

ENTREGABILIDAD

Calentamiento de IPs y dominios de envío

Cómo controla SendyPOP el volumen de cada IP y de cada empresa para construir reputación sin que los proveedores de correo frenen los envíos: escalas, topes por proveedor, qué pasa con los mensajes que superan el cupo, cuánto tarda llegar al volumen deseado y qué prácticas aceleran o frenan el proceso.

PARA QUIÉN	QUÉ EXPLICA	LECTURA
Responsables de marketing, sistemas y Soporte.	Las tres capas de control de volumen, sus escalas y reglas, y cómo planificar campañas grandes.	15 minutos.

1 Por qué hace falta calentar

Gmail, Microsoft (Outlook, Hotmail, Live, MSN), Yahoo y los demás proveedores deciden si un mensaje va a la bandeja de entrada, a correo no deseado o si lo rechazan según la **reputación** de quien envía. Esa reputación se construye con historia: volumen constante, pocos rebotes, pocas quejas y destinatarios que abren y responden. Una IP o un dominio sin historia que de golpe envía miles de mensajes se parece al comportamiento de un emisor de spam, aunque el contenido sea legítimo.

Calentar es aumentar el volumen de a poco mientras se observan las respuestas de los proveedores. La reputación depende de cuatro cosas a la vez: la **IP** que entrega, el **dominio** remitente, la **calidad de la lista** y el **contenido**. El calentamiento ordena el volumen, pero no compensa una lista de mala calidad: en octubre de 2026 hubo IPs que con apenas 100 a 600 mensajes diarios a Hotmail quedaron en amarillo porque la lista generaba quejas.

NO HAY UNA CIFRA OFICIAL

Microsoft, Google y Yahoo no publican límites de volumen ni de incremento. Las escalas de SendyPOP son prudentes, siguen la práctica habitual de la industria (subas de 50 % o menos por paso hacia Outlook) y se ajustan solas con las señales reales de cada proveedor.

2 Las tres capas de control

Cada mensaje tiene que pasar tres controles. Manda siempre el más chico.

CAPA	QUÉ PROTEGE	CÓMO CRECE	QUÉ LA FRENA
Plan de calentamiento de la empresa	El dominio y la lista de cada cliente. Evita que una empresa nueva o con una lista dudosa dañe a las demás.	Un día de la curva por cada día sano.	Rebotes de 3 % o más, quejas de 0,1 % o más, o Microsoft SNDS en amarillo o rojo con el dominio de la empresa como remitente.
Cupo total de cada IP	La reputación de la IP con todos los proveedores.	Según el historial de entregas aceptadas de esa IP.	Bloqueos de la IP o demoras sostenidas por reputación.
Tope de cada IP hacia Microsoft	La reputación de la IP en Outlook y Hotmail, el proveedor más sensible a los saltos de volumen.	Un escalón cada 2 días.	Lecturas SNDS en amarillo o rojo, quejas, o una limitación de Microsoft durante el envío.

3 Plan de calentamiento de la empresa

Toda empresa tiene un plan. Las empresas nuevas empiezan con el perfil **Dominio nuevo**. Las que ya enviaban antes de que el plan fuera automático lo reciben según su propio historial: el perfil y el día de partida corresponden al mayor volumen que enviaron en un día sano de los últimos 30 días, así conservan lo que ya demostraron. Soporte puede cambiar el perfil, el objetivo diario, la proporción para Microsoft, pausarlo o quitarlo desde **Cupos y usuarios**.

PERFIL	ARRANCA EN	DURACIÓN	CUÁNDO CORRESPONDE
Dominio nuevo	200 por día	30 días	Dominio sin envíos previos o con historial menor a 1.000 por día.
Dominio con algo de historial	1.000 por día	21 días	Ya envió entre 1.000 y 5.000 por día con buenos indicadores.
Dominio con historial	5.000 por día	14 días	Ya envió 5.000 por día o más con buenos indicadores.

