Nombre: _____ **Fecha:** _____ **Puntuación:** _____

Metodologías de tasación de dominios y Valoración de activos digitales

Modelos de valoración de dominios, tasación de activos digitales, métricas de escasez, factores del valor de mercado

PANORAMA DE APRENDIZAJE: VALORACIÓN DE DOMINIOS

INVERSOR
CONDICIÓN DE ESTUDIANTE
Itinerario de marca corporativa

PROTEGIDO
ACTIVOS DE DOMINIO
Transferencia de activos de alto valor

CON LICENCIA
ESCROW
Protección confidencial del comprador

¡Hola! Este paquete de actividades te guía por las metodologías de tasación de dominios. Explorarás la investigación de ventas comparables, los multiplicadores del valor del tráfico de palabras clave y la liquidez del mercado mayorista frente al minorista.

PUNTOS DE CONTROL DE LA HOJA DE TRABAJO

- [ ] **Partes 1-4: Domina la valoración y la intermediación de dominios.**
- [ ] **Partes 5-7: Resuelve crucigramas y sopas de letras.**
- [ ] **Partes 8-9: Resuelve casos prácticos y el reto de cifrado.**
- [ ] **Parte 10: Repasa las páginas de preguntas frecuentes básicas y avanzadas.**
- [ ] **Parte 11: Explora 10 datos reales interesantes.**
- [ ] **Extra: reto Piensa rápido.**

Abre la guía de intermediación de dominios de VPN.com

URL: https://www.vpn.com/es/corredor-de-dominios/valoracion-dominio/

Tu hoja de ruta de aprendizaje sobre tasación de dominios

- Evalúa los modelos de valoración de dominios y las principales metodologías de tasación financiera.
- Analiza las métricas de escasez de dominios, la fuerza de los TLD y los factores que impulsan la demanda del mercado.
- Formular marcos de fijación de precios de dominios a partir de ventas comparables históricas.
- Calcular los valores de equivalencia SEM basados en el tráfico y los multiplicadores de tasación.
- Evalúa las diferencias de valoración entre precio minorista y mayorista y la liquidez del mercado secundario.

INSTRUCCIONES DE LA GUÍA DE VALORACIÓN DE DOMINIOS

Responde a las preguntas de opción múltiple y de verdadero/falso, completa las frases con huecos usando el banco de palabras, relaciona las definiciones y resuelve el crucigrama y la sopa de letras. Aplica tus conocimientos a las tasaciones de dominios. Termina con la actividad extra Piensa rápido.

METODOLOGÍAS DE VALORACIÓN DE DOMINIOS (INTRODUCCIÓN)

La valoración de dominios estima el valor de mercado de los inmuebles digitales a partir de ventas comparables, el volumen de tráfico de las palabras clave, la fortaleza de la extensión TLD, el volumen de búsquedas, las métricas de CPC y la liquidez mayorista del mercado secundario.

LEE ATENTAMENTE CADA PUNTO DE CONTROL Y SELECCIONA O ESCRIBE LA RESPUESTA CORRECTA.

Punto de control 1: Reto de opción múltiple

1. ¿Cuál es el principal factor que determina el valor de un dominio?

- A. La ubicación del servidor de alojamiento
- B. La escasez y la utilidad comercial de la palabra clave
- C. La combinación de colores de la página provisional
- D. El número de subdominios activos

2. ¿Qué método valora los dominios a partir del historial de ventas anteriores?

- A. Análisis de ventas comparables (comps)
- B. Valoración por coste de reconstrucción
- C. Modelo de proyección del tráfico futuro
- D. Método de estimación de la renovación del registrador

3. ¿Por qué los dominios .com alcanzan tasaciones más altas que los nuevos gTLD?

- A. Están exentos de las tarifas de ICANN
- B. Tienen mayor reconocimiento, confianza y demanda de reventa entre los consumidores
- C. Cargan el doble de rápido en redes móviles básicas
- D. No requieren pagos anuales de renovación al registrador

4. ¿Qué métrica evalúa el valor del tráfico SEO de un dominio?

- A. Puntuación de autoridad de dominio
- B. Valor del tráfico equivalente en coste por clic (CPC)
- C. Tiempo de retardo (latencia) del servidor de nombres
- D. Número de bloqueos del registrador

5. ¿Cuál es el principal riesgo de las herramientas de tasación automatizadas?

- A. Siempre provocan errores de bloqueo de registro
- B. Carecen de contexto humano del mercado, de análisis de la demanda del usuario final y del valor de marca premium
- C. Revelan públicamente los precios de la negociación
- D. Inician automáticamente el envío de transferencias

Punto de control 2: Reto de verdadero o falso

6 Pregunta vf 6

6. El valor de tasación de un dominio se basa estrictamente en el coste de la tarifa de registro original del registrador.

