de renovar el registro, y por lo tanto, nadie lo hizo, y
- la organización no tenía un proceso para proteger un activo valuado en más de 1,000 dólares americanos, que fue lo que pagó el nuevo registrante al intermediario.

Crisiscentersyr.org

Un centro de crisis por agresión sexual llamado Rape Crisis Center of Syracuse, de Nueva York, Estados Unidos, se fusionó con otra organización. La organización resultante decidió que no necesitaba dos nombres de dominios, y dejó que expirara el nombre crisiscentersyr.org. El nombre del dominio fue adquirido por alguien en Brooklyn, Nueva York, Estados Unidos, quien copió la página inicial del centro de crisis por agresión sexual en su propio sitio de Internet, en el cual incluyó enlaces a sitios de material pornográfico y juguetes para adultos. Ahora ya no se puede tener acceso al nombre del dominio, pero este incidente fue muy embarazoso para la esta organización de ayuda y los efectos emocionales que sufrieron las personas que visitaban el sitio en busca de información, ayuda y consuelo, fueron considerables.

En este incidente

- el registrante decidió no renovar el nombre de su dominio,

- el nombre del dominio era lo suficientemente popular en buscadores para atraer la atención de un oportunista o un especulador de nombres de dominios.
- la persona que adquirió el nombre explotó la popularidad del centro de crisis al copiar intencionalmente la página inicial del centro para engañar a los visitantes y aumentar la probabilidad de que éstos hagan clic para ir a la página de un patrocinador.

Riesgos asociados con registros de nombres de dominios expirados

Como lo demuestran los incidentes descritos anteriormente, los registrantes que dejan que expiren los nombres de sus dominios, ya sea de manera intencional o no intencional, corren el riesgo de sufrir daños. Nosotros hemos mencionado solamente tres ejemplos, pero hay otros que han sido publicados en línea y en medios impresos. También es posible que muchos incidentes que causan daños a la reputación no sean detectados o reportados. (Un dato que sirve de referencia, es que el Centro Federal de Respuesta a Incidentes Computacionales de Estados Unidos (CERT) y otras agencias y organizaciones asesoras, creen que hasta un ochenta (80) por ciento de los incidentes de seguridad no se reportan debido a que las organizaciones afectadas prefieren guardar silencio para evitar momentos embarazosos que puedan dañar su imagen [8]).

Daños a la reputación

El contenido o el propósito de los sitios de Internet operados por un registrante que adquiere el nombre de un dominio después de que éste ha expirado, puede causar situaciones muy embarazosas al registrante anterior. Como lo demuestran los incidentes de crisiscentersyr.org y pack216.org, los nombres de dominios utilizados anteriormente para ofrecer servicios de ayuda e información, pueden ser utilizados por el nuevo registrante como sitios de referencia para páginas pornográficas.

La capacidad que tiene una organización para manejar un sitio de Internet y publicar contenido apropiado, es una actividad pública en la que se refleja la aptitud de la organización en lo que respecta a las tecnologías de información. En el incidente del SIGCAT.org, se hizo evidente públicamente la falta de aptitud de la organización para coordinar la renovación del nombre del dominio entre sus varios contactos administrativos y técnicos.

La naturaleza de la web pone en riesgo, no sólo al registrante anterior del dominio, sino a terceros que pueden sufrir momentos embarazosos, pérdida de credibilidad, y engaños. En el incidente de sigcat.org, las organizaciones esperaban que el sitio de Internet de SIGCAT contuviera información relacionada a la industria de CDs y DVDs, y mostraban a sus visitantes enlaces que les llevarían a SIGCAT. Sin embargo, los enlaces apuntaban a sitios pornográficos, haciendo que otros pasaran también momentos embarazosos y poniendo en riesgo su reputación; tal fue el caso de Amtower & Company, una de las muchas empresas que mostraban enlaces a SIGCAT, presentándola como una fuente de material tecnológico en sus páginas de Internet para relaciones entre empresas y gobierno [7].

A pesar de que el dominio sigcat.org está actualmente estacionado, los visitantes que buscan a Special Interest Group on CD/DVD Applications and Technology llegan a una página de publicidad. En este caso el engaño ya no pasa a mayores, pero el

visitante no llega al sitio que esperaba, y la Asociación de DVD no tiene manera alguna de redirigir a los visitantes de este sitio.