La curva crece en proporción constante desde el valor inicial hasta el objetivo diario. Si no se fija un objetivo, lo define la capacidad real de las IPs asignadas a la empresa. Ejemplo para un objetivo de 50.000 por día:

DÍA DEL PLAN	1	3	7	10	14	21	30
Dominio nuevo	200	290	630	1.110	2.380	9.010	50.000
Algo de historial	1.000	1.480	3.230	5.810	12.720	50.000	—
Con historial	5.000	7.130	14.470	24.620	50.000	—	—

- **Día sano:** menos de 3 % de rebotes y menos de 0,1 % de quejas, y ninguna lectura de Microsoft SNDS en amarillo o rojo con el dominio de la empresa como remitente en los últimos 3 días, y Gmail (Postmaster Tools) por debajo de 0,1 % de spam en la última lectura de esos 3 días. Un día con menos de 100 mensajes se considera sano porque no alcanza para juzgar.
- **Gmail en 0,3 % o más:** el plan queda congelado (no avanza) hasta que Gmail publique un día posterior por debajo de 0,1 %, y Soporte recibe un aviso. Gmail sólo publica la tasa de spam los días con suficiente volumen a cuentas personales de Gmail; un día sin datos no cuenta ni a favor ni en contra.
- **Día no sano:** el plan repite el mismo cupo al día siguiente. No retrocede, pero tampoco avanza.
- **Microsoft:** dentro del cupo diario, los destinatarios de Outlook, Hotmail, Live y MSN tienen una porción propia (50 % por defecto), porque es el proveedor que más penaliza los saltos de volumen.
- **Envíos transaccionales y campañas** pueden tener planes separados, para que una campaña nunca demore facturas o avisos.

4 Cupo total de cada IP

Cada IP de envío tiene un cupo diario que surge de su propio historial de los últimos 30 días: cuántos días activos lleva y cuántos mensajes le aceptaron los proveedores.

NIVEL	CUPO DIARIO	REQUISITO (DÍAS ACTIVOS Y MENSAJES ACEPTADOS EN 30 DÍAS)
Inicial	1.000	IP nueva.
2	2.000	2 días y 1.500 aceptados.
3	4.000	3 días y 4.000 aceptados.
4	8.000	5 días y 8.000 aceptados.
5	14.400	8 días y 20.000 aceptados.

- Una IP que ya demostró un pico diario conserva alrededor de 1,25 veces ese pico, aunque no cumpla todavía los días del nivel.
- Cada subida se aplica como mucho una vez cada 24 horas y nunca más que el doble del día anterior. Hasta 1.000 por día (10 por minuto) se permite desde el inicio.
- Un bloqueo propio de la IP en las últimas 72 horas, o demoras por reputación en 5 % o más de al menos 50 intentos en 24 horas, la bajan un nivel.
- El ritmo máximo actual es de 10 mensajes por minuto por IP (14.400 por día). Para más volumen se suman IPs: el cupo de la flota es la suma de los cupos de sus IPs.

5 Tope de cada IP hacia Microsoft

Además del cupo total, cada IP tiene un tope diario sólo para destinatarios de Microsoft (Outlook, Hotmail, Live, MSN y dominios propios alojados en Exchange Online). El resto de su cupo sigue disponible para los demás destinos.

DÍA APROXIMADO	TOPE POR IP	CONDICIÓN PARA SUBIR
1 · 3 · 5 · 7 · 9 · 11	300 · 450 · 650 · 950 · 1.400 · 2.000	Sube sola mientras Microsoft no limite la IP ni la marque en amarillo o rojo, y las quejas estén por debajo de 0,1 %.
13 · 15 · 17 · 19 · 21	3.000 · 4.500 · 6.500 · 9.500 · 14.000	Cada escalón exige una lectura SNDS verde de la IP.
23 · 25 · 27 · 29 · 31 · 33 · 35	21.000 · 31.000 · 46.000 · 69.000 · 100.000 · 150.000 · 225.000	Cada escalón exige una lectura SNDS verde. Después del último no queda tope propio hacia Microsoft: manda el cupo total de la IP.

