

Avalúo de Páginas Web

(Website Appraisal)

por
Ing. Roberto Piol
CIV 32.290
SOITAVE 260

1.0 Introducción

La Pagina Web de un empresa (Website), es su presentación al mundo. La imagen corporativa de una empresa será la que refleje su Página Web en el monitor de una computadora conectada a Internet.

Se puede definir que una Página Web (Website) es un **activo** de una empresa, y por lo tanto susceptible de ser **valuado**.

El objetivo de esta monografía es la de presentar un Modelo de Valoración de Páginas Web (Website Appraisal), analizando desde las características de su Dominio hasta los costos de Diseño, Alojamiento y Mantenimiento de la misma.

2.0 El Dominio

Se puede definir como Dominio (Domain) al nombre de la Página Web; sin embargo es mucho mas que eso. El Dominio, al transpolarlo fuera del ciberespacio, sería el equivalente a la “marca” o “denominación comercial de un producto o una empresa.

El Dominio, es tan importante, que el por si solo tiene un valor existiendo o no la Página Web relacionada con el mismo.

Los dominios a nivel mundial están organizados por Internic, quien garantiza la singularidad del mismo en la Red (Web). De otra manera, podrían existir en el ciberespacio Dos o mas Páginas Web con el mismo Nombre o Dominio. Existen a nivel mundial “Registradores” de dominios que inscriben en Internic los Dominios solicitados por las personas o empresas interesadas y este registro tiene un costo muy bajo (70 US\$ bianuales o menos).

Debido a la “singularidad” de los Dominios, se ha creado un mercado mundial donde se venden o subastan (bid) Dominios de todos los tipos. Por supuesto, algunos serán mas valiosos que otros, y sobre la determinación del valor de los mismos, versa esta monografía

Técnicamente un Dominio se basa en un **nombre** seguido de un punto (dot) y una **extensión**.

El **nombre**, puede ser compuesto de la forma que uno quiera, en el idioma de su preferencia, puede incluir letras, números, signos de puntuación etc.. Precisamente, esta primera parte del Dominio es la que debería definir el objetivo de la Página Web, aunque también es válido que el nombre no signifique nada en particular.

La extensión, es mas rígida y tiene un formato preciso que no se puede variar. Las mas importantes que se utilizan en la Red son: .com - .net - .org - .edu - .gov - .co - .uk - .tv - .ws - .cc - .ve

Son ejemplos de dominios:

En Castellano

Porlapuerta.com
Loquesea.com
Grupo77.net

En Inglés

Photo.com
Gold_wins.org
e-corporate.net

3.0 El Idioma

Internet, es mundial (word-wide); por lo tanto todos los idiomas de la tierra son válidos (aunque existen algunos idiomas en que sus caracteres o pictogramas aún no están disponibles en la Red).

Sin embargo, el idioma de la Página Web y especialmente el idioma en que está compuesto su dominio, incide determinantemente en el valor de la Página Web.

Al examinar las estadísticas de empresas y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que estudian el fenómeno de Internet, podemos encontrar indicadores como los siguientes:

ESTADISTICA NUMERO 1

IDIOMA HABLADO POR LOS USUARIOS DE INTERNET

IDIOMA	NUMERO DE PERSONAS QUE HABLAN EL IDIOMA	PORCENTUAL GLOBAL
INGLES EE.UU.	99,00 Millones	45,83%
INGLES otros	29,00 Millones	13,43%
JAPONES	19,70 Millones	9,12%
ALEMAN	14,00 Millones	6,48%
ESPAÑOL	9,40 Millones	4,35%
FRANCES	9,30 Millones	4,31%
CHINO	7,00 Millones	3,24%
HOLANDES	4,40 Millones	2,04%
COREANO	4,30 Millones	1,99%
SUECO	3,60 Millones	1,67%
ITALIANO	3,30 Millones	1,53%
PORTUGUES	2,90 Millones	1,34%
OTROS	10,1 Millones	4,68%
TOTAL	216,00 Millones	100,00%

fuelle: cyberatlas.internet.com

De la tabla anterior, podemos concluir que de cada 100 usuarios de Internet 59.26 son angloparlantes.

Esto quiere significar que el 59.26% de los usuarios de Internet, no accederán a una Página Web (mas bien, a un Dominio) que no esté en Inglés.

NOTA: Quizás la única observación a esta estadística, sería los Hispanoparlantes (bilingües) de los Estado Unidos, que representan el 11.40% de la población total de ese país, que podría sumar unos Once Millones de usuarios, que acceden tanto a las Páginas Web en Inglés como en Castellano.

ESTADISTICA NUMERO 2

PAGINAS WEB CLASIFICADAS POR IDIOMA

IDIOMA	NUMERO DE PAGINAS WEB	PORCENTUAL GLOBAL
INGLES	214,25 Millones	68,39%
JAPONES	18,34 Millones	5,85%
ALEMAN	18,07 Millones	5,77%
ESPAÑOL	7,57 Millones	2,42%
FRANCES	9,26 Millones	2,96%
CHINO	12,11 Millones	3,87%
HOLANDES	3,16 Millones	1,01%
COREANO	4,05 Millones	1,29%
SUECO	2,92 Millones	0,93%
ITALIANO	4,88 Millones	1,56%
PORTUGUES	4,29 Millones	1,37%
OTROS	14,38 Millones	4,59%
TOTAL	313,28 Millones	100,00%

fuelle: cyberatlas.internet.com

De la tabla anterior, podemos observar que el 68.39% de las Páginas Web están en inglés; de lo que extrapolamos que los Dominios de esas Página Web, también están en inglés.

Ambas tablas estadísticas, nos confirman una tendencia claramente demarcada: Los Dominios en inglés, superan ampliamente a los Dominios en cualquier otro idioma; por lo tanto: Un Dominio que

esté en inglés, tendrá una demanda (por escasez) mucho mayor que un Dominio en otro idioma y esto influenciará claramente en el valor del mismo.

Por ejemplo el Dominio: loans.com, se subastó recientemente en Tres Millones de Dólares. Su homólogo en Castellano: prestamos.com, es improbable que llegue (por vía del mercado convencional) a alcanzar un valor similar.

4.0 Los Indicadores de Tráfico

Si la Página Web asociada con el Dominio existe en la Red, los indicadores de tráfico definen su popularidad, o sea la cantidad de veces que es visitada o la facilidad de ser encontrada a través de los Motores de Búsqueda (Search engines).

Los principales indicadores de tráfico de una Página Web son:

- Los Contadores de Visitas (Hit Counters)
- Presencia de la Página Web en los Principales Motores de Búsqueda (Search Engines)
- Presencia de Metatags en la Pagina Web

4.1 El Contador de Visitas:

El indicador de tráfico mas popular es el Contador (Hit Counter), que teóricamente suma una unidad por cada vez que la Página Web es accesada desde algún punto de la Red.

Sin embargo, un Contador no es un instrumento muy seguro para evaluar el número de visitas a una Página Web, ya que el mismo sería fácilmente alterable por el Administrador de la Página (Webmaster).

De acuerdo al número promedio de visitas al mes, se puede calificar el tráfico de una Pagina Web como:

Mayor de 5,000 visitas diarias:	Excelente
Entre 500 y 4,999 visitas diarias:	Bueno
Entre 1 y 499 visitas diarias:	Regular
Ninguna visita algunos días:	Pobre

4.2 La inscripción en los Motores de Búsqueda (Search engine sumit)

Es muy difícil para los usuarios la búsqueda de una Página Web en particular, ya que tendrían que memorizar el Dominio de la misma para poder accederla.