Estos incidentes, y otros más, demuestran que muchos registrantes no están concientes del riesgo que corren en cuanto a los daños a su marca, momentos embarazosos, y pérdida de reputación, cuando no renuevan los nombres de sus registros, y esto se debe a que no se dan cuenta que los nombres borrados pueden ser registrados por alguien más, que los puede utilizar con propósitos distintos o incluso contrarios a los del registrante anterior, o bien, puede adquirirlos por su potencial de ingresos por referencias, pagos-por-clic y fines especulativos. Aunque el no renovar nombres no causa en si daño alguno, los registrantes suelen olvidar que los enlaces que apuntan a su sitio dejarán de funcionar, o que alguien que no tenga relación alguna puede registrar dicho nombre, lo que puede ocasionar confusión entre los consumidores, pérdidas de ingresos en beneficio de los competidores, etc.

Consideraciones comerciales

Muchos registrantes no están concientes que *los nombres de dominios pueden tener valor comercial*. Los nombres de dominios se venden y se intercambian cotidianamente (para después ser transferidos), y los nombres de dominios que pueden volverse populares pueden ser una fuente de ingresos constantes. Se recomienda que los registrantes se informen más acerca del mercado secundario de nombres de dominios para que sepan porqué los nombre de dominios pueden constituir oportunidades para re-utilizarlos o utilizarlos de manera indebida. Las secciones siguientes describen el mercado secundario de nombres de dominios para ayudar a lo registrantes a que comprendan porqué los nombres de los dominios deben considerarse como activos con valor de mercado, ya sea por medio de un intermediario o una venta directa, como un medio para generar ingresos constantes.

Corretaje de nombres de dominios

Hoy en día, el mercado secundario o de re-registros de nombres de dominios sirve de sustento para *especuladores de nombres de dominios*, que son registrantes que adquieren nombres de dominios para revenderlos con una ganancia. Algunos dominios están valuados en ciertos de miles de dólares o más. Otros podrían no tener valor de mercado alguno. La ganancias que puede obtener el registrante depende de las características del nombre del dominio, el valor que el mercado especulativo le asigna a ese nombre, y desde luego, que haya alguien que esté dispuesto a pagar por él. La compra y venta de nombres de dominios registrados han creado un mercado de intermediarios que incluye servicios de corretaje.

La *valuación del nombre de un dominio* depende de una variedad de factores. Si bien no hay un método uniforme para asignar un valor preciso al nombre de un dominio, y no se puede determinar una lista exhaustiva de parámetros, muchas empresas de evaluación de nombres de dominios y corredores de nombres de dominios utilizan algunos o todos los criterios que se muestran a continuación, para valorar el nombre de un dominio en caso de que un registrante desee venderlo o transferirlo.

Reconocimiento El nombre del dominio es relevante al mercado, es fácil de recordar, o es obvio (un nombre o una frase usada comúnmente).

Número de caracteres Los nombres con 3, 4 y 5 caracteres tienen un valor alto porque son fáciles de recordar y escribir, y por lo general representan acrónimos populares.

Potencial comercial El nombre tiene el potencial de convertirse en una marca comercial o registrada o un slogan publicitario, etc. Frecuentemente, las etiquetas “genéricas” de segundo nivel son asignadas a esta categoría (p.ej. mascotas, viaje, teléfono, ...).

Composición Los nombres con guiones y números son menos populares que aquéllos que contienen únicamente caracteres alfabéticos. Los nombres con caracteres sustitutos (p.ej., da2) y abreviaciones (quintaave) tienen menos valor que sus equivalentes alfabético (dados, quintaavenida) porque estos últimos nombres pueden ser encontrados más fácilmente por los buscadores que los primeros.

Ventas comparables. El valor de los nombres con composiciones similares se utiliza para especular el rango aproximado del valor (p.ej. expertosenseguridad vs. consultoresenseguridad, saladepoker vs. mesadepoker...).

Tiempo El tiempo durante el cual ha estado registrado el nombre de un dominio puede incrementar el valor del mismo. Por ejemplo, Google, ha registrado la patente de un buscador que se basa en uno o más tipos de datos históricos asociados con el nombre del dominio [9].

Valor del TLD Históricamente, los nombres de los dominios registrados bajo el TLD .com valen más, mientras que los nombres de dominios registrados bajo net y .org valen menos (ver el menú lateral).

