

INTERNET

Su pyme, en el mundo virtual

¿Es costoso mantener un dominio en la Web? ¿Qué diferencias expresan sus nomenclaturas? Aquí, los pasos que se deben seguir para hacer un registro prolijo y no cometer errores, y por qué los consultores de imagen sostienen que hoy el dominio es una parte esencial de la identidad como empresa.

The screenshot shows the homepage of Dattatec.com. At the top, there's a navigation menu with links for 'Compañía', 'Dominios', 'Web Hosting', 'Revendedores', 'Dedicados & VPS', 'E-mail', 'Radio en Internet', 'SSL', and 'Sitios web ya...!'. Below the navigation, there's a banner for 'Registro de dominios' with the ICANN logo and text stating 'Dattatec.com, única entidad registrante autorizada por ICANN en Latinoamérica...!!!'. To the right, there's a 'CREDITO US\$ 70 GRATIS Google' badge. Below the banner, there's a section for '.COM' domains with a button that says 'pongale un dominio'. Further down, there's a section for 'Los elegidos de Dattatec.com' with a 'Click aquí para ver' button. At the bottom, there's a search bar for 'Dominios.com' and a 'Buscar en la categoría' button. The page also features various promotional banners and a 'Finalizar la compra' button.

En la actualidad, cualquiera sea el tamaño y el core business de una empresa, cuesta imaginarla sin un dominio que conduzca a un sitio Web. De un tiempo a esta parte, el registro de dominios crece sin cesar.

“Para las empresas, estar en Internet es un desafío necesario, que les permite expandir sus negocios más allá de las fronteras geográficas, transmitiendo su imagen, su visión, su misión y sus valores. Cada vez más empresarios descubren a través de la Web soluciones para lograr una eficaz y productiva interacción con sus clientes”, explica Horacio Pelman, experto en Comunicación Corporativa y Director Ejecutivo de la Consultora de Imagen MDS2. Por su parte, Hernán Brignardello, de la firma Towebis, agrega: “Las organizaciones tienen que

saber que Internet es un espacio para la visibilidad y la promoción de su negocio, y en este sentido hay que cuidar cada aspecto de la imagen. Es importante contar con un dominio propio, con cuentas de correo asociadas a dicho dominio, y tener el asesoramiento y la ayuda de especialistas que pueden brindar todas las herramientas necesarias para aprovechar al máximo la presencia en Internet”.

IDENTIDAD WWW

“Existe un importante crecimiento en el universo de Internet en la Argentina y, en especial, en la industria de nombres de dominio”, explica Erica Saito, Gerente

Sabios consejos al elegir un dominio

- ★ Sume muchas puertas de enlace, así tendrá más visitas en su website.
- ★ No use guiones; son difíciles de recordar.
- ★ Utilice números sólo si son significativos.
- ★ Cuanto más corto, mejor: lo ideal es que no supere los 12 caracteres.
- ★ Evite mayúsculas y minúsculas; preséntelo siempre en minúsculas.
- ★ El nombre ideal para su dominio es el mismo de su empresa. Si ya estuviera ocupado, opte por uno que sea lo más parecido posible.
- ★ Registre su dominio con los errores más comunes.
- ★ Cuide la marca: Registre todas las extensiones disponibles, por ejemplo, dominios internacionales o regionales.
- ★ Busque palabras que sean simples de escribir.
- ★ Si ya optó por un dominio y éste se encuentra en plural, la mejor opción es registrarlo también en singular.
- ★ Registre el dominio antes de encargar el diseño Web.
- ★ Es muy recomendable registrar su dominio con www al principio, sin punto que lo separe.
- ★ Conviene basarse en las palabras clave que sus potenciales clientes puedan usar para encontrarlo.
- ★ No busque opciones rebuscadas para dominios con letra ñ o con tilde. Registre un dominio internacionalizado.
- ★ Registre el dominio internacional y el regional.
- ★ Nunca a nombre de un tercero: Para evitar perder su dominio, regístrelo a su nombre o al de su empresa, así no tendrá problemas legales.
- ★ No perderlo nunca: Esté siempre atento a la fecha de vencimiento de su dominio. Recuerde que cuando queda liberado, cualquier persona puede registrarlo.

Regional de Estrategia de Negocios de VeriSign para América Latina. La ejecutiva enfatiza que “el potencial de crecimiento deriva, principalmente, de la migración, del ingreso de las pequeñas y medianas empresas en el mundo de Internet, mediante una mejor comprensión de cómo establecer su presencia en línea, y de los beneficios que implica comunicar y ofrecer servicios a través de este medio”.