Los motores de búsqueda, permiten facilitar la búsqueda de una Página Web determinada en función al Dominio, nombre del producto o servicio que ofrece y cualquier criterio que permita la Página Web deseada u otras similares en cuanto al servicio que prestan, mercancía que venda o contenido de la misma.

Es indispensable que cualquier Administrador, inscriba su Página Web por lo menos en los principales Motores de Búsqueda de Internet.

4.2.1 Los 15 Principales Motores de Búsqueda Mundiales:

Ranking.	Motor de Búsqueda	Usuarios/día
1.	yahoo.com	64,407
2.	aol.com	53,101
3.	msn.com	47,809
4.	lycos.com	24,294
5.	nbc.com	19,776
6.	netscape.com	18,832
7.	excite.com	18,090
8.	ask.com	17,624
9.	altavista.com	15,785
10.	looksmart.com	15,396
11.	about.com	14,240
12.	go.com	13,190
13.	google.com	12,271
14.	goto.com	11,634
15.	msnbc.com	11,535

**Fuente: cyberatlas.internet.com
(Top Sites January 2001)**

Solo se cuenta cada usuario una vez al día, independientemente del número de veces que accese o consulte al motor de búsqueda

4.2.2 Principales Motores de Búsqueda Venezolanos

Ranking.	Motor de Búsqueda	Usuarios/día
1.	terra.com.ve	S/D
2.	auyantepuy.com	S/D
3.	lycos.com.ve	S/D
4.	cantv.net	S/D
5.	venezuelavirtual.com	S/D
6.	trompo.com	S/D
7.	venezuelaonline.com	S/D
8.	venezuelavirtual.com	S/D

Fuente: Investigación Propia

4.3 Los Metatag

Los Metatag (Meta-etiqueta), es una característica muy especial del Lenguaje de Programación HTML. La presencia de Metatag en una Página Web, permite que el software de la mayoría de los Motores de Búsqueda, capturen (spider) algunos datos tan importantes como lo son:

- Título de la Página Web
- Descripción (Breve) de la Página
- Palabras Claves (Necesarias para la búsqueda)

De hecho, para inscribir una Página Web en un Motor de Búsqueda, a veces solo hace falta enterar la Dirección Electrónica de la Página (URL) y una dirección de correo electrónico (e-mail). El software (Robot) del Motor de Búsqueda, hace el resto: Lee los Meta Tag, Clasifica la Página y la Publica automáticamente.

NOTA: Sin embargo, no todos los Motores de Búsqueda trabajan de la misma manera. Algunas requieren llenar una planilla y ser sometidas a la aprobación del Administrador (Webmaster) del Buscador, como por ejemplo el conocido yahoo.com.

5.0 DESARROLLO DEL MÉTODO DE VALORACIÓN DE PÁGINAS WEB

Para el desarrollo del Método de Valoración de Páginas Web, se tomaron en cuenta solamente Tres (3) elementos:

- El Valor del Dominio
- El Valor Agregado por Tráfico
- Los Costos de Producción

6.0 DESARROLLO DE LA METODOLOGÍA PARA EL MODELO DE VALORACIÓN DEL DOMINIO

Existen una gran cantidad de empresas y profesionales dedicados a la Valuación de Dominios. En la “Cyber-Bibliografía”, al final de esta monografía, se citan la mayorías de las Páginas Web que prestan el servicio de Valuación de Dominios; algunas gratis, otras pagas,

En la búsqueda de una metodología objetiva, simple, de fácil uso y asequible por la mayoría de los usuarios de Internet; se seleccionaron Diez (10) modelos de Valoración de Dominio. Se estudió cada uno de ellos. Se analizaron y clasificaron los principales elementos bases de la obtención del valor y se creó una **“Matriz de Comparación”** con cada uno de ellos.

La **“Matriz de Comparación” (Ver el Anexo Nro. 1)**, permitió seleccionar y ponderar, los elementos mas importantes que inciden en la determinación del Valor de un Dominio.

El resultado del análisis de dicha matriz, generó los siguientes: “Elementos Básicos para la Determinación del Valor de un Dominio”

6.1 EXTENSION DEL DOMINIO

La Extensión del dominio se refiere a el sufijo que prosigue al último punto (dot) de un Dominio.

Son las Extensiones mas usadas en el ciberespacio:

- Comerciales: .com - .net - .org -co- tv - etc.
- Educacionales: .edu
- Gubernamentales: .gov
- Por países:
 - .ve (Venezuela)
 - .ar (Argentina)
 - .uk (Reino Unido)
 - .it (Italia)

Sin embargo, el estudio de los diferentes modelos analizados arrojó las siguientes conclusiones:

6.1.1 Extensiones Comerciales mas utilizadas en todo el mundo son .com - .net - .org

6.1.2 Las Extensiones por países, solo tienen sentido (comercial) cuando se trata de empresas subsidiarias o filiales de empresas o marcas consideradas como transnacionales o globales.

Por ejemplo:

terra.com.ve - xerox.com.ve - lycos.com.ar.

Nota: Para el momento de esta monografía, las extensiones por países son consideradas de poco interés para la creación de valor de un dominio.

6.1.3 Las extensiones correspondientes a Sociedades Civiles o Grupos Organizados de carácter social, o sin fines de lucro, o educativas, o informativa, o personales; no crean valor al Dominio

6.1.4 VALORACION DE LAS EXTENSIONES

De la “Matriz de Comparación” precitada; se concluyeron las diferentes puntuaciones del Dominio en función de su EXTENSIÓN:

.com =	3 Ptos.
.net =	1 Pto.
Otras Extensiones =	0 Ptos.

6.2 ASOCIACIÓN O RECONOCIMIENTO DEL DOMINIO

Este elemento se basa en el hecho que: Un Dominio tendrá mayor valor, en función de que se le asocie o se le reconozca fácilmente como un bien, una marca o un servicio.

Por ejemplo:

El Dominio: avaluos.com, creará mayor valor a una Página Web que el Dominio servi87.com; ya que los usuarios de Internet podrán asociar fácilmente el primero de ellos a una empresa que preste servicios de avalúos; mientras que el segundo no lo podrá asociar a ninguna actividad, servicio o producto en particular (a menos que entre en la Página Web).

Aquí, también es importante destacar el hecho de que con un Dominio formado de una palabra, o marca, o denominación comercial; que sea de uso diario o cotidiano, se creé mucho mas Valor a la Página Web que, si el mismo estuviese formado por una palabra de uso no tan común.

6.2.1 VALORACION DE LA ASOCIACIÓN O RECONOCIMIENTO DEL DOMINIO:

De la “Matriz de Comparación”, varias veces citada; se pudo llegar al siguiente Modelo de Puntuación del Dominio en función a su Asociación o Reconocimiento:

Palabras o marcas de uso diario y cotidiano:

3 Ptos

Palabras de un uso no tan diario, pero que se reconoce o asocia fácilmente con el servicio o producto que comercializa la Página Web:

2 Ptos

Palabra que tiende a asociarse con diferentes productos o servicios:

1 Pto.

Palabra que no se reconoce o se reconoce con dificultad:

0 Ptos.

Por Ejemplo:

Prestamos.com

3 Ptos.

Fuller.org

2 Ptos.

Servicios.net

1 Pto

Inverlar.com

0 Ptos.

6.3 LA LONGITUD DEL DOMINIO

En general, un Dominio corto se preferirá a uno largo y un Dominio de una sola palabra se preferirá a uno que posea Dos o mas palabras.