Popularidad del enlace Una parámetro para medir la popularidad es el número de sitios externos que tienen un enlace que apunta a las páginas que están bajo el nombre de un dominio. Esto también puede darnos una idea de la calidad de los sitios que apuntan a dicho dominio. Si los enlaces que apuntan al nombre del dominio están en páginas populares, el nombre valdrá más.

Palabras y conteo de palabras. Los nombres de dominios compuestos de palabras reconocibles o que se pueden buscar fácilmente, tienen más valor que los nombres largos o compuestos de manera arbitraria. Los nombres que se componen de una palabra tienen mucho valor.

Similitud Los nombres que son similares a los de sitios muy populares podrían ser visitados frecuentemente como resultado de un error tipográfico (ejempl.com vs. ejemplo.com), y los nombres que son idénticos pero con TLD distinto (casablanca.com vs. casablanca.gov) también pueden tener un gran valor.

Potencial de "Pago por clic" (PPC) El Potencial de PPC mide hasta qué punto el nombre de un dominio podría servir de página de destino para la *monetización del nombre de un dominio*.

La monetización del nombre de un dominio (el tráfico del dominio) amerita una consideración especial por parte de los registrantes.

Monetización del nombre de un dominio

La monetización del nombre de un dominio constituye un medio de generación de ingresos continuos al colocar publicidad en el sitio de Internet. El principio básico de la monetización del tráfico es muy sencillo. Un registrante se encarga del hosting de una o varias páginas de Internet. En las páginas, el registrante coloca publicidad que

Los 20 dominios de alto nivel con el mayor número de páginas encontradas por Google (fuente: SEO by the Sea, 13 de enero de 2006 [10])

.com	Comerciales	4,860,000,000
.org	No comerciales	1,950,000,000
.edu	Instituciones educativas	1,550,000,000 [†]
.gov	Gobierno de E.U.A.	1,060,000,000 [†]
.uk	Reino Unido	473,000,000
.net	Servicios de red	206,000,000
.ca	Canadá	165,000,000
.de	Alemania	145,000,000
.jp	Japón	139,000,000
.fr	Francia	96,700,000
.au	Australia	91,000,000
.us	Estados Unidos	68,300,000
.ru	Federación Rusa	67,900,000
.ch	Suiza	62.100.000
.it	Italia	55,200,000
.nl	Holanda	45,700,000
.se	Suecia	39,000,000
.no	Noruega	32,300,000
.es	España	31,000,000
.mil	Milicia de E.U.A.	28,400,000

[†] Estos dominios tienen registros restringidos.

incluye un enlace al sitio que desea anunciar. El enlace contiene un identificador del registrante. El anunciante le paga al registrante una suma por haberlo referido. Dado que el visitante hace clic en la página del registrante para ir a la página del anunciante, que paga al registrante por haberlo referido, al proceso se le llama modelo de ingresos *click-through* o *pago-por-clic*.

Esta forma básica de publicidad está a disposición de cualquier registrante que haya creado una cuenta de afiliado con una red de distribución como Google (Google AdSense, [11] o Yahoo Publisher Network [12]. Otras redes de distribución que operan buscadores también ofrecen un modelo similar de ingresos. El registrante coloca un recuadro para búsquedas en sus páginas de Internet. El recuadro para búsquedas puede usarse para hacer búsquedas en el sitio, así como en toda la web. El buscador utiliza el texto que escribe el visitante en el recuadro de búsquedas para mostrarle publicidad cuyo contenido es relevante para la búsqueda del visitante. Los anunciantes le pagan a la empresa del buscador para que les dé prioridad en los resultados de la búsqueda. Cuando un visitante que llega al sitio del registrante hace clic en un anuncio prioritario listado en los resultados de la búsqueda, el registrante recibe un pago por hacer la referencia.

La monetización de tráfico de dominios es un negocio multimillonario muy competitivo. Susquehanna Financial Group calcula que los anuncios de sitios "estacionados" pueden haber generado 400 millones de dólares en ventas el año pasado, y calcula que las ventas podrían llegar a mil millones de dólares en 2007 [13]. Las redes de publicidad y de pago-por-clic (PPC) son una extensión de los conceptos sencillos que se ilustran anteriormente, y que sirven para atraer anunciantes que no solamente están interesados en tener una mayor presencia en el mercado, sino también en anunciarse ante los consumidores y la audiencia con las características demográficas que le interesan al anunciante. Los servicios ayudan a los anunciantes colocando anuncios relevantes en las páginas de Internet de los afiliados a la red de PPC.