- ○ Verdadero
- ○ Falso

7 Pregunta vf 7

7. Los .com de dos letras (2L) y de tres letras (3L) tienen una oferta fija y limitada, lo que sostiene sus altos valores de reventa.

- ○ Verdadero
- ○ Falso

8 Pregunta vf 8

8. Los motores de búsqueda tratan las nuevas extensiones genéricas como .app y .tech como dominios de nivel superior de código de país (ccTLD).

- ○ Verdadero
- ○ Falso

9 Pregunta vf 9

9. El análisis de ventas comparables es un método habitual para justificar el precio de un dominio premium en las adquisiciones corporativas.

- ○ Verdadero
- ○ Falso

10 Pregunta vf 10

10. El valor de los dominios siempre se mantiene estático y no fluctúa con las tendencias del sector ni con los cambios tecnológicos.

- ○ Verdadero
- ○ Falso

Punto de control 3: Inserción de términos clave

Lee cada una de las frases siguientes y rellena el espacio en blanco con el término correcto del banco de palabras.

1. Una _____ profesional de dominios informa del valor comercial de un activo digital.

2. Los tasadores analizan _____ históricos para justificar los precios de los dominios premium.

3. La _____ .com sigue siendo el estándar de referencia de la confianza empresarial a nivel mundial.

4. La _____ absoluta de palabras clave eleva el precio de los dominios premium de una sola palabra.

5. El volumen de búsqueda y el CPC de las palabras clave son _____ fundamentales en las fórmulas de valoración.

6. Los dominios muy líquidos tienen una alta _____ de mercado y se venden rápidamente por dinero en efectivo.

BANCO DE PALABRAS DE VOCABULARIO

COMPARABLES ESCASEZ EXTENSIÓN LIQUIDEZ MARCABILIDAD MÉTRICAS TASACIÓN VALOR DE TRÁFICO

Escribe aquí tus respuestas:

1. **2.**

3. **4.**

5. **6.**

Punto de control 4: Relación de conceptos de dominios

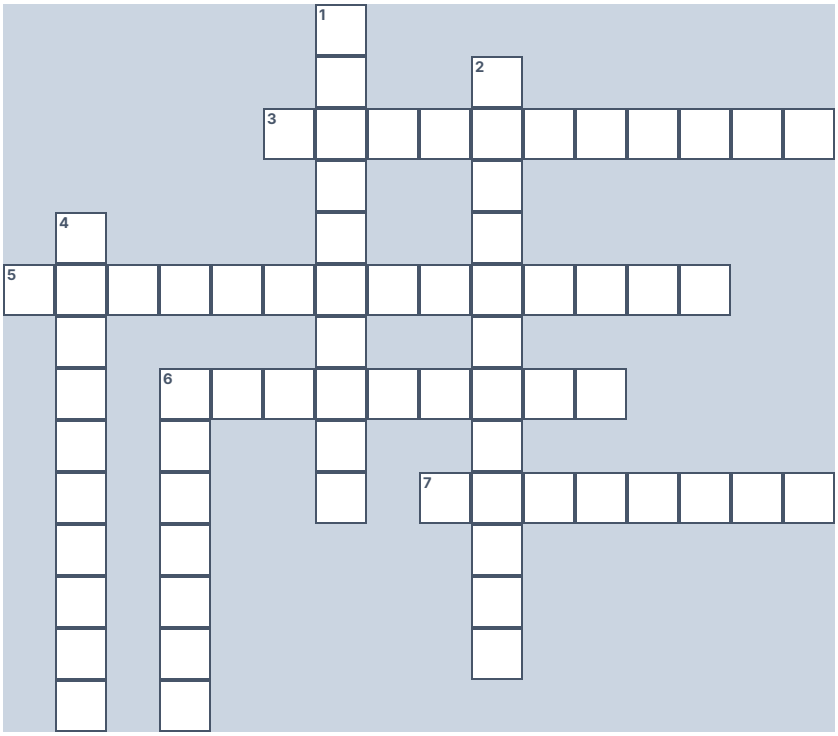
RELACIÓN DE DEFINICIONES

Relaciona cada término de vocabulario de la izquierda con su definición correcta de la derecha escribiendo la letra correspondiente (A-H) en la casilla rellenable.