La afirmación anterior, es popular entre los Administradores de Páginas Web (Webmaster) y en la Matriz de Comparación desarrollada para esta monografía, se confirma.

6.3.1 Dominios Numéricos y Mixtos

Existe un tema muy interesante relacionado con la longitud de un Dominio: Los Dominios numéricos o mixtos (letras y números). Por lo general los dominios Numéricos o Mixtos, aunque son cortos y parecieran estar compuestos de Una sola Palabra, son muy poco solicitados y la única excepción existe es cuando esos guarismos o combinación de letras y números se relacionan con algo muy conocido, y solo así, es cuando dichos Dominios llegar a tener alguna aceptación (o valor).

Son ejemplos de lo anterior:

747.com	(Relacionado con los aviones de ese modelo)
H2O.net	(Relacionado con manejo de agua)
Magnum357.com	(Relacionado con un arma)

5.3.2 VALORACION DE LA LONGITUD DEL DOMINIO

Una sola palabra \leq de 6 letras	3 Ptos.
Una sola palabra entre 7 y 10 letras	2 Ptos.
Una sola palabra \geq de 11 letras	1 Pto.
Dos o mas palabras	1 Pto.
Dominios numerales o mixtos no Incluidos en el Punto anterior	0 Ptos.

Por Ejemplo:

Autos.com	3 Ptos.
Automóvil.net	2 Ptos.
Automovilismo.org	1 Pto.
Sucarro.com	1 Pto.
1234.net	0 Ptos

6.4 EL POSICIONAMIENTO INDUSTRIAL

Se dijo al principio de esta monografía, que la Página Web de una empresa es su presentación al mundo.

El concepto de POSICIONAMIENTO INDUSTRIAL, tiene mucho que ver con la afirmación anterior: ¿El Dominio asocia a la empresa con una poderosa transnacional con presencia en 45 países; o mas bien la asocia con una pequeña tienda en un garaje de un remoto pueblo desconocido?

Quizás en realidad, lo que nos pareció una “gran transnacional” sea una “gran mentira” y lo que parecía una simple tienda sea el mayor distribuidor mundial de diamantes. Pero esa es precisamente la ventaja (o desventaja) del ciberespacio: No estamos allí para ver “el negocio”, lo que vemos es lo que su Página Web (en este caso su Dominio) nos quiere mostrar.

6.4.1 VALORACION DEL POSICIONAMIENTO INDUSTRIAL

¿El Dominio se asocia con una Industria Transnacional Global?	3 Ptos.
¿El Dominio se asocia con una Gran Industria Local?	2 Ptos.
¿El Dominio se asocia con una Pequeña o mediana Industria, Negocio, Tienda, Proveedor de Bienes o Servicios?	1 Pto.
¿El Dominio se asocia con una Institución Benéfica o Filantrópica O.N.G., Escuela, Universidad, Oficina Gubernamental, etc.	0 Ptos.

Por Ejemplo:

IBM.com	3 Ptos.
CANTV.net	2 Ptos.
Rattan.com	1 Pto.
SOITAVE.org	0 Ptos

5.5 LA GRAMATICA, GUIONES Y PREFIJOS

¡Que importante es una palabra ¡. Esta afirmación es muy cierta a la hora de escoger un Dominio para una Página Web. Esa palabra, es la diferencia entre un Dominio exitoso y un Dominio del montón.

Por principio la palabra debe estar correcta y gramaticalmente bien escrita. Las palabras genéricas se prefieren a cualquier otra y Una sola palabra es mejor que dos o mas.

Todo experto Administrador de una Página Web (Webmaster), conoce estos principios. Pero, que difícil es obtener esa Palabra que sea capaz de impulsar una Pagina Web por encima de las demás.

Hoy en día, la mayoría (por no decir todos) los Dominios que cumplen con el principio precitado, están en uso, tomadas o reservadas (parking). La subasta de “Dominios Interesantes” en Internet es un negocio. Muchas personas y empresas poseen “Dominios Sin Pagina Web”, únicamente para comerciar con ellos.

Existe la tendencia de utilizar “homófonos” (palabras que suenan igual pero que no significan lo mismo o no significan nada en un idioma) para utilizarlas como “Dominios Interesantes”.

Es ejemplo de este tipo de homófono, el Dominio SuKasa.com (Homófono de SuCasa.com; pero es una palabra gramaticalmente inexistente)

El uso de estos “homófonos” como Dominios, traen a confusión el abrir la Página Web; ya que lo mas probable es que no se abra la Pagina Web deseada.

Lo mismo ocurre con las palabras genéricas en plural. Traen confusión al abrir una Pagina Web y esto trae como consecuencia un bajo tráfico o continuos accesos errados.

Uno de los ejemplo mas patético del uso del plural está en el caso de los Dominios:

Embarazada.com: Página Web destina a suministrar información médica a las mujeres en estado de preñez y a las madres en lactancia.

Embarazadas.com: Página pornográfica.

Otra forma de obtener un Dominio llamativo, consiste en agregar un prefijo a un palabra genérica; por lo general estos prefijos (que los usan antes o después de la palabra genérica) son “e” (por electrónico), “i” (por internet) o cualquiera combinación.

Por ejemplo:

- eprestamos.com
- e-prestamos.com
- iservicio.net
- i-servicio.net

Los Dominios anteriores, son una combinación de una palabra genérica (préstamo, servicio) y un prefijo (e, i); sin embargo se diferencian en la presencia de un guión que las separa.

Las palabras con guiones y prefijos, son muy poco apreciadas por los Administradores de Páginas Web y se valoran muy mal.

5.5.1 VALORACION DE LA GRAMATICA, GUIONES Y PREFIJOS

Palabra genérica en singular	3 Ptos.
Palabra genérica en plural	2 Ptos.
Palabra no genérica gramaticalmente Bien escrita	2 Ptos.
Dos o mas palabras gramaticalmente Bien escritas unidas sin utilizar guión U otro Signo de Puntuación	1 Pto.
Palabra en Idioma Extranjero	0 Ptos.
Palabra o palabras gramaticalmente Mal escritas (homófonos)	0 Ptos.
Dos o mas palabras gramaticalmente Bien o Mal escritas unidas por guión u otro Signo de Puntuación	0 Ptos.
Palabra o Palabras con sufijo, adelante o Atrás unidas o no por Guión u otro Signo de Puntuación	0 Ptos.

Por Ejemplo:

- Banco.com 3 Ptos.
- Servicios.com 2 Ptos.
- Taximovil.net 1 Ptos.
- Schatzen.com 0 Ptos.
- SuKasa.com 0 Ptos
- Avaluos-webpage.net 0 Ptos
- e-tasadores.org 0 Ptos.