Muchos, todavía rezagados, suponen que esto es engorroso, de alto costo o que implica realizar demasiados trámites. Las tres premisas son incorrectas. “Si bien existen diferentes cotizaciones en el mercado —explica Pelman—, tener un dominio .com nunca requiere una inversión mayor a US\$ 15 anuales, a los que deben sumarse los honorarios profesionales en concepto de diseño, gestión de contenidos, mantenimiento y alojamiento del sitio”.

Sobre los costos, Horacio Nicolás, responsable de Finanzas de Towebs explica: “El registro de dominios de extensión argentina (.com.ar, .net.ar) es realizado de forma gratuita por nuestros operadores para cualquiera de los clientes que deseen hacer la contratación de un plan de hosting. Si una empresa quiere tener una página en Internet, le brindamos todos los elementos necesarios para que lo logre. En el caso de los dominios internacionales de primer nivel —.com o .net—, los precios son de \$ 30 por un período de un año (para los dominios .info, el período mínimo de registro es de dos años). Y por .tv, \$ 120 por un año”.

“Si bien existen diferentes cotizaciones, tener un dominio .com nunca requiere una inversión mayor a US\$ 15 anuales, a los que deben sumarse los honorarios profesionales en concepto de diseño, gestión de contenidos, mantenimiento y alojamiento del sitio”. Horacio Pelman, MDS2

PASO A PASO

A mediados de los '80, cuando se crearon las extensiones .com y .net, entre otras, se estableció que las primeras serían destinadas a empresas de carácter comercial, y las segundas, sólo a proyectos relacionados con Internet. Pero la gran demanda de dominios con extensiones .com hizo que, hoy, casi todas las opciones de menos de cinco caracteres de este tipo estén ocupadas. Por eso, las regulaciones se flexibilizaron, y en la actualidad, cualquier persona puede registrar un dominio .net. La extensión .info, por su parte, surgió en el año 2000 y sin restricciones, por lo que también puede usarse para cualquier tipo de proyecto. La diferencia fundamental tiene que ver, entonces, con una cuestión histórica.

¿Cuáles son los pasos que se deben seguir? Para tener un dominio en Internet, una empresa debe cubrir tres instancias:

a) El primer paso es el registro del dominio, es decir, del nombre que el usuario ingresará en el navegador para acceder al sitio. Existen algunas cuestiones que contribuyen a hacer el dominio más efectivo o ubicable (ver Sabios consejos).

b) El paso siguiente es el desarrollo, diseño y programación del sitio de la empresa. Para esto, muchos proveedores de Web hosting brindan a sus clientes herramientas gratuitas y sencillas de utilizar, con el fin de que el usuario construya su propio sitio de Internet sin necesidad de recurrir a un programador o diseñador Web.

c) En tercer término, se contrata un servicio de Web hosting, que permitirá que el sitio esté online y pueda ser accedido por los navegantes.

ERRORES VIRTUALES

Si se acepta que el dominio es como la marca, perderlo representa una gran dificultad; por eso, entre los errores más frecuentes, Diego Vitali, Marketing Manager de Dattatec.com –empresa que ofrece soluciones de Web hosting–, puntualiza que “el hecho de no tener en cuenta que el registro tiene una fecha de caducidad es muy perjudicial. En nuestro caso, empezamos a avisar a los clientes un mes antes del vencimiento, pero muchos se descuidan de todos modos”.

“Algo común –dice Brignardello– es que los usuarios quieran registrar nombres demasiado largos”. Pero el problema es que éstos pueden ser inaccesibles para los navegantes. “Los ejecutivos de cuenta tratan de asesorarlos para que reemplacen el nombre por una sigla o una denominación comercial que sea más recordable y utilizable”. Es fundamental que toda empresa que quiera tener una página en Internet entienda que el dominio será su marca online; “por lo tanto, tiene que ser claro, corto, fácil de recordar y de pronunciar. La elección es una apuesta inicial que puede determinar el éxito o el fracaso de un proyecto”.