Ninguna suba supera el 50 %. Sin lectura verde, la IP se queda en su escalón: no baja, pero tampoco sube.

Señales de Microsoft y respuesta automática

SEÑAL	QUÉ SIGNIFICA	QUÉ HACE SENDYPOP
SNDS verde	Menos del 10 % de los mensajes de la IP se clasificaron como spam.	Habilita el siguiente escalón.
SNDS amarillo, quejas de 0,3 % o más, o trampas de spam	Entre 10 % y 90 % clasificado como spam, o quejas por encima del umbral que fija Microsoft.	Congela el tope de la IP y avisa a Soporte con la IP, la lectura y el remitente informado por Microsoft.
SNDS rojo o estado anormal	Más del 90 % clasificado como spam, o IP bloqueada.	La IP deja de enviar a Microsoft por 72 h y vuelve a 300 por día. Aviso urgente a Soporte.
Limitación o bloqueo durante el envío (421 4.7.650, S3140, S3150)	Microsoft limita en el momento el volumen que acepta de la IP.	Frena la IP hacia Microsoft en el acto. A las 24 h vuelve dos escalones abajo (más o menos la mitad del volumen) y no sube de ahí durante 7 días.

SentryPOP lee Microsoft SNDS cada 3 horas. Microsoft publica cada día los datos del día anterior y no informa IPs que enviaron menos de 100 mensajes en el día. Si la lectura falla, se conservan las últimas lecturas, frenos y topes, y Soporte recibe aviso a las 24 h.

6 Qué pasa si se envía más de lo permitido

Ningún mensaje se rechaza ni se pierde por superar un cupo: queda en cola y sale cuando hay capacidad. Por eso no hay que duplicar una campaña para adelantarla; duplicarla sólo duplicaría los envíos.

LÍMITE ALCANZADO	QUÉ PASA CON EL MENSAJE
Cupo diario del plan de la empresa (total o porción Microsoft)	Queda retenido hasta la medianoche local de la empresa y se reintenta automáticamente en el día siguiente, distribuido en los primeros minutos.
Cupo total de una IP	Sale por otra IP asignada que tenga margen. Si ninguna tiene, queda retenido por capacidad y se reintenta.
Tope de una IP hacia Microsoft	Sale por otra IP con margen hacia Microsoft. Si ninguna tiene, espera a que se libere capacidad, normalmente al día siguiente.
IP frenada por un proveedor	Espera en esa IP mientras el bloqueo se revisa, o sale por otra IP de su pool que no haya sido rechazada.

CÓMO LEER EL ESTADO DE UNA CAMPAÑA

«Pausado por calentamiento» indica que se alcanzó un cupo, no que un proveedor haya rechazado los mensajes. Los pendientes salen solos cuando se libera capacidad, sin que nadie tenga que reanudar nada.

7 Tiempos estimados para llegar al volumen deseado

El tiempo depende de las tres capas y de que los días sean sanos. Con buenas listas y un plan cuyo objetivo fija la capacidad de las IPs (lo habitual) o es de 50.000 por día, estos son los plazos de referencia:

OBJETIVO	EMPRESA CON DOMINIO NUEVO	CON ALGO DE HISTORIAL	CON HISTORIAL
5.000 por día	18 días	10 días	Desde el día 1
50.000 por día	30 días	21 días	14 días

- **Objetivo del plan más bajo:** la curva siempre usa toda la duración del perfil (30, 21 o 14 días) para llegar al objetivo. Un objetivo de 5.000 con dominio nuevo se alcanza el día 30.
- **Destinatarios de Microsoft:** cada IP llega a 2.000 por día en unos 11 días y a 14.000 en unos 21 días con lecturas verdes. La capacidad total hacia Microsoft es la suma de las IPs que puede usar la empresa. Por ejemplo, con 20 IPs: alrededor de 6.000 por día el primer día, 40.000 al día 11 y hasta 280.000 al día 21, siempre dentro de la porción Microsoft del plan de la empresa.
- **Días no sanos:** cada día con rebotes o quejas altas suma un día al plazo de la empresa. Una lectura SNDS en amarillo congela el tope de la IP hasta una lectura verde, y un rojo la saca de Microsoft por 72 h.
- **Envíos discontinuos:** el historial de una IP se mide sobre 30 días. Una IP que deja de enviar varias semanas pierde nivel de forma natural y vuelve a subir con su nueva actividad.