6.0 METODOLOGIA PARA DETERMINAR EL MODELO DE VALORACIÓN DEL DOMINIO

6.1 ANALISIS DE LOS MODELOS COMERCIALES DE VALORACIÓN DE DOMINIO EN INTENET

Se analizaron los siguientes Modelos de Valoración de Dominios:

- 1 domainactions.com
- 2 adnappaisals.com
- 3 Dan Norder Model (Namedropper)(www.afternic.com/index.cfm?a=gen&sa=proval&user=mamedropper)
- 4 solutionhome.com
- 5 accuratedomains.com
- 6 dominame.com
- 7 P.J.Evans Model (www.afternic.com/index.cfm?a=gen&sa=proval&user=pjaevans)
- 8 valuationmodel.com
- 9 Cherb's Model (www.afternic.com/index.cfm?a=gen&sa=proval&user=cherb)
- 10 fridgefinder.com

Cada uno de estos modelos analizados, generan el valor de un Dominio, en función de alguno o todos los parámetros siguientes:

- 1 **MERCADEO:** El Dominio se debe identificar fácilmente con el contenido del Sitio-Web a fin de crear tráfico para obtener ingresos
- 2 **PRONUNCIACION:** El dominio debe ser fácil de leer y pronunciar
- 3 **LONGITUD DEL DOMINIO:** Mientras más corto valdrá más. 1 palabra es mejor que palabras múltiples
- 4 **EXTENSION DEL DOMINO:**
- 5 **ASOCIACION:** El Dominio es fácilmente asociable a un producto o servicio específico
- 6 **SONORIDAD:** El Dominio es sonoro y fácil de recordar cuando se escucha
- 7 **POSICIONAMIENTO INDUSTRIAL:** Tamaño de Industria que se relaciona al Dominio
- 8 **RECONOCIMIENTO DEL DOMINIO:** Se recuerda con facilidad. Palabras simples mejor que complicadas
- 9 **TRAFICO:** El éxito de un Sitio-Web está en la habilidad de generar negocios. El tráfico o visitas es su indicador
- 10 **POPULARIDAD:** Un Dominio tendrá mayor tráfico en función a su inscripción en los principales Motores de Búsqueda
- 11 **GRAMATICA:** Dominios correctamente escritos se prefieren a homófonos de incorrecta ortografía
- 12 **PREFIJOS Y SUFIJOS:** Los dominios simples se prefieren a los compuestos
- 13 **GUION:** Se prefiere como dominio palabras sencillas a las compuestas
- 14 **NOMBRE GENERICO:** Se prefiere un dominio genérico a cualquier otro
- 15 **LEGALIDAD:** Si el dominio contiene palabras o expresiones ilegales su valor=0
- 16 **PROFESIONALISMO:** La imagen corporativa que refleje el dominio es externadamente importante
- 17 **FLEXIBLE:** El dominio debe identificarse con los diferentes productos y servicios que se presta

Al interceptar los 10 diferentes Modelos de Valuación de Dominios seleccionados con los 17 Parámetros precitados, se generó la MATRIZ DE COMPARACIÓN, que se agrega a esta monografía como “ANEXO Nro. 1”.

El Análisis de la MATRIZ DE COMPARACIÓN, trajo como conclusión la determinación de los “Cinco (5) Elementos Básicos para la Determinación del Valor de un Dominio”:

1. EXTENSIÓN DEL DOMINIO
2. ASOCIACIÓN O RECONOCIMIENTO DEL DOMINIO
3. LONGITUD DEL DOMINIO
4. POSICIONAMIENTO INDUSTRIAL
5. GRAMATICA, GUIONES Y PREFIJOS

Los cuales se ponderan en la escala de 0 a 3 Puntos, tal como anteriormente se definieron para cada uno de dichos elementos.

6.2 ANALISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL DE DOMINIOS:

Se analizaron los últimos Ciento Catorce (114) Dominios vendidos (o subastados) a través de Internet, con respecto a los Cinco (5) Elementos Básicos, precitados en el punto anterior.

En el Anexo Dos (2) se puede observar la matriz del Modelo de Regresión No Lineal (logarítmico), obtenido al aplicar los Cinco (5) Elementos Básicos y el Precio de Venta del Dominio en US\$ a los 114 datos, la solución de este Sistema, generó el siguiente Modelo de Correlación Múltiple No Lineal:

$$y = 7.8287 * 2.0264^{x_1} * 1.6324^{x_2} * 2.2594^{x_3} * 2.3666^{x_4} * 4.0583 * X^5$$

Donde:

y= Valor del Dominio en US\$

X1= Coeficiente asociado a la extensión del Dominio

X2= Coeficiente asociado a la Asociación o Reconocimiento del Dominio

X3= Coeficiente asociado a la Longitud del Dominio

X4= Coeficiente relacionado al Posicionamiento Industrial, con que se relaciona el Dominio

X5: Coeficiente relacionado a la Gramática del Dominio

Ejemplo:

Dominio: www.e-bingo.net

- | | |
|---------------------------------|----------|
| 1) EXTENSIÓN: | 1 |
| 2) ASOCIACIÓN O RECONOCIMIENTO: | 3 |
| 3) LONGITUD: | 1 |
| 4) POSICIONAMIENTO INDUSTRIAL: | 1 |
| 5) GRAMATICA: | 0 |

Aplicación del Modelo:

$$y = 7.8287 * 2.0267^1 * 1.6324^3 * 2.2594^1 * 2.3666^1 * 4.0583^0$$

$$y = 368.95 \text{ US\$}$$

6.3 ANALISIS DEL IDIOMA DEL DOMINIO

En el Punto 3.0 Tabla: “**ESTADÍSTICA NUMERO 1: Idiomas hablado por los usuarios de Internet**”, se concluyó que el Número de usuarios de Internet por Idioma es:

USUARIOS QUE HABLAN INGLES:	59.26%
USUARIOS QUE HABLAN OTROS IDIOMAS:	40.74%

De la misma manera, en la Tabla: “**ESTADÍSTICA NUMERO 2: Páginas Web Clasificadas por Idioma.**”, se concluyó que la Distribución mundial de Páginas Web por Idioma es:

PAGINAS WEB EN INGLES:	68.39%
PAGINAS WEB EN OTROS IDIOMAS:	31.61%

siguiendo el mismo procedimiento; la Tabla: “**ESTADÍSTICA NUMERO 3: Tráfico Web clasificado por origen**”, se concluyó que el origen de las Conexiones a Internet se distribuye de la manera siguiente:

CONEXIONES ORIGINADAS EN LOS EE.UU.:	45.02%
CONEXIONES ORIGINADAS EN EL RESTO DEL MUNDO:	54.98%

Ahora bien, analizando el resto de las estadísticas presentadas en el Punto 3.0 de esta monografía, se pueden obtener las siguientes conclusiones.