☐	1. Tasación de valoración	A	Estado de seguridad que impide modificaciones o transferencias no autorizadas durante las negociaciones de venta del activo.
☐	2. Ventas comparables	B	Evaluación cualitativa de la facilidad de pronunciación, la sencillez ortográfica y el potencial de marca de un dominio.
☐	3. Escasez de dominios	C	Precios históricos de transacciones de nombres de dominio similares utilizados como referencia de precios.
☐	4. Fuerza de la extensión	D	Rapidez y facilidad con que un activo de dominio concreto puede revenderse en los mercados secundarios.
☐	5. Valor del tráfico	E	Estimación financiera estructurada del valor justo de mercado de un nombre de dominio basada en el análisis de datos.
☐	6. Liquidez de mercado	F	Diferencias de valor de mercado relativo y de confianza del consumidor entre extensiones de dominio (p. ej., .com frente a .net).
☐	7. Métrica de potencial de marca	G	Oferta limitada de palabras clave muy demandadas y combinaciones cortas de caracteres en un TLD concreto.
☐	8. Estado de bloqueo EPP	H	Valor monetario equivalente de los visitantes de búsqueda orgánica que llegan directamente a un nombre de dominio.

Punto de control 5: Crucigrama

Resuelve el crucigrama escribiendo letras en las casillas blancas activas. Los números corresponden a las pistas de abajo.



HORIZONTALES

3. Precios históricos de transacciones de nombres de dominio similares que se usan como referencia de precios (11)

5. Valor monetario equivalente de los visitantes de búsqueda orgánica que llegan directamente a un nombre de dominio (14)

6. Diferencias relativas de valor de mercado y de confianza del consumidor entre sufijos de dominio (p. ej., .com frente a .net) (9)

7. Rapidez y facilidad con que un activo de dominio concreto puede revenderse en los mercados secundarios (8)

VERTICALES

1. Estado de seguridad que impide modificaciones o transferencias no autorizadas durante la negociación de la venta del activo (10)

2. Evaluación cualitativa de la facilidad de pronunciación y de escritura de un dominio y de su potencial como marca (12)

4. Estimación financiera estructurada del valor justo de mercado de un nombre de dominio, basada en el análisis de datos (10)

6. Oferta limitada de palabras clave muy demandadas y de combinaciones cortas de caracteres en un TLD concreto (7)

Punto de control 5, alternativa: Pistas accesibles del crucigrama

Los usuarios de lectores de pantalla y de teclado pueden escribir las respuestas del crucigrama directamente en los campos de texto de abajo.

HORIZONTALES

3 horizontal: Precios históricos de transacciones de nombres de dominio similares que se usan como referencia de precios (11 letras):

5 horizontal: Valor monetario equivalente de los visitantes de búsqueda orgánica que llegan directamente a un nombre de dominio (14 letras):

6 horizontal: Diferencias relativas de valor de mercado y de confianza del consumidor entre sufijos de dominio (p. ej., .com frente a .net) (9 letras):

7 horizontal: Rapidez y facilidad con que un activo de dominio concreto puede revenderse en los mercados secundarios (8 letras):

VERTICALES

1 vertical: Estado de seguridad que impide modificaciones o transferencias no autorizadas durante la negociación de la venta del activo (10 letras):

2 vertical: Evaluación cualitativa de la facilidad de pronunciación y de escritura de un dominio y de su potencial como marca (12 letras):

4 vertical: Estimación financiera estructurada del valor justo de mercado de un nombre de dominio, basada en el análisis de datos (10 letras):

6 vertical: Oferta limitada de palabras clave muy demandadas y de combinaciones cortas de caracteres en un TLD concreto (7 letras):

Punto de control 6: Sopa de letras

Encuentra los 8 términos clave del vocabulario ocultos en la cuadrícula de abajo. Las palabras pueden estar en horizontal, en vertical o en diagonal.

D Z M K V R U A S W K M M H H
A N N O I C A R O L A V I Q G
D L T L L I Q U I D E Z R W H
I B U F Y Ñ Y Z W S H T X A P
L U Ñ Ñ Z O E I P T I O U U O
I U T K A S E O N L A Ñ V G G
B P Q X A Y K K U K Y W X O K
A I Z C J N O I S N E T X E J
C N S A F I A S A K F W E K Z
R E P P E O E U Q O L B K E L
A V A L O R D E T R A F I C O
M Q N K A F O K Ñ D N C D H I
B B C O M P A R A B L E S O R
M P V T I Y F Y R H X W I F Q
T Ñ U K R D T S M P L N S I K

LISTA DE PALABRAS DE VOCABULARIO

VALORACION COMPARABLES ESCASEZ EXTENSION VALORDETRAFICO
LIQUIDEZ MARCABILIDAD BLOQUEOEPP

Punto de control 6, alternativa: Relación de vocabulario accesible

Relaciona cada uno de los 8 términos de vocabulario de la sopa de letras con su definición correcta escribiendo la letra (A-H) en el espacio en blanco.