También se pueden ofrecer servicios complementarios a los afiliados de la red de PPC, tales como una *página receptora* diseñada especialmente para sitios de Internet y dominios individuales. Las redes de PPC utilizan servicios de *optimización* para determinar cuáles son los anuncios más relevantes para un dominio, basándose en criterios tales como la composición del nombre y el análisis del comportamiento de los visitantes de un sitio, gracias a información obtenida por medio de cookies para anuncios.

Este modelo de negocios puede ser aprovechado por quienes registran un gran número de dominios, lo que constituye otra razón por la cual muchos dominios son valiosos: Los afiliados a las redes PPC pueden ganar más registrando y estacionando un gran número de páginas receptoras que contienen publicidad de PPC. Actualmente, los emprendedores de negocios registran cientos, o incluso miles de nombres de dominios con el propósito de *reacondicionarlos* para usarlos en sus páginas receptoras con PPC, en los casos en que los registrantes anteriores no hayan renovado los nombres de sus dominios. Como los registros de los nombres de dominios y el proceso para estacionarlos son relativamente baratos, estos emprendedores pueden construir una red de páginas receptoras sin arriesgar su inversión.

Los registrantes deben comprender que, con la creciente popularidad de la monetización del tráfico de dominios, cualquier nombre registrado que se vuelve disponible puede ser un buen candidato para los emprendedores de monetización.

Pruebas de nombres de dominios

Los registrantes de gTLDs y sus registradores están protegidos cuando cometen errores tipográficos, así como otro tipo de errores, cada vez que registran nombres de dominios. Algunos registros permiten a sus registradores cancelar un nombre dentro de un periodo de cinco (5) días naturales a partir de la fecha de solicitud de registro. Si el registro se cancela durante este *Periodo de Gracia para Añadir Dominios*, los nombres de los dominios vuelven a estar disponibles para registrarse.

Este plazo constituye una oportunidad para registrar el nombre de un dominio, crear y mantener una página receptora con PPC con ese nombre de dominio, y "probar" si ese nombre atrae tráfico que genere suficientes pagos-por-clic para hacerlo rentable. Muchos registradores tienen términos en sus contratos con sus registrantes que les permiten realizar este tipo de "pruebas" con los nombres que los clientes no renuevan.

Quienes prueban dominios puedan registrarlos para generar ingresos por PPC, descartar aquéllos con pocas probabilidades de rendir ganancias, y obtener un reembolso completo del cargo por el registro. Sin embargo, al automatizar el modelo, es posible que estos registrantes (principalmente registradores y revendedores de nombres de dominios) prueben decenas de miles de dominios, construyan y mantengan páginas receptoras con PPC, cobrar los ingresos por PPC durante el Periodo de Gracia para Añadir Dominios, y regresar todos los nombres de dominios sin incurrir en costos. Al llevar este concepto de pruebas al extremo, es posible generar ingresos considerables con una pequeña inversión en cargos por registros (la cual será reembolsada), un programa de automatización y una red [14].

Las pruebas de nombres de dominios crean enormes volúmenes de operaciones en las que se añaden y se borran registros, especialmente en los TLDs genéricos populares (consulte la sección *Corretaje de nombres de dominios* del menú lateral). Por ejemplo, un análisis de cerca de 600,000 registros de nombres de dominios en el TLD COM realizado en la semana del 27 de marzo al 2 de abril de 2006, reveló que más del 92% de los nombres fueron borrados antes de que expirara el Periodo de Gracia para Añadir Dominios.

Las pruebas de nombres de dominios tienen implicaciones para los registrantes, pues es muy posible que el nombre de un dominio se vuelva a usar una y otra vez mientras se realicen las pruebas de dominios. Los registrantes podían encontrar anuncios y referencias de sus propios competidores en el mismo dominio que dejaron expirar.

Conclusiones

El Comité pone a su consideración las siguientes conclusiones:

- (1) Las partes que registran nombres de dominios no siempre entienden totalmente el proceso de registro de nombres de dominios, en particular, el proceso renovación.
- (2) Las políticas y los procesos actuales pueden proteger a los registrantes hasta por setenta y cinco (75) días después de la expiración del registro del nombres de un dominio, dependiendo de las circunstancias, del registrador, de los términos del acuerdo de registro, etc. (Por ejemplo, un registrador puede borrar un nombre

inmediatamente después de que expire, si así lo desea, como por ejemplo, si no ha recibido algún pago por renovarlo). A partir de ese momento, el nombre del dominio puede ser registrado por alguien más, que busque usarlo con fines distintos a los de el registrante anterior.