- a) De los 99 Millones de personas angloparlantes que tienen acceso a Internet, 11 Millones 286 Mil personas son bilingües (español e inglés)
- b) Por lo tanto la distribución de usuarios de Internet por idioma, podría replantearse de la siguiente manera:

USUARIOS QUE HABLAN SOLO INGLES:	59.26%
USUARIOS BILINGÜES (INGLES - ESPAÑOL)	5.22%
USUARIOS QUE HABLAN OTROS IDIOMAS:	40.74%

- c) De lo que concluiría que los Usuarios de Internet por Idioma, se podrían clasificar como:

USUARIOS QUE HABLAN SOLO INGLES:	54.04%
USUARIOS QUE HABLAN OTROS IDIOMAS:	45.96%

- d) Por lo tanto se concluye que el Factor de Corrección por Idioma del Dominio (que como antes, se generalizó al Idioma de la Página Web) es:

DOMINIO EN INGLES:	L = 1.0000
DOMINIO EN OTRO IDIOMA:	L = 0.4596

Ejemplo:

siguiendo el ejemplo anterior:

Dominio: www.e-bingo.net

Resultado del Modelo de Valuación de Dominio:

$$y = 368.95 \text{ US\$}$$

IDIOMA DEL DOMINIO: Ingles (*)

(*) en realidad la palabra Bingo y el prefijo “e” son válidos (existen) tanto en inglés como en español

Modelo de Valoración de Dominio:

$$y = (7.8287 * 2.0264^{X1} * 1.6324^{X2} * 2.2594^{X3} * 2.3666^{X4} * 4.0583 * X^5) * L$$

Donde

y= Valor del Dominio en US\$

L= 1.000 (Dominio en idioma Inglés)

por lo tanto:

$$y = (368.95) * 1.0000$$

$$y = 368.95 \text{ US\$}$$

6.4 PRESENCIA DE LA PAGINA WEB EN LOS PRINCIPALES MOTORES DE BÚSQUEDA DE LA RED

Como ya se explicó, resulta indispensable la inscripción (submit) de la Página Web en los principales motores de búsqueda (search engines) de la “Telaraña Mundial” (World Wide Web). En caso contrario, simplemente será imposible localizar la Página Web en la Internet.

Los expertos, no solo consideran indispensable la inscripción de la Página Web en los “motores de búsqueda”; sino consideran fundamental que la misma aparezca en los primeros Veinte (20) lugares del Directorio del Motor de Búsqueda. A esto los Administradores de la Red (Webmasters) denominan “Posicionamiento”.

Para la valoración de la presencia de la Página Web en los Motores de Búsqueda, se tomarán en cuenta solamente los primeros Ocho (8) Motores de Búsqueda del “ranking”, que se enumeran en el Punto 4.2.1 y que a continuación se listan:

1. **yahoo.com**
2. **aol.com**
3. **msn.com**
4. **lycos.com**
5. **nbc.com**
6. **netscape.com**
7. **exite.com**
8. **ask.com**

El procedimiento de valoración consiste en anotar 0.125 puntos por cada Motor de Búsqueda donde aparezca registrada la Página Web.

El Ajuste por Presencia en la Red, se denomina como: “Mb”; quedando la expresión matemática que hemos venido desarrollando como:

$$y = [(7.8287 * 2.0264^{x_1} * 1.6324^{x_2} * 2.2594^{x_3} * 2.3666^{x_4} * 4.0583 * X^5) * L] * (1 + \frac{Mb}{8})$$

Siguiendo el mismo ejemplo en la valoración del Dominio www.e-bingo.net:

Se supondrá que esa hipotética Página Web, está inscrita (sumited) en los siguientes Motores de Búsqueda:

<u>Motor de Búsqueda</u>	<u>Inscrita</u>	<u>Puntuación</u>
yahoo.com	SI	0.125
aol.com	NO	0.000
msn.com	SI	0.125
lycos.com	SI	0.125
nbc.com	SI	0.125
netscape.com	SI	0.125
exite.com	SI	0.125
ask.com	SI	0.125

Página Web Inscrita en: Siete (7) Motores de Búsqueda

$$\mathbf{Mb = 0.875}$$

$$y = (368.95 * 1.0000) * (1 + 0.875/8)$$

$$y = (368.95 * 1.000) * (1.1094) = 409.31 \text{ US\$}$$

6.5 PRESENCIA DE META-TAGS EN LA PAGINA WEB

Tal como se mencionó en el Punto 4.3, los Meta-Tags o Meta-Etiquetas, son subrutinas de HTML, que permiten comunicarle al Motor de Búsqueda cierta información o cierta instrucción, cuando el mismo lea el Código de la Página Web.

Para la valoración de la Página Web, solo estimaremos los Metatag:

TITLE: Que indica al Motor de Búsqueda el Título de la Página Web; por Ejemplo: "**Página Web de SOITAVE**"

CONTENT: Que indica al Motor de Búsqueda la Descripción o Contenido de la Página Web; por Ejemplo: "**Aquí podrá usted encontrar toda la información sobre SOITAVE**"

KEYWORDS: Que le indica al Motor de Búsqueda que almacene las Palabras Claves que tengan relación con la Página Web, con la finalidad que cuando un usuario utilice el Motor de Búsqueda y busque una información específica, al ingresar la palabra o palabras claves, el software presenta todas las páginas que haya asociado con esa o esas palabras claves (keywords); por Ejemplo: "**avalúo, evaluador, tasador, tasación**"

Una sintaxis válida en Código HTML de los Metatags precitados, podría ser:

```
<HEAD>
<TITLE>" Página Web de SOITAVE
"</TITLE>
<META NAME="Description"
CONTENT=" Aquí podrá usted
encontrar toda la información sobre
SOITAVE ">
<META NAME="Keywords" CONTENT="
avalúo, evaluador, tasador,
tasación ">
</HEAD>
```

Para la valoración de una Página Web, la presencia o ausencia de los Metatags, tendrá la siguiente Calificación:

Página Web con Metatags:	Mt = 0.0625
Página Web sin Metatags:	Mt = 0.0000
Metatags incompletos o mal ejecutados que no permitan su captura por los Motores de Búsqueda:	Mt = 0.0000

El Ajuste por la correcta presencia en la Página Web de Metatags en Código HTML, se denomina como: “Mt”; quedando la expresión matemática que hemos venido desarrollando como:

$$y = [(7.8287 * 2.0264^{X1} * 1.6324^{X2} * 2.2594^{X3} * 2.3666^{X4} * 4.0583 * X^5) * L] * (1 + \frac{Mb}{8}) * (1 + Mt)$$

Siguiendo el mismo ejemplo en la valoración del Dominio www.e-bingo.net:

Se estimará que la Página Web, al ser analizado su código HTML, se determinó que los Metatags tienen una correcta sintaxis y que permiten ser capturados (spider) por el Robot de un Motor de Búsqueda.

Por lo tanto Mt = 0.0625

$$y = (368.95 * 1.0000) * (1 + 0.875/8) * (1 + 0.0625)$$

$$y = (368.95 * 1.000) * (1.1094) * (1.0625) = 434.90 \text{ US\$}$$

6.6 COSTOS DE CREACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LA PAGINA WEB

Este es el último elemento que va a entrar para la determinación del valor de una Página Web. Si bien es cierto que hoy en día publicar en internet una Página Web puede ser desde gratis; donde el uso de Sub-Dominios y el espacio de almacenaje (hosting) son gratuitos hasta tener costos muy elevados.

Al principio de esta monografía definimos que una Página Web era la presentación corporativa al mundo de una empresa y esa presencia depende de una correcta presentación, llamativa y profesional, que demuestre solidez y confianza, que sea rápida para bajar y no contengan cintillos de publicidad (banners).

Se define como C_p el Costo de Producción y Mantenimiento de la Página Web y se expresará en US\$. quedando finalmente el Modelo de Avalúo de Páginas Web (Website Appraisal) de la siguiente manera:

$$y = \left[(7.8287 * 2.0264^{X_1} * 1.6324^{X_2} * 2.2594^{X_3} * 2.3666^{X_4} * 4.0583 * X^5) * L + C_p \right] * \left(1 + \frac{Mb}{8} \right) * (1 + Mt)$$

6.7 MODELO DE COSTO DE PRODUCCIÓN DE UNA PÁGINA WEB

Seguidamente, se expresará un Modelo General, fácilmente adaptable a cualquier circunstancia específica, para calcular el Costo de Producción (C_p) que se asocia a una Página Web.