8 Buenas prácticas

- **Autenticación completa:** SPF, DKIM y DMARC alineados (ver la guía de alta de dominio). Desde mayo de 2025, Microsoft exige SPF, DKIM y DMARC (al menos `p=none`) a quien envía más de 5.000 mensajes diarios a Outlook, Hotmail y Live. Google y Yahoo exigen lo mismo.
- **Sólo contactos con consentimiento:** nunca listas compradas, alquiladas o extraídas de internet. Una sola lista así alcanza para llevar una IP a rojo.
- **Empezar por los más activos:** en los primeros días, priorizar a quienes abrieron o hicieron clic en los últimos 90 días. Dejar los contactos inactivos o antiguos para cuando el dominio ya tenga reputación.
- **Mantener las quejas por debajo de 0,1 %:** Microsoft fija 0,3 % como el máximo aceptable, pero los planes frenan desde 0,1 %. La baja tiene que estar visible y funcionar con un clic.
- **Mantener los rebotes por debajo de 2–3 %:** validar las listas antes de importarlas. SentryPOP suprime automáticamente las direcciones que rebotan.
- **Volumen constante:** es mejor enviar todos los días un volumen parecido que concentrar todo en un solo día por semana. Los picos son la señal que más penalizan los proveedores.
- **Separar transaccional de campañas:** así un problema de una campaña no afecta la llegada de facturas, avisos o códigos.
- **Contenido coherente:** remitente reconocible, asunto honesto, versión de texto, pocas imágenes sin texto y enlaces a dominios propios.
- **No rotar IPs ni dominios para esquivar un bloqueo:** los proveedores lo detectan y extienden el bloqueo al dominio. SentryPOP nunca mueve tráfico de riesgo a otra IP para evadir una restricción.

9 Dónde ver el estado

- **Empresas:** en el panel, el estado de cada campaña indica si hay mensajes en cola por cupo, y Sentry IA explica la causa.
- **Soporte:** en Cupos y usuarios ve el plan de cada empresa día por día, con su cupo y el motivo de cada avance o repetición. En Salud de MTAs ve por IP el estado de las listas públicas, la última lectura de Microsoft SNDS y el tope vigente hacia Outlook/Hotmail.
- **Avisos automáticos:** Soporte recibe aviso por cada IP en amarillo o rojo en SNDS, por cada IP retenida más de 15 minutos y cuando la lectura de SNDS falla más de 24 horas.

10 Glosario

TÉRMINO	SIGNIFICADO
SNDS	Smart Network Data Services, el servicio de Microsoft que informa por IP y por día cuánto correo recibió Outlook, qué parte clasificó como spam y cuántas quejas hubo.
Queja	Un destinatario marcó el mensaje como spam o correo no deseado.
Rebote	El servidor de destino rechazó el mensaje (por ejemplo, porque la casilla no existe).
Trampa de spam	Una dirección que nadie usa y que los proveedores mantienen para detectar listas compradas o desactualizadas.
Limitación (421)	Respuesta temporal con la que un proveedor pide bajar el ritmo. El mensaje se reintenta más tarde.

¿NECESITÁS AYUDA?

Escribinos a info@sendypop.com. Dentro del panel, Sentry IA responde con esta misma guía.

Fuentes: FAQ de Microsoft SNDS (definición de verde, amarillo y rojo y umbral de quejas de 0,3 %); requisitos de Microsoft para remitentes de alto volumen (mayo de 2025); práctica habitual de la industria para Outlook (subas de 50 % o menos, reducir a la mitad ante una limitación); datos de SNDS de la flota de SentryPOP, octubre de 2026.