(3) El uso subsecuente de los nombres de los dominios que no fueron renovados pueden ocasionar daños a la reputación del registrante anterior.

(4) Actualmente, existe un mercado secundario de nombres de dominios, y en este mercado casi todos los nombres de dominios tienen (algún) valor.

(5) Los registrantes no deberían dejar que expire el nombre de un dominio sin haber investigado el valor comercial del mismo.

Recomendaciones para los registrantes

Los registrantes que no renueven los nombres de sus dominios, ya sea de manera intencional o no intencional, deben tener en cuenta que en el vigoroso mercado secundario actual, cada nombre de dominio tiene un valor potencial para alguien y que los nuevos registradores pueden utilizar el nombre de un dominio expirado de manera tal que pueda dañar al registrar anterior. Se recomienda que todos los registrantes que tengan uno o varios nombres de dominios tomen las siguientes medidas para minimizar los riesgos asociados con la reutilización de los nombres de dominios.

(1) Mantenga actualizados los datos del registro del nombre del dominio. Muchos registradores y revendedores dan aviso previo de la fecha de expiración del nombre de un dominio al contacto o los contactos del registrante. Al proporcionar datos correctos y mantenerlos actualizados, es menos probable que no se renueve el nombre de un dominio por omisión. Los registrantes que no desean que sus datos personales estén disponibles al público, pueden recurrir a los servicios de confidencialidad y representación que ofrecen algunos registradores, al tiempo que mantienen actualizados sus datos de contacto con el mismo.

(2) Establezca una cadena de responsabilidades con respecto al registro del nombre de un dominio. Al registrar el nombre de un dominio, se especifican al menos tres contactos: el registrante, el contacto administrativo, y el contacto técnico. Asegúrese de que estos contactos comprendan bien quién es responsable de renovar los registros de los nombres de los dominios. En los casos en que registre un dominio con un revendedor (p.ej., un proveedor que brinda servicios de hosting junto con sus servicios de registros), haga los arreglos necesarios con ese registrador para que supervise los nombres de sus dominios y le notifique cuándo deben renovarse los nombres de sus dominios, o bien, solicítele que los renueve automáticamente.

(3) Seleccione cuidadosamente a su registrador o revendedor. Compare los servicios de registro que ofrecen los registradores y revendedores. Registre sus dominios con registradores que ofrezcan registros válidos por varios años, así como servicios de renovación automática. Los registros de nombres de dominios es un negocio competitivo, y muchos registradores trabajan arduamente para conservar a sus clientes (sus registrantes). Escoja registradores que envíen varios avisos por email (p.ej., 90, 60, y 30 días antes de la fecha de expiración), que envíen avisos de renovación por correo postal, que ofrezcan períodos de gracia extendidos (p.ej. hasta 45 días después de la fecha de expiración), y que ofrezcan servicios de redención de

nombres de dominios para registrante por parte del Registro, durante el Período de Gracia de Redención del Registro.

(4) Verifique si hay servicios adicionales Algunos registradores ofrecen salvaguardas para impedir que los nombres de dominios estén disponibles en el mercado sin su consentimiento firmado, o alguna otra forma de identificación que no esté sujeta a impugnaciones.

(5) Conozca el valor de su dominio. En muchos casos, el nombre del dominio es un activo que conlleva valor por su reputación. Se recomienda a los registrantes que determinen si puede haber un daño a su reputación en caso de que alguien más registre los nombres de los dominios que no renovaron.

(6) Considere otras opciones distintas al abandono de su nombre del dominio. La mayoría de los nombres cancelados (o quizás todos) constituyen candidatos que pueden ser registrados nuevamente. Los costos anuales de la renovación del registro del nombre del dominio son bajos, e incluso el costo del hosting de una página receptora puede reducirse o ser sufragado totalmente con un anuncio de pago-por-clic. Los registrantes que crean que los riesgos derivados por poner el nombre de un dominio disponible en el mercado son mayores que el costo de conservarlo, podrían considerar la opción de monetizar dicho nombre para sufragar los costos de registro y del hosting. Los registrantes que determinen que las ganancias que podrían obtener pueden ser mayores que el daño a su reputación, podrían considerar la opción de vender el nombre de su dominio en el mercado secundario.