Debido a que el desarrollo del modelo está en US\$, deberá mantenerse esta misma moneda, haciendo las conversiones necesarias.

- 1.1 ALMACENAJE
 - 1.1.1 Costo del espacio en el servidor
 - 1.1.2 Costo de la línea dedicada
 - 1.1.3 Costo de la licencia del Software
 - 1.1.4 Costo del escaneado de las fotos y gráficos
 - 1.1.5 Costos de Instalación Varios
- 1.2 PREPARACION DE LA PAGINA WEB
 - 1.2.1 Costo del Arte final
 - 1.2.2 Costos de conversión de gráficos
 - 1.2.3 Derechos de autor
 - 1.2.4 Costos de pruebas e impresiones
- 1.3 PROMOCION DE LA PAGINA WEB EN LA RED
 - 1.3.1 Costo de Registro en INTERNIT del Dominio
 - 1.3.2 Costo de Promoción de la Página Web en los Motores de Búsqueda mas importantes
 - 1.3.3 Costo del Posicionamiento “Premium” de la Página Web en el Directorio del Motor de Búsqueda
 - 1.3.4 Licencias de Softwares varios para la Promoción y el Posicionamiento de la Página Web
- 1.4 COSTOS FUERA DE LINEA
 - 1.4.1 Costos de Publicidad en prensa, radio o televisión
 - 1.4.2 Costos se folletos y regalos promocionales
 - 1.4.3 Otros costos asociados con la publicidad fuera de Internet
 - 1.4.4 Costos de courier o correo para el envío de productos adquiridos on-line

- 1.5 COSTOS DE MANTENIMIENTO DE LA PAGINA WEB
 - 1.5.1 Costos por el uso de líneas de teléfono
 - 1.5.2 Costos de revisión y modificación parcial de la página web
 - 1.5.3 Costos de múltiples buzones para e-mail
 - 1.5.4 Costo de mantenimiento del Libro de Visitantes (Guest Book)
 - 1.5.5 Costos y comisiones para el uso de tarjetas de crédito on-line para ordenes
 - 1.5.6 Costos de revisión de estadísticas en cuanto a visitas y otros datos de la Página Web
- 1.6 OTROS COSTOS

Siguiendo el mismo ejemplo en la valoración del Dominio www.e-bingo.net:

En la publicación de la Página Web, se realizaron los siguientes costos:

DESCRIPCIÓN	Bs.	US\$
Hospedaje Pagina-Web por 2 años		600.00
Diseño de la Página Web	350,000.00	476.20
Registro del Dominio en INTERNIC 2 años		70.00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	350,000.00	1,146.20

Completando el Modelo de Valoración:

$$y = (368.95 * 1.0000 + 1,146.20) * (1 + 0.875/8) * (1 + 0.0625)$$

$$y = [(368.95 * 1.000) + 1,146.20] * (1.1094) * (1.0625) = 1,785.96 \text{ US\$}$$

El ejemplo que se ha desarrollado paso a paso, indica que el Valor de la Página Web publicada es de US\$ 1,785.96.

Sin embargo nótese que de esa cantidad, el Dominio tiene un Valor propio de US\$ 368.95.

Por lo tanto se concluye, que el Dominio tiene un “Valor Real” por si mismo, independientemente que la Página Web esté o no publicada en el ciberespacio.

Caracas, 23 de agosto de 2001

Cyberbibliografía

www accuratedomains.com	Avalúo de Dominios
www acunic.com	Venta y Subastas de Dominios
www adnappraisal.com	Avalúo de Dominios
www afternic.com	Venta y Subastas de Dominios
www awregistry.net	Registro de Dominios en Internic
www bidfind.com	Venta y Subastas de Dominios
www cyberatlas.internet.com	Estadísticas e Información
www cybersavvy.uk	Avalúo de Dominios
www damainbank.com	Registro de Dominios en Internic
www domainactions.com	Venta y Subastas de Dominios
www domaindirect.com	Registro de Dominios en Internic
www domaindiscover.com	Registro de Dominios en Internic
www domaininfo.com	Registro de Dominios en Internic
www domainsbot.com	Avalúo y Subastas de Dominios
www dominame.com	Avalúo de Dominios
www ec-shopping.com	Venta y Subastas de Dominios
www findat.com	Registro y ventas de Dominios
www firstdomain.net	Registro de Dominios en Internic
www frigefinder.com	Avalúo de Dominios
www idragstor.com	Venta y Subastas de Dominios
www jiker.com	Registro de Dominios en Internic
www makeawebsite.com	Venta y Subastas de Dominios
www mediafusion.com	Registro de Dominios en Internic
www nameit.net	Registro de Dominios en Internic
www names123.com	Venta y Subastas de Dominios
www netwiz.net	Registro de Dominios en Internic
www nominalia.net	Registro de Dominios en Internic
www nua.ie	Estadísticas e Información
www psi-domains.com	Registro de Dominios en Internic
www register.com	Registro de Dominios en Internic
www registrars.com	Registro de Dominios en Internic
www solutionhome.com	Registro y ventas de Dominios
www totalnic.net	Registro de Dominios en Internic
www valuationmodel.com	Avalúo de Dominios
www webmasterexpert.com	Avalúo de Dominios
www wesalestuff.com	Venta y Subastas de Dominios

