

# Un nuevo reto para Bolivia:

## bo vs .com

Por: Ramiro Mora  
Ingeniero Electrónico



La venta masiva de nombres de dominio bolivianos, permitirá al Nic Bolivia sentar presencia en Internet de sus registros a través de una reducción de precios, mayores servicios a los usuarios y nuevas políticas de asignación. Una dura competencia que el .BO enfrenta con los .COM

Con la llega de Internet a Bolivia gracias al apoyo del PNUD (Proyecto de Naciones Unidas para el Desarrollo), la Red Boliviana de Comunicación de Datos – BOLNET y la Carrera de Ingeniería Electrónica de la Facultad de Ingeniería de la UMSA, llevaron adelante un proyecto de conectividad nacional introduciendo múltiples servicios en la década de los 90.

Además de conectar diferentes Nodos en las principales ciudades de Bolivia, y de brindar acceso a Internet a instituciones educativas, comerciales y gubernamentales, registra en 1996 ante el ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) el dominio de primer nivel identificador para Bolivia .BO.

Este registro posibilita la asignación del identificador regional .BO a todas las instituciones y empresas interesadas, permitiendo el acceso a servicios básicos Internet como información en páginas web, correo electrónico, bases de datos y otros.

El 19 de marzo de 2002, por Decreto Supremo 26553 se crea la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad e la Información ADSIB ([www.adsib.gov.bo](http://www.adsib.gov.bo)) con el objetivo de establecer el marco legal e institucional para la implementación de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación NTIC, incorporando como política de Estado y prioridad e interés nacional, el uso y aprovechamiento de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación - NTIC, como medios de adquirir y generar conocimientos, que coadyuven a la estrategia Boliviana para la Reducción de la Pobreza, e inserción de Bolivia a la Nueva Sociedad de la Información.

Asimismo BOLNET pasa a formar parte de la ADSIB, junto con sus pasivos, activos y responsabilidades comerciales, por cuanto, a partir de marzo de 2002, ADSIB es el nuevo organismo encargado de la asignación de nombres de dominio con identificador nacional .BO.

## BolNet y el mercado cautivo

Al ser BOLNET la única institución autorizada a nivel mundial para el registro de nombres de dominios .BO, se constituye en una institución de prestación de servicios monopólica, determinando sus precios de acuerdo a la referencia existente con otros manejadores de dominio (ccTLD Country Code Top Level Domain <http://www.iana.org/ccld/ccld-whois.htm>). En 1996 se fija un valor inicial por registro de 100 Sus (CIEN DÓLARES AMERICANOS), pago a efectuarse de forma anual, mientras el cliente utilice el servicio.

El monopolio de la venta de dominios en Bolivia ha permitido a BolNet mantener a sus clientes dentro de un mercado cautivo, esto en virtud a que empresas bolivianas que ya habían registrado sus dominios con la institución, difícilmente cambiarían su dirección web y la identificación del correo electrónico ya sea por razones de marketing o por el simple hecho de que el cambio de dominio significaba una nueva inversión.

A medida que se fue popularizando el uso de los servicios Internet en nuestro país, se incrementaron las solicitudes de registro de nombre dominio de aquellas organizaciones que deseaban contar con la terminación .BO. Esta demanda hizo de BolNet una institución con importantes ventajas ya que no sólo tenía la posibilidad de contar con un mercado cautivo sino que al imponer sus precios, manejaba un nuevo concepto económico: el poder del mercado. Este poder se incrementaba a medida que los usuarios continuaban pagando el mantenimiento de los nombres de dominio impuestos por el Nic Bolivia.

Sin embargo a medida que el uso de las tecnologías se incrementaba ya no fue suficiente la referencia de costos de otros países, sino que BolNet se enfrentaba a la competencia del .COM por parte de ISP nacionales e internacionales. Esta

competencia generó la instauración de un excedente para el consumidor, otorgándole la posibilidad de comprar dominios que identificarán a su empresa no necesariamente relacionada con Bolivia.

No olvidemos que el rasgo clave que distingue al monopolio de la empresa competitiva es la elasticidad-precio de la demanda a la que se enfrenta la empresa. Recuérdese que en el caso de la empresa competitiva, la elasticidad-precio es infinita. Es decir la curva de demanda a la que se enfrenta la misma es horizontal, mientras que la del monopolista es simplemente la curva de demanda de pendientes negativa de todo el mercado. El excedente del consumidor frente a la adquisición de un dominio comercial vs. uno nacional, ocasionó que BOLNET reduzca los costos de registro a \$us 75 anuales para poder seguir siendo competitiva

## Final de un monopolio

Un monopolio controla significativamente el precio que cobra por sus servicios, sin embargo es evidente que este monopolio se quebranta en su estructura frente a los registros de nombres de dominio por parte de otras empresas donde la territorialidad pierde significancia frente al costo; por ello BolNet no sólo se vio en la necesidad de bajar sus precios sino de generar un Decreto Supremo (26424) que obligó a las instituciones gubernamentales a tener presencia en Internet bajo el .bo excluyendo en su norma a empresas comerciales educativas y no gubernamentales.

A pesar de la reducción de costos, la demanda no es significativa respecto a los años anteriores, es más, los registros de empresas nacionales con terminación .COM se incrementa frente a los registros .BO, lo que refleja el costo aún elevado del registro .BO

Analicemos, sin embargo el manejo del monopolio

en los registros del Nic Bolivia. En el caso de que el cliente requiera presencia en el Internet a través de un dominio boliviano el monopolio es evidente; pero en el caso de que el cliente busque simplemente un nombre de dominio comercial genérico, BolNet hace frente a una dura competencia. Por lo tanto la diferencia entre competencia perfecta y monopolio suele reducirse a un enunciado básico: ¿cuál de estos dos tipos de clientes es más numeroso?

La respuesta es evidente, los usuarios simplemente requieren presencia en Internet sin importar la territorialidad, prefieren pagar un precio bajo para el dominio e invertir en publicidad, obteniendo a futuro el reconocimiento de su dominio con un mantenimiento anual mínimo. Ante la evidencia de la demanda y oferta de los mercados, en abril del 2003, BOLNET realiza una nueva evaluación de precios, ofertando una tarifa anual de \$us 35, en referencia al precio internacional y de acuerdo a la realidad nacional.

Finalmente en junio de 2003, se planifica la liberación del registro .BO a través de empresas que realicen la reventa a nivel nacional o internacional, fijando tarifas preferenciales con una reducción del precio de hasta 50%. La respuesta que se espera es la venta masiva de los nombres de dominio y lo más importante, que las empresas nacionales se identifiquen con Bolivia sentando presencia en Internet con un dominio que nos pertenece ■

### Web Sites

[www.nic.bo](http://www.nic.bo)  
[www.adsib.gov.bo](http://www.adsib.gov.bo)  
[www.icann.org](http://www.icann.org)  
[www.arin.org](http://www.arin.org)

**"Cromobol"**  
INDUSTRIA BOLIVIANA  
**1974 - 2003**  
*29 años al servicio del país*

Landaeta esq. Jaimes Freire (Tembladerani)  
Teléfono: 242 1859, Cel. 719 70492  
E-mail: [cromobol@hotmail.com](mailto:cromobol@hotmail.com) • Casilla 8325, La Paz - Bolivia