(7) Comience a investigar el valor del nombre del dominio y finalice las transacciones del mismo de manera muy anticipada a la fecha de renovación. Una vez que haya llegado la fecha de expiración del nombre de un dominio, el registrante tendrá un tiempo muy limitado para actuar, antes de que el nombre pueda ser registrado por alguien más. Después de la fecha de expiración, las únicas opciones que tiene el registrante son renovar el nombre con el mismo registrador o dejar que expire. Los registrantes que deseen determinar el valor de los nombres de sus dominios para capitalizarlos, deben hacerlo de manera muy anticipada a la fecha de expiración para tener tiempo suficiente para investigar y realizar las transacciones antes de la fecha de expiración del registro del dominio.

Referencias

- [1] SSAC 007, Domain Name Hijacking: Incidents, Threats, Risks, and Remedial Actions <http://www.icann.org/announcements/hijacking-report-12jul05.pdf>
- [2] Redemption Grace Periods for Deleted Names <http://www.icann.org/registrars/redemption-proposal-14feb02.htm>
- [3] .biz Registry Agreement: Appendix C <http://www.icann.org/tlds/agreements/biz/registry-agmt-appc-10-11may01.htm>
- [4] .org Registry Agreement: Appendix C <http://www.icann.org/tlds/agreements/org/registry-agmt-appc-29jun04.htm#C11>
- [5] Cub Scouts Lose Website To Porn Promoter http://www.wusatv9.com/news/news_article.aspx?storyid=48468
- [6] Boy Scouts of America Vision Statement <http://www.scouting.org/nav/enter.jsp?s=mc&c=mv>
- [7] Porn Sites Hijack Expired Domain Names <http://www.pcworld.com/news/article/0,aid,87824,00.asp>
- [8] Protecting America's Critical Infrastructure http://www.gsa.gov/Portal/gsa/ep/contentView.do?pageTypeId=8169&channelId=-13338&P=XAE&contentId=11797&contentType=GSA_BASIC
- [9] United States Patent Application 20050071741, Information retrieval based on historical data <http://appft1.uspto.gov/netacgi/nphParser?Sect1=PTO2&Sect2=HITOFF&p=1&u=/netahtml/PTO/searchbool.html&r=1&f=G&l=50&col=AND&d=PG01&s1=20050071741&OS=20050071741&RS=20050071741>
- [10] Google's most popular and least popular top level domains <http://www.seobythesea.com/?p=94>
- [11] Google Adsense, <http://www.google.com/adsense/>
- [12] Yahoo Publisher Network <http://publisher.yahoo.com/>
- [13] Typo.com http://www.forbes.com/technology/2006/05/23/internet-reitdomain_cx_rr_0523cyber.html
- [14] Impact of Automated Domain Registrations on .ORG Registrants http://www.circleid.com/posts/impact_of_automated_domain_registration_tasting/

Apéndice A

Reconocimientos

El SSAC desea hacer un reconocimiento a Jaap Akkerhuis, Patrik Fältström, Daniel Karrenberg, Mark Kusters, Ram Mohan, Dave Piscitello y Bruce Tonkin por sus contribuciones a este documento de asesoría.

Miembros del comité

El Dr. Stephen Crocker ha sido nombrado Presidente del Comité de Seguridad y Estabilidad. Dave Piscitello ha sido designado becario del Comité.

Alain Aina, Consultora

Jaap Akkerhuis, NLnet Labs

KC Claffy, CAIDA

Patrik Fältström, Cisco Systems

Johan Ihrén, Autonomica

Rodney Joffe, UltraDNS

Olaf Kolkman, NL NetLabs

Mark Kusters, Verisign

Allison Mankin, Consultant

Ram Mohan, Afiliás

Russ Mundy, SPARTA, Inc

Frederico Neves, registro.br

Jon Peterson, NeuStar

Ray Plzak, ARIN

Mike St. Johns, Nominum

Doron Shikmoni, ForeScout, ISOC-IL

Bruce Tonkin, Melbourne IT; Presidente, Generic Names Supporting Organization

Paul Vixie, ISC

Suzanne Woolf, ISC

Jim Galvin (eList eXpress) brinda apoyo al Comité.