ANEXO 1
MATRIZ DE COMPARACIÓN: 10 MODELOS VS. 17 PARAMETROS DE COMPARACION

MODELO	domainactions.com	adnappaisals.com	Namedropper	solutionhome.com	accuratedomains.com	dominame.com	P.J.Evans	valuationmodel.com	Cherb
MERCADEO: El Dominio se debe identificar facilmente con el contenido del Sitio-Web a fin de crear tráfico para obtener ingresos	1 al 5			Excelente - Bueno Regular - Pobre	✓	✓		✓	
PRONUNCIACION: El dominio debe ser facil de leer y pronunciar	1 al 5		✓			Mientras mas difícil sea de pronunciar, el sitio será menos accesible (1-4)			
LONGITUD DEL DOMINIO: Mientras mas corto valdrá mas. 1 palabra es mejor que palabras múltiples	1 al 5	Cuál es la longitud del Dominio? (sean sílabas o caracteres)		1-5 Excelente 6-10 Bueno 11-15 Regular 16 Pobre	✓	Contar el número de caracteres incluyendo letras, números y guiones	PALABRAS: 1=20 / 2=12 / 3=6 / 4=0 / 5=-5 / 6=-10 CARACTERES: 1-5=20 / 6-8=12 / 9-12=4 / 12-15=0 / 16-20=-5 >20=-10	La longitud del dominio (incluyendo www.) debe caber holgadamente en la tarjeta de presentación de la empresa	PALABRAS: F=1/n (n= Número de palabras) LETRAS: <6 letras ::F=1 >=7 letras ::F=1/# (#: Número caracteres)
EXTENSION DEL DOMINIO:	.com=5 .net=4 .org=3 .co=2 otros=1	.com=10 .net=5 .org=3 .co=2 otros=1	.com= 0 .net=-50% .org=-99% otros=-100%	.com Excelente .net Bueno .org Regular otro Pobre	El mercado prefiere .com	.com= 4 .net=3 .org= 2 otros= 1	.com=100% .net=20% .de=20% .org=10% otro=0%	.com=100% .net=50% .org=10% otro=1%	.com=100% .net=25% .org=25% otro=10%
ASOCIACION: El Dominio es fácilmente asociable a un producto o servicio específico	Palabra de Uso diario=5 Facil de Reconocer=4 Se reconoce=3 Se reconoce con dificultad= 2 No se reconoce=1		✓	Facil de Reconocer=Excel. Se reconoce=Bueno Se reconoce con dificultad=Regular No se reconoce=Pobre	✓	Facil de Reconocer=4 Se reconoce=3 Se reconoce con dificultad= 2 No se reconoce=1	Banca/drogas/carros=10 Adultos/TV/MP3/música=8 Juegos/hoteles/B2B=6 Productos poco conocidos=4 Productos muy especificos o desconocidos=2		¿El dominio indica el contenido del sitio-web? Si=1 Da idea=0,9 No=0,5
SONORIDAD: El Dominio es sonoro y fácil de recordar cuando se escucha	Muy pegajoso=5 Pegajoso=4 Palabra cotidiana=3 Palabra extanjera=2 Palabra que no existe=1								
POSICIONAMIENTO INDUSTRIAL: Tamaño de Industria que se relaciona al Dominio		1 al 10		Servicios-Negocios Telecomun.=Excelente Finanzas-Entreten.- Musica= Bueno Software-Ventas al detal= Regular Otros= Pobre	✓	4=Negocio de Millardos de US\$ 3=Negocio de Millones de US\$ 2=Negocio de Millares de US\$ 1=No genera ingresos	Industria Masiva=10 Gran Industria=8 Mediana Industria=5 Pequeña Industria=3 Microempresa=0		Empresas Globales=1 Empresas Medianas=0,7 Otras=0,3
RECONOCIMIENTO DEL DOMINIO: Se recuerda con facilidad. Palabras simples mejor que complicadas		1 al 10	✓	✓	✓			✓	
TRAFICO: El éxito de un Sitio-Web esta en la habilidad de generar negocios. El tráfico o visitas es su indicador				Visitas diarias: >5000 Excelente 500-4999 Bueno 1-499 Regular 0 Pobre	El Tráfico o Visitas al Sitio-Web en proporcional a la generación de negocios				

ANEXO 2
CORRELACION MÚLTIPLE NO LINEAL DONDE SE ANALIZARON LOS ULTIMOS
114 DOMINIOS VENDIDOS O SUBASTADOS EN FUNCION A LOS 5
ELEMENTOS BÁSICOS DE VALORACIÓN:

Nr.	US\$	EXTENSION	ASOCIACION	LONGITUD	POSICIONAM	GRAMATICA			
Nr.	Yobs.	X1	X2	X3	X4	X5	Ycalc.	Residuo	DOMINIO
1	595.00	1	0	3	1	0	433.11	161.89	1st-i.net
2	2,050.00	0	0	3	1	0	213.70	1,836.30	4-real.org
3	500,000.00	3	0	3	1	3	118,915.54	381,084.46	Act.com
4	1,500,000.00	3	2	3	2	3	749,902.63	750,097.37	Ad.com
5	100.00	1	0	1	0	1	145.49	(45.49)	AllBusinessMatters.net
6	165.00	3	0	2	1	1	3,195.65	(3,030.65)	aProposal.com
7	505.00	3	2	2	1	1	8,515.33	(8,010.33)	AResort.com
8	20,000.00	3	1	2	0	2	8,945.38	11,054.62	arlington.com
9	500.00	3	0	1	0	0	147.26	352.74	auctionmecca.com
10	2,200,000.00	3	3	3	3	3	2,897,010.74	(697,010.74)	Autos.com
11	440.00	3	0	2	0	0	332.73	107.27	ballot2000.com
12	125.00	3	0	1	0	1	597.64	(472.64)	BarelyNaked.com
13	760.00	3	0	1	0	1	597.64	162.36	betatests.com
14	1,100,000.00	3	3	3	1	3	517,251.48	582,748.52	Bingo.com
15	200,000.00	1	3	3	1	3	125,919.54	74,080.46	Bingo.net
16	460,000.00	1	1	1	1	1	562.05	459,437.95	Blackjack.com
17	990.00	0	0	3	0	0	90.30	899.70	bn.org
18	28,575.00	3	0	1	1	1	1,414.38	27,160.62	BusinessMall.com
19	365.00	3	0	2	1	1	3,195.65	(2,830.65)	CarMonkey.com
20	539.00	3	0	1	1	1	1,414.38	(875.38)	comedynight.com
21	500,000.00	3	1	2	3	3	481,187.35	18,812.65	Computer.com
22	630.00	3	0	1	1	1	1,414.38	(784.38)	CrazyTies.com
23	1,280.00	3	0	1	0	1	597.64	682.36	DailyRewards.com
24	610,000.00	3	2	1	2	3	146,898.47	463,101.53	dailystocktips.com
25	9,510.00	1	1	3	1	3	47,255.35	(37,745.35)	Diary.net
26	125.00	3	0	3	0	0	751.77	(626.77)	DOOSY.com
27	30.00	1	0	3	0	0	183.01	(153.01)	dr7.net
28	25,000.00	1	0	2	1	1	777.95	24,222.05	drpepper.net
29	823,456.00	3	3	3	3	3	2,897,010.74	(2,073,554.74)	Drugs.com
30	1,255.00	3	1	1	1	1	2,308.80	(1,053.80)	drugsresearch.com
31	1,150.00	3	1	1	1	1	2,308.80	(1,158.80)	DrugsTomorrow.com
32	2,001.00	3	0	2	1	1	3,195.65	(1,194.65)	earthcafe.com
33	2,000.00	3	2	2	1	0	2,098.26	(98.26)	ec-Hotel.com
34	200.00	1	0	3	1	0	433.11	(233.11)	Eddies.net
35	25,000.00	3	2	2	1	0	2,098.26	22,901.74	eFlowers.com
36	1,055.00	3	2	1	1	0	928.68	126.32	e-Information.com
37	1,050.00	3	2	1	1	1	3,768.84	(2,718.84)	eInvestmentBanker.com
38	6,060.00	1	2	3	1	0	1,154.10	4,905.90	eLoans.net
39	35,040.00	3	1	2	1	0	1,285.40	33,754.60	e-Privacy.com
40	7,875.00	3	0	1	1	0	348.52	7,526.48	eResolution.com