Otra de las equivocaciones es hacer un registro restringido. Al respecto, Vitali explica que “hasta hace unos años hablábamos de registrar un dominio. Sin embargo, hoy nos referimos a ‘una estrategia de dominios’, para la que se contempla una batería de cuestiones vinculadas a la marca. Por ejemplo, en qué mercado va a trabajar, o si se va a desarrollar sólo en la Argentina o en la región, de manera de no tener únicamente un dominio local sino también otro de primer nivel asociado (.com o .net); es decir, una serie de ejes que impiden que la competencia registre opciones asociadas a nuestra marca y ‘arrastre’ potenciales clientes en su beneficio y en desmedro de nuestro negocio”.

Luciana Cabanillas, de Dattatec, explica que “si el mismo día del vencimiento del dominio .ar se advierte esta situación, es posible revertirla, y a lo sumo, las consecuencias serán que la página esté caída durante unas horas; pero si el lapso es mayor, la cuestión se complejiza. Por eso recomendamos la compra de dominios genéricos .com o .net, porque la renovación demora sólo unos minutos y el servicio continúa operativo”. Entre los beneficios que tienen los dominios



“Se viene registrando un importante crecimiento de participación de las pymes argentinas en el mundo de Internet. Esto se debe a que estas empresas comprenden cuáles son los beneficios de comunicar y ofrecer servicios a través de este medio”. Erica Saïto, VeriSign

Oportunidad a la vista

Para quienes quieren aprovechar los nombres que son liberados por sus antiguos dueños, Dattatec ofrece una herramienta denominada Dominios Expirados. Desde ella se puede acceder a un listado actualizado diario de los dominios que quedan disponibles por falta de renovación, organizados por segmento de negocios. La empresa estima en alrededor de 65.000 los dominios que cada día quedan libres, entre .com y .net. “Una gran ventaja de usar dominios expirados es que se puede sacar provecho del tráfico y los links entrantes que éstos tenían antes de su expiración”, dice Diego Vitali, Marketing Manager del proveedor.



“No tener en cuenta que el registro tiene una fecha de caducidad es muy perjudicial. En nuestro caso, empezamos a avisar a los clientes un mes antes del vencimiento, pero muchos se descuidan de todos modos”. Diego Vitali, Marketing Manager de Dattatec.com

Porcentajes.com

De acuerdo con un estudio de Verisign realizado a mediados de 2008 entre micro, pequeñas y medianas empresas de la Argentina, el 76% de los entrevistados considera a Internet como una herramienta muy importante para sus negocios. Por su parte, el 76% de los clientes afirmó que espera que las compañías con las cuales interactúa tenga un sitio Web y esté en línea.

El 83% de los entrevistados tiene mayor nivel de conocimiento del dominio .com: el 65% lo elegiría primero en relación con los demás tipos de dominio (incluso, .ar y .net).

Las empresas que usan dominios .com creen que es importante registrar sus nombres para que sea más fácil encontrarlas (92%), ofrecer productos o servicios (89%), crear un sitio Web (88%), ayudarlas a establecer una imagen más profesional (86%) y tener un alcance global (86%).

de primer nivel, la ejecutiva enumera: “La proyección internacional, y la mejor administración y renovación”.

No hacer una traducción adecuada de la página puede ser considerado un error. Cuando se trata de empresas que son exportadoras y que apuntan a mercados específicos, no es un tema menor contemplar la diversidad cultural. “Todo sitio Web debe estar traducido a los idiomas que se hablan en las regiones a las que la empresa desea llegar con sus marcas, productos y servicios. Por ejemplo, no es lo mismo traducir al portugués de Brasil que al portugués de Portugal”, explica Marcela Barbará, Directora Ejecutiva de MDS2, Consultora de Imagen Corporativa.

También hay que proteger la marca frente a los errores ortográficos. “Hay palabras, como ‘consejo’, que se escriben mal en un porcentaje alto de casos. Por eso recomendamos registrar también el nombre escrito de manera incorrecta, y direccionarlo al dominio”, explica Vitale.

El tema puede llegar a tener aristas legales, pero se aconseja, como dice el refrán, prevenir para no tener que curar. Quienes adquieren los dominios “vencidos” con fines de lucro los venden a aproximadamente US\$ 900, y hay una ‘justificación’ para hacerlo: sólo iniciar el reclamo ante el ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*), el ente que regula en el mundo la asignación de dominios, supone abonar US\$ 1500 para comenzar el trámite. Así, mientras que a muchos les cuesta entender la importancia de los dominios, otros ya han comprendido a la perfección que ése es un tesoro para resguardar y aprovechan cualquier descuido en beneficio propio.

por ANALÍA GARCÍA