TÉRMINOS DE VOCABULARIO

- **A. VALORACION**
- **B. COMPARABLES**
- **C. ESCASEZ**
- **D. EXTENSION**
- **E. VALORDETRAFICO**
- **F. LIQUIDEZ**
- **G. MARCABILIDAD**
- **H. BLOQUEOEPP**

DEFINICIONES Y CAMPOS DE RELACIÓN

_____ 1. Rapidez y facilidad con que un activo de dominio concreto puede revenderse en los mercados secundarios.

_____ 2. Oferta limitada de palabras clave muy demandadas y de combinaciones cortas de caracteres en un TLD concreto.

_____ 3. Precios históricos de transacciones de nombres de dominio similares que se usan como referencia de precios.

_____ 4. Valor monetario equivalente de los visitantes de búsqueda orgánica que llegan directamente a un nombre de dominio.

_____ 5. Diferencias relativas de valor de mercado y de confianza del consumidor entre sufijos de dominio (p. ej., .com frente a .net).

_____ 6. Estimación financiera estructurada del valor justo de mercado de un nombre de dominio, basada en el análisis de datos.

_____ 7. Estado de seguridad que impide modificaciones o transferencias no autorizadas durante la negociación de la venta del activo.

_____ 8. Evaluación cualitativa de la facilidad de pronunciación y de escritura de un dominio y de su potencial como marca.

Punto de control 7: Reto de palabras desordenadas

Ordena las letras de abajo para descubrir conceptos clave de la intermediación de dominios. Escribe tus respuestas en los campos proporcionados.

1. OCARAVINOL
2. ECZESAS
3. VRACTOAFLERDIO
4. ALARIDBDIMAC
5. LOBAMSARCEP
6. OEXISENNT
7. LZIDEIUQ
8. PQEPBULOEO

Actividad extra: Piensa rápido

3 RESPUESTAS POR CATEGORÍA. GANA QUIEN COMPLETE PRIMERO LA LISTA.

1	Cosas que hacen que un dominio valga menos			
2	Otras cosas que tienen valor de mercado			
3	Cosas que hacen que un nombre de dominio sea malo			
4	Cosas que hacen que un nombre de dominio sea bueno			
5	Palabras que describen a un buen negociador			
6	Sectores que necesitan un gran dominio			
7	Extensiones de dominio que conoces			
8	Formas de encontrar un precio justo			
9	Cosas que hacen que un dominio valga más			
10	Palabras relacionadas con la compraventa			
11	Cosas que incluye un contrato de compraventa			
12	Nombres que podrías inventar para una nueva app			
13	Palabras cortas que serían dominios caros			
14	Razones por las que una empresa cambia de nombre			
15	Números que pueden medir el tráfico			

Punto de control 8: Casos prácticos de intermediación de dominios

Aplica los conceptos que has aprendido para resolver los escenarios reales que aparecen a continuación.

CASO PRÁCTICO 1: ANÁLISIS DE VENTAS COMPARABLES

👷

Escenario: Una empresa quiere comprar el dominio 'VR.com'. El vendedor pide $3,000,000. El consejo de administración exige un informe de valoración completo antes de aprobar el capital. El intermediario realiza un análisis de ventas comparables (comps) usando registros públicos de ventas de dominios .com de 2 letras.

Pregunta de debate: Describe la metodología para seleccionar ventas comparables relevantes y ajustarlas a las tendencias del mercado.

CASO PRÁCTICO 2: VALORACIÓN DE DOMINIOS BASADA EN EL TRÁFICO

👷

Escenario: Un nombre de dominio recibe 20,000 visitantes únicos de navegación directa al mes para la palabra clave 'Loans'. El coste por clic (CPC) medio de esta palabra clave en Google Ads es de $5.00.

Pregunta de debate: Muestra cómo calcula un tasador el valor equivalente en marketing en buscadores (SEM) de este tráfico orgánico y aplica un multiplicador para establecer un valor de referencia del dominio.

Punto de control 9: Descifrar el código

Un intermediario de dominios protege el capital del cliente durante las adquisiciones sigilosas. Usa la clave de letras y números de abajo para descifrar el mensaje de ciberseguridad escribiendo las letras correspondientes en los espacios en blanco.

CLAVE DE CIFRADO DE LETRAS A NÚMEROS

A=1 B=2 C=3 D=4 E=5 F=6 G=7 H=8 I=9

J=10 K=11 L=12 M=13 N=14 Ñ=15 O=16 P=17 Q=18

R=19 S=20 T=21 U=22 V=23 W=24 X=25 Y=26 Z=27

4	5	21	5	19	13	9	14	1		5	12		23	1	12	16	19		4	5
						21	22		4	16	13	9	14	9	16		3	16	14	
								17	19	5	3	9	20	9	16	14				

Mensaje descifrado:

CONSEJO: CADA NÚMERO REPRESENTA LA POSICIÓN DE ESA LETRA EN EL ALFABETO (P. EJ., 1 = A, 2 = B, 27 = Z).