41	23,010.00	3	1	2	1	0	1,285.40	21,724.60	eSecure.com
42	470.00	3	1	1	1	0	568.91	(98.91)	E-Shareware.com
43	525.00	3	0	3	0	0	751.77	(226.77)	esins.com
44	2,000,000.00	3	1	2	1	3	85,914.38	1,914,085.62	Express.com
45	1,520.00	3	2	1	1	0	928.68	591.32	Ez-Home-Loan.com
46	110.00	1	1	2	1	1	1,269.91	(1,159.91)	fishhook.net
47	4,150.00	1	0	3	1	0	433.11	3,716.89	fly-on.net
48	960.00	3	1	1	1	1	2,308.80	(1,348.80)	freewebservices.com
49	160,000.00	3	2	3	1	3	316,869.69	(156,869.69)	Fruits.com
50	115,000.00	3	2	3	0	3	133,892.58	(18,892.58)	glory.com
51	500.00	3	0	3	0	0	751.77	(251.77)	golegs.com
52	55,000.00	3	3	1	1	1	6,152.17	48,847.83	HappyBirthday.com
53	135.00	3	0	1	0	1	597.64	(462.64)	HelloEveryone.com
54	630.00	1	2	2	2	1	4,905.88	(4,275.88)	Hotmusic.net
55	105.00	3	1	1	1	1	2,308.80	(2,203.80)	icecreamsoda.com
56	450.00	3	1	2	1	0	1,285.40	(835.40)	i-Encrypt.com
57	5,125.00	3	0	3	0	0	751.77	4,373.23	imago.com
58	1,010.00	3	1	1	1	1	2,308.80	(1,298.80)	InstantPaging.com
59	100,000.00	3	1	2	3	3	481,187.35	(381,187.35)	Internet.com
60	785.00	1	0	3	0	0	183.01	601.99	inuit.net
61	3,650.00	0	0	3	0	2	1,487.16	2,162.84	is.to
62	105.00	3	2	1	1	1	3,768.84	(3,663.84)	jazzdisc.com
63	1,300,000.00	3	3	3	2	3	1,224,125.44	75,874.56	Law.com
64	3,000,000.00	3	3	3	3	3	2,897,010.74	102,989.26	Loans.com
65	250,000.00	3	3	3	1	3	517,251.48	(267,251.48)	Mall.com
66	1,270.00	3	1	1	1	0	568.91	701.09	MBAonline.com
67	5,000.00	3	0	1	0	1	597.64	4,402.36	misterhankey.com
68	1,225.00	3	0	2	1	0	787.44	437.56	MVPTALK.COM
69	1,050.00	0	1	3	1	3	23,315.61	(22,265.61)	net.fm
70	405.00	3	1	1	1	1	2,308.80	(1,903.80)	netmotors.com
71	20.00	0	0	3	0	0	90.30	(70.30)	nl.ws
72	105,000.00	3	1	2	1	2	21,170.11	83,829.89	payables.com
73	1,805.00	1	2	1	1	2	3,723.42	(1,918.42)	Peridontitis.net
74	120,000.00	3	2	1	2	1	8,919.32	111,080.68	PhoneCalls.com
75	7,600.00	3	1	1	1	1	2,308.80	5,291.20	playerpianos.com
76	1,925.00	3	1	1	1	1	2,308.80	(383.80)	presscentral.com
77	125,000.00	3	0	3	0	2	12,381.46	112,618.54	Push.com
78	175,000.00	3	0	2	0	3	22,239.27	152,760.73	Question.com
79	1,000,000.00	3	3	3	2	2	301,636.01	698,363.99	Rock.com
80	1,600,000.00	3	3	2	2	3	541,791.41	1,058,208.59	Romantic.com
81	155.00	3	0	1	0	1	597.64	(442.64)	royalgossip.com
82	825,000.00	3	2	3	2	3	749,902.63	75,097.37	Salmon.com
83	255.00	1	1	2	0	1	536.60	(281.60)	SeaLife.net
84	3,650.00	0	0	3	0	2	1,487.16	2,162.84	slide.to
85	16,485.00	3	0	3	0	3	50,247.50	(33,762.50)	Snob.com
86	120,000.00	3	1	2	1	3	85,914.38	34,085.62	Speaker.com
87	250.00	0	1	1	1	1	277.32	(27.32)	technopromotion.org
88	8,000.00	3	2	2	1	1	8,515.33	(515.33)	techttop.com
89	355.00	3	0	3	1	0	1,779.14	(1,424.14)	Tee.com
90	355.00	3	1	1	1	1	2,308.80	(1,953.80)	TheMechanic.com

91	525.00	0	1	2	1	3	10,319.36	(9,794.36)	tickets.dk
92	700,000.00	1	3	3	3	3	705,247.38	(5,247.38)	Tour.net
93	1,005.00	3	2	1	1	1	3,768.84	(2,763.84)	trademarknews.com
94	750,000.00	3	2	3	2	3	749,902.63	97.37	Trades.com
95	530,000.00	3	1	2	0	3	36,302.93	493,697.07	University.com
96	1,100.00	0	0	3	0	2	1,487.16	(387.16)	us.ws
97	505.00	3	1	3	1	1	11,786.21	(11,281.21)	ustrip.com
98	105.00	1	1	1	1	0	138.50	(33.50)	ValuePC.NET
99	1,136.00	3	1	2	1	1	5,216.51	(4,080.51)	vegastoday.com
100	110.00	0	2	1	2	1	1,071.32	(961.32)	ViaSatellite.tv
101	1,500,000.00	3	3	3	3	2	713,850.67	786,149.33	VIP.com
102	100,000.00	1	1	1	2	1	1,330.15	98,669.85	virtualrock.net
103	110,000.00	3	1	3	1	2	47,831.82	62,168.18	visual.com
104	250,000.00	3	1	3	0	3	82,022.97	167,977.03	Vote.com
105	35.00	1	0	1	0	1	145.49	(110.49)	voyeurtv.net
106	1,030,000.00	3	3	2	3	2	315,946.51	714,053.49	Wallstreet.com
107	690.00	3	1	1	1	1	2,308.80	(1,618.80)	WebPicture.com
108	325.00	3	1	1	0	1	975.58	(650.58)	WebPortrait.com
109	1,000,000.00	3	3	3	3	3	2,897,010.74	(1,897,010.74)	Wine.com
110	475,000.00	3	1	3	2	3	459,392.43	15,607.57	Wisdom.com
111	755.00	3	1	1	1	1	2,308.80	(1,553.80)	WorldAcademy.com
112	25.00	3	0	2	1	0	787.44	(762.44)	ycompany.com
113	260.00	3	0	3	0	0	751.77	(491.77)	Yooz.com
114	15.00	0	0	3	0	0	90.30	(75.30)	zxz.org

SALIDA DEL PROGRAMA DE CORRELACION:

MODELO LINEAL:

117315.779	206301.9709	131736.1175	82299.3163	68170.41883	-649613.1733
35220.5097	54306.56665	41485.28497	46547.0672	32369.80157	125465.4601
0.54593549	351667.7995	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
25.970333	108	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
1.6059E+13	1.33564E+13	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A

MODELO EXPONENCIAL:

4.05828679	2.366596303	2.25940356	1.63237918	2.02676927	7.828739808
0.18444855	0.284401543	0.217256951	0.24376532	0.169519491	0.657058118
0.70536058	1.841671662	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
51.7099464	108	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
876.937219	366.3094873	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A

MATRIZ DE COVARIANZA

	CONST	X1	X2	X3	X4	X5
CONST	1.00					
X1	-0-	1.00				
X2	-0-	0.19	1.00			
X3	-0-	-0.21	0.09	1.00		
X4	-0-	0.15	0.68	0.09	1.00	
X5	-0-	0.11	0.47	0.31	0.41	1.00

No hay problemas de Multicolinealidad en las Variables Independientes

F >> Fo

MODELO DE VALORACION DE DOMINIOS

$$y = 7.8287 * 2.0267^{X1} * 1.6324^{X2} * 2.2594^{X3} * 2.3666^{X4} * 4.0583^{X5}$$

