

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA ECONOMIA
PETAENG



MEMORIA LABORAL

**“INCIDENCIA DE LAS TARIFAS Y DEL CONSUMO DE LOS SITIOS WEB.BO
EN LOS INGRESOS DE LA AGENCIA PARA EL DESARROLLO DE LA
SOCIEDAD DE LA INFORMACION EN BOLIVIA – ADSIB
PERIODOS 2014-2018”**

POSTULANTE : ZULMA SUSANA VALDEZ LEON

TUTOR : MSc. JESÚS ENRIQUE LIMPIAS CALANCHA

LA PAZ - BOLIVIA
2021

Dedicatoria:

A mis amados hijos: Alejandro y Diana por su cariño y apoyo incondicional que me motivan a seguir adelante.

A mi tío Agustín Valdez por su apoyo incondicional.

A mis padres Rene Valdez y Aydée León por sus palabras de aliento, su entendimiento, su comprensión, que me impulsaron a levantarse todas las veces necesarias.

A mis Hermanos Iván, Fanny y Evelyn por su apoyo, que me brindaron toda mi vida y saber que puedo contar con ellos permanentemente.

Agradecimientos:

A DIOS POR ESA FORTALEZA QUE ME DA TODOS LOS DIAS

A mi tutor M.Sc. Limpías por el apoyo que me brindó para la elaboración del presente documento.

Al M.Sc. Ticona por sus enseñanzas, su tiempo y sus palabras de aliento.

Al Lic. Tapia por sus consejos y sugerencia que me ayudaron a desarrollar el presente trabajo.

Al Lic. Baldivieso por su apoyo.

A mi tribunal revisor los Licenciados Ramos y Reyes por sus aportes y comentarios que me ayudaron a concluir el presente trabajo.

A la ADSIB, especialmente al Ing. Machicado, Lic. Quisberth y Ing. Cochi por su colaboración.

RESUMEN

INCIDENCIA DE LAS TARIFAS Y DEL CONSUMO DE LOS SITIOS WEB.BO EN LOS INGRESOS DE LA AGENCIA PARA EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION EN BOLIVIA – ADSIB PERIODOS 2014-2018

La importancia del internet en el ámbito empresarial va mucho más allá del contacto con los clientes. La web es un medio eficaz para la divulgación de la marca, ayuda a conocer mejor el perfil del público objetivo y permite negociaciones con personas que están del otro lado del mundo.

Para tener presencia en la web una empresa debe tener registrado un dominio que le permite dar una identidad única y exclusiva a su empresas de manera global convirtiéndose en parte imprescindible de su identidad. De tal modo, los nombres de dominios, constituyen, junto con las marcas y patentes un activo cada vez más valioso.

En Bolivia la encargada de registrar a los dominios es La Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB) es una agencia pública boliviana que trabaja en promover la gestión de políticas y estrategias en TIC en áreas como: contribuir a la reducción de la brecha digital mediante el desarrollo de la Sociedad del Conocimiento en Bolivia. Teniendo como principal misión favorecer relaciones del Gobierno con la Sociedad, mediante el uso de tecnologías adecuadas.

El trabajo se centra en un periodo de 5 años de la gestión 2014 a la gestión 2018, donde la ADSIB realiza cambios de tarifas de los diferentes dominios y crea los dominios de tercer nivel a raíz de la promulgación de Ley Nro. 164 y su reglamento el Decreto Supremo Nro. 1391.

En el marco de la memoria laboral determinaremos la importancia de las tarifas que tiene la ADSIB, para los dominios.bo, tomando en cuenta algunas variables como las conexiones en internet, el crecimiento de las empresas en nuestro país y las tarifas a nivel región que tiene los dominios.

ACRONIMOS

ADSIB:	Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia.
TIC:	Tecnologías de la Información y la Comunicación.
ATT:	Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes.
W.W.W.:	World Wide Web o red informática mundial.
CEPAL:	Comisión Económica para América Latina y El Caribe.
CMSI:	Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.
SND:	Sistema de Nombre de Dominios.
IP:	Protocolo de Internet.
NIC:	Network Information Center.
ICANN:	Internet Corporation for Assigned Names and Numbers.
CcTLD:	Código de País Dominio de nivel superior.
gTLD:	Dominio de Nivel Superior genérico.
AGETIC:	Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación.

INDICE

CAPITULO I.....	1
MARCO REFERENCIA METODOLOGICO.....	1
1.1. Identificación del tema.....	2
1.1.2. Alcance del tema.....	3
1.2. Delimitación del tema.....	3
1.2.1. Delimitación temporal.....	3
1.2.2. Delimitación Institucional.....	3
1.3. Delimitación de categorías y variables económicas.....	3
1.3.1. Categorías económicas.....	3
1.3.2. Variables.....	4
1.4. Identificación del problema.....	4
1.4.1. Problematización.....	4
1.4.2. Planteamiento del problema.....	4
1.5. Determinación de los objetivos.....	4
1.5.1. Objetivo General.....	4
1.5.2. Objetivos Específicos.....	5
1.6. Metodología de la Investigación.....	5
1.6.1. Método de