Punto de control 10: Preguntas frecuentes básicas sobre intermediación de dominios (Parte A)

Repasa las preguntas y respuestas más habituales sobre la intermediación de dominios y las adquisiciones discretas.

Q1: ¿Qué es una tasación de dominios?

Un análisis experto que determina el valor financiero justo de mercado de un nombre de dominio.

Q2: ¿Por qué .com es la extensión más valiosa?

Por su autoridad global, su reconocimiento de marca inigualable y los factores de confianza del consumidor.

Q3: ¿Qué son las ventas comparables (comps)?

Precios de transacciones anteriores de dominios similares usados para orientar la valoración actual.

Q4: ¿Cómo afecta el volumen de búsqueda al valor de un dominio?

Un volumen de búsqueda alto indica una fuerte demanda orgánica de los consumidores, lo que eleva el valor de los dominios.

Q5: ¿Qué es el tráfico de navegación directa?

Visitantes que escriben un dominio directamente en la barra de direcciones del navegador, lo que indica una alta intención.

Punto de control 10: Preguntas frecuentes básicas sobre intermediación de dominios (Parte B)

Repasa las preguntas y respuestas más habituales sobre la intermediación de dominios y las adquisiciones discretas.

Q6: ¿Son más valiosos los dominios cortos?

Sí, los dominios cortos (combinaciones de 2 y 3 letras) son muy escasos y alcanzan precios premium.

Q7: ¿Reducen los números y los guiones el valor de un dominio?

Sí, generan confusión ortográfica, reducen el potencial de marca y bajan considerablemente el valor de tasación.

Q8: ¿Qué es el valor de liquidez?

El precio al que se vendería rápidamente un dominio en una subasta o en un entorno mayorista.

Q9: ¿Cómo influye la longitud del dominio en la imagen de marca?

Los dominios más cortos son más fáciles de recordar, reducen los errores ortográficos y logran un mayor recuerdo de marca.

Q10: ¿Quién realiza las tasaciones profesionales de dominios?

Tasadores experimentados y agencias de intermediación especializadas que usan modelos de valoración basados en datos.

Punto de control 10: Preguntas frecuentes avanzadas sobre valoración de dominios (Parte C)

Explora los aspectos comerciales y de valoración de las transferencias de dominios premium y la financiación con arrendamiento con opción a compra.

Q1: ¿Cómo se calcula el equivalente en valor del tráfico en la valoración de dominios?

Multiplicando el volumen mensual de búsqueda orgánica por el CPC medio para determinar el coste equivalente de sustituirlo por tráfico de pago.

Q2: ¿Cómo justifican los registros de las bases de datos de ventas comparables el precio de una transacción?

Ofrecen referencias objetivas de transacciones históricas que ayudan a que compradores y vendedores alineen sus expectativas de precio.

Q3: ¿Qué factores determinan la valoración mayorista frente a la de usuario final de un dominio?

El valor mayorista se basa en la liquidez inmediata para inversores, mientras que el valor para el usuario final refleja la utilidad estratégica de la marca para el negocio.

Q4: ¿Cómo afectan los riesgos legales de marcas registradas a la valoración de los dominios?

Los dominios que entran en conflicto con marcas registradas existentes conllevan una gran responsabilidad legal y prácticamente no tienen valor legal ni comercial.

Q5: ¿Qué hace que los dominios .com genéricos de una sola palabra sean los activos digitales con la tasación más alta?

Su escasez, su autoridad como referentes del sector y su capacidad para transmitir liderazgo en su categoría.

Punto de control 10: Preguntas frecuentes avanzadas sobre valoración de dominios (Parte D)

Explora los aspectos comerciales y de valoración de las transferencias de dominios premium y la financiación con arrendamiento con opción a compra.

Q6: ¿Cómo se comparan los gTLD más recientes en liquidez en el mercado secundario?

La mayoría de los nuevos gTLD tienen mercados de reventa más reducidos que .com, por lo que suelen ser más difíciles de revender rápidamente.

Q7: ¿Cómo afecta el historial de DNS al valor de los dominios?

Un historial de spam, malware o sanciones de los buscadores puede reducir gravemente el valor SEO y la tasación de un dominio.

Q8: ¿Qué es un multiplicador de valoración y cómo se elige?

Un factor que se aplica al valor anual del tráfico y que se elige según el crecimiento del sector, el carácter comercial de las palabras clave y la fuerza de la marca.

Q9: ¿Influye la antigüedad del registro en el valor de tasación de un dominio?

Solo indirectamente: los nombres antiguos suelen ser cortos y genéricos, y un historial limpio aumenta la confianza del comprador.

Q10: ¿Cómo afecta la demanda internacional de dominios a las tasaciones globales?

Los dominios que coinciden con palabras clave en varios idiomas de alto PIB alcanzan primas globales por su mayor utilidad en el mercado.

Parte 11: 10 datos reales sobre intermediación de dominios y su aplicación

Repasa estos datos reales y muy valiosos sobre la valoración de dominios, la adquisición discreta y la seguridad del depósito en garantía (escrow).

1. PERSPECTIVA SOBRE DOMINIOS

Valoración por escasez: solo hay 676 combinaciones .com de dos letras y 17,576 de tres letras (solo letras), una oferta fija que impulsa las valoraciones de reventa.

2. PERSPECTIVA SOBRE DOMINIOS

Valor de las extensiones principales: .com es, con diferencia, el TLD más grande, y los nombres .com dominan las ventas de dominios más altas que se han hecho públicas en los archivos de ventas. [2]

3. PERSPECTIVA SOBRE DOMINIOS

Navegación directa: algunos dominios genéricos premium reciben visitantes que escriben el nombre directamente, lo que los tasadores cuentan como valor añadido.

4. PERSPECTIVA SOBRE DOMINIOS

Multiplicadores de valor: las tasaciones basadas en el tráfico aplican un multiplicador al valor anual del tráfico de marketing en buscadores de un dominio; el múltiplo varía según el tasador.

5. PERSPECTIVA SOBRE DOMINIOS

Descuentos por longitud: los nombres de cuatro letras son mucho más numerosos que los de 3, por lo que añadir una letra suele reducir el valor base de tasación de un dominio.

6. PERSPECTIVA SOBRE DOMINIOS

Impacto de la UDRP: un dominio que infringe una marca puede ser transferido o cancelado en virtud de la UDRP, lo que reduce drásticamente su valor comercial. [3]

7. PERSPECTIVA SOBRE DOMINIOS

Índice de liquidez: los dominios numéricos cortos (combinaciones de 2 y 3 dígitos) los negocian los inversores por su brevedad, con independencia del significado de las palabras clave.

8. PERSPECTIVA SOBRE DOMINIOS

Bases de datos de comparables: los archivos públicos de ventas registran muchas transacciones de dominios históricas, que son la base del análisis de ventas comparables.

9. PERSPECTIVA SOBRE DOMINIOS

Penalización por guiones: los dominios con guiones suelen tasarse por debajo porque muchos usuarios escriben la versión sin guion.

10. PERSPECTIVA SOBRE DOMINIOS

Tráfico automático: algunos dominios genéricos de una sola palabra atraen tráfico directo (type-in) que puede generar ingresos publicitarios, lo que aumenta su valor de tasación.

Referencias técnicas y fuentes

La guía de estudio y los pasatiempos interactivos se han elaborado a partir de los estándares internacionales de la ICANN, la UDRP de la OMPI (WIPO) y el depósito en garantía (escrow) de dominios con licencia.

REFERENCIAS ACADÉMICAS Y DEL SECTOR

[1] Google Search Central. (2015). Google's handling of new top level domains.

https://developers.google.com/search/blog/2015/07/googles-handling-of-new-top-level

[2] Verisign. (2026). Domain Name Industry Brief Quarterly Report: DNIB.com Announces 392.5 Million Domain Name Registrations in the First Quarter of 2026.

https://blog.verisign.com/domain-names/q1-2026-domain-name-industry-brief-quarterly-report/

[3] ICANN. (2024). Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy.

https://www.icann.org/resources/pages/policy-2024-02-21-en

[4] WIPO. (2017). WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions, Third Edition ("WIPO Jurisprudential Overview 3.0").

https://www.wipo.int/amc/en/domains/search/overview3.0/

[5] Escrow.com. (n.d.). Securely Buy & Sell Domains & Websites Online.

https://www.escrow.com/domains

Clave de respuestas: Punto de control 1 – Opción múltiple

1 Pregunta 1 — **Respuesta correcta: B**

NOTA PARA DOCENTES

¿Cuál es el principal factor que determina el valor de un dominio? → La escasez y la utilidad comercial de la palabra clave

2 Pregunta 2 — **Respuesta correcta: A**

NOTA PARA DOCENTES

¿Qué método valora los dominios a partir del historial de ventas anteriores? → Análisis de ventas comparables (comps)

3 Pregunta 3 — **Respuesta correcta: B**

NOTA PARA DOCENTES

B: .com es la extensión más reconocida y con el mercado de reventa más amplio, aunque Google no la posiciona mejor.

4 Pregunta 4 — **Respuesta correcta: B**

NOTA PARA DOCENTES

¿Qué métrica evalúa el valor del tráfico SEO de un dominio? → Valor del tráfico equivalente en coste por clic (CPC)

5 Pregunta 5 — **Respuesta correcta: B**

NOTA PARA DOCENTES

¿Cuál es el principal riesgo de las herramientas de tasación automatizadas? → Carecen de contexto humano del mercado, de análisis de la demanda del usuario final y del valor de marca premium

Clave de respuestas: Punto de control 2 – Verdadero o falso

6 **Pregunta 6** — **Respuesta correcta: Falso**

NOTA PARA DOCENTES

Falso: las tasaciones reflejan la demanda, la escasez y las ventas comparables, no la tarifa de registro original.

7 **Pregunta 7** — **Respuesta correcta: Verdadero**

NOTA PARA DOCENTES

Verdadero: el número de combinaciones .com 2L y 3L es fijo, y esa oferta limitada sostiene sus altos valores de reventa.

8 **Pregunta 8** — **Respuesta correcta: Falso**

NOTA PARA DOCENTES

Falso: Google trata los nuevos gTLD como .app y .tech como dominios genéricos, no de código de país.

9 **Pregunta 9** — **Respuesta correcta: Verdadero**

NOTA PARA DOCENTES

El análisis de ventas comparables es un método habitual para justificar el precio de un dominio premium en las adquisiciones corporativas.

10 **Pregunta 10** — **Respuesta correcta: Falso**

NOTA PARA DOCENTES

Falso: el valor de los dominios cambia con las tendencias del sector, la demanda y los cambios tecnológicos.

Claves de vocabulario y rúbrica de calificación

Rúbrica de calificación para docentes: concede 1 punto por cada relación correcta (8 puntos en total) y por cada término de contexto (6 puntos en total).

PUNTO DE CONTROL 4: SOLUCIÓN DE LA RELACIÓN DE CONCEPTOS

E 1. Tasación de valoración	C 2. Ventas comparables	G 3. Escasez de dominios	F 4. Fuerza de la extensión
H 5. Valor del tráfico	D 6. Liquidez de mercado	B 7. Métrica de potencial de marca	A 8. Estado de bloqueo EPP

PUNTO DE CONTROL 3: SOLUCIÓN DE LOS TÉRMINOS CLAVE

1 TASACIÓN	2 COMPARABLES	3 EXTENSIÓN	4 ESCASEZ
5 MÉTRICAS	6 LIQUIDEZ		

PUNTO DE CONTROL 6, ALTERNATIVA: SOLUCIÓN DE LA RELACIÓN DE PALABRAS

1 F – LIQUIDEZ	2 C – ESCASEZ	3 B – COMPARABLES	4 E – VALORDETRAFICO
5 D – EXTENSION	6 A – VALORACION	7 H – BLOQUEOEPP	8 G – MARCABILIDAD

NOTAS DE DEBATE PARA DOCENTES

Precisión de la valoración:
Comprueba que los estudiantes entienden cómo la longitud del dominio, la extensión (.com, .ai) y el volumen de búsquedas comerciales determinan el precio de tasación.

Seguridad del depósito en garantía:
Recalca que los fondos se mantienen en cuentas de custodia de terceros autorizados antes de que se verifique el cambio de titular en los datos de registro (RDAP).

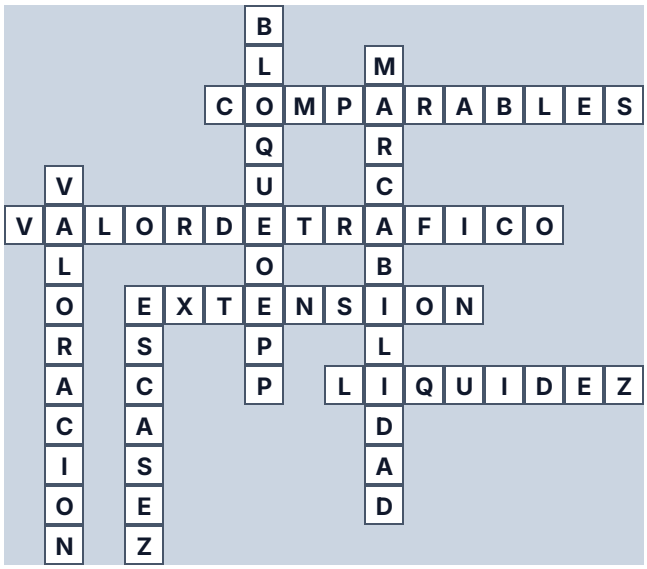
Representación discreta:
Destaca el papel de los acuerdos de confidencialidad (NDA) y de la representación por terceros para evitar subidas de precios especulativas durante las compras corporativas.

Claves de los pasatiempos y notas para docentes

SOLUCIÓN DE LA SOPA DE LETRAS

D	Z	M	K	V	R	U	A	S	W	K	M	M	H	H
A	N	N	O	I	C	A	R	O	L	A	V	I	Q	G
D	L	T	L	L	I	Q	U	I	D	E	Z	R	W	H
I	B	U	F	Y	Ñ	Y	Z	W	S	H	T	X	A	P
L	U	Ñ	Ñ	Z	O	E	I	P	T	I	O	U	U	O
I	U	T	K	A	S	E	O	N	L	A	Ñ	V	G	G
B	P	Q	X	A	Y	K	K	U	K	Y	W	X	O	K
A	I	Z	C	J	N	O	I	S	N	E	T	X	E	J
C	N	S	A	F	I	A	S	A	K	F	W	E	K	Z
R	E	P	P	E	O	E	U	Q	O	L	B	K	E	L
A	V	A	L	O	R	D	E	T	R	A	F	I	C	O
M	Q	N	K	A	F	O	K	Ñ	D	N	C	D	H	I
B	B	C	O	M	P	A	R	A	B	L	E	S	O	R
M	P	V	T	I	Y	F	Y	R	H	X	W	I	F	Q
T	Ñ	U	K	R	D	T	S	M	P	L	N	S	I	K

SOLUCIÓN DEL CRUCIGRAMA



GUÍA PARA DOCENTES CON LAS SOLUCIONES DEL CRUCIGRAMA

HORIZONTALES

3 horizontal: COMPARABLES Precios históricos de transacciones de nombres de dominio similares que se usan como referencia de precios (11 letras)

5 horizontal: VALORDETRAFICO Valor monetario equivalente de los visitantes de búsqueda orgánica que llegan directamente a un nombre de dominio (14 letras)

6 horizontal: EXTENSION Diferencias relativas de valor de mercado y de confianza del consumidor entre sufijos de dominio (p. ej., .com frente a .net) (9 letras)

7 horizontal: LIQUIDEZ Rapidez y facilidad con que un activo de dominio concreto puede revenderse en los mercados secundarios (8 letras)

VERTICALES

1 vertical: BLOQUEOEPP Estado de seguridad que impide modificaciones o transferencias no autorizadas durante la negociación de la venta del activo (10 letras)

2 vertical: MARCABILIDAD Evaluación cualitativa de la facilidad de pronunciación y de escritura de un dominio y de su potencial como marca (12 letras)

4 vertical: VALORACION Estimación financiera estructurada del valor justo de mercado de un nombre de dominio, basada en el análisis de datos (10 letras)

6 vertical: ESCASEZ Oferta limitada de palabras clave muy demandadas y de combinaciones cortas de caracteres en un TLD concreto (7 letras)

Clave de soluciones de palabras desordenadas y del cifrado

Clave de calificación de la actividad de ordenar letras del vocabulario y del Reto del código secreto.

CLAVE DE LAS PALABRAS DESORDENADAS

1.	O C A R A V I N O L	VALORACION	5.	L O B A M S A R C E P	COMPARABLES
2.	E C Z E S A S	ESCASEZ	6.	O E X I S E N N T	EXTENSION
3.	V R A C T O A F L E R D I O	VALORDETRAFICO	7.	L Z I D E I U Q	LIQUIDEZ
4.	A L A R I D B D I M A C	MARCABILIDAD	8.	P Q E P B U L O E O	BLOQUEOEPP

CLAVE DEL RETO DEL CÓDIGO SECRETO

"DETERMINA EL VALOR DE TU DOMINIO CON PRECISION"

Clave de soluciones de los casos prácticos de intermediación de dominios

A Caso práctico 1: Análisis de ventas comparables

Solución para docentes

PAUTA DE CALIFICACIÓN

Las respuestas del alumnado deben abordar los siguientes puntos:

- Análisis del escenario: una empresa quiere comprar el dominio 'VR.com'. El vendedor pide $3,000,000. El consejo de administración exige un informe de valoración completo antes de aprobar la inversión. El intermediario realiza un análisis de ventas comparables (comps) usando registros públicos de ventas de dominios .com de 2 letras.
- Estrategia y solución recomendadas: Rúbrica de evaluación: otorgar 3 puntos por detallar la selección de criterios de comparables, 3 puntos por ajustar los valores según las tendencias históricas y 4 puntos por presentar el rango de valoración final.

B Caso práctico 2: Valoración de dominios basada en el tráfico

Solución para docentes

PAUTA DE CALIFICACIÓN

Las respuestas del alumnado deben abordar los siguientes puntos:

- Análisis del escenario: un nombre de dominio recibe 20,000 visitantes únicos de navegación directa al mes para la palabra clave 'Loans'. El coste por clic (CPC) medio de esta palabra clave en Google Ads es de $5.00.
- Estrategia y solución recomendadas: Rúbrica de evaluación: otorgar 4 puntos por calcular las fórmulas de valor del tráfico, 3 puntos por aplicar los multiplicadores de valoración adecuados y 3 puntos por tener en cuenta las tasas de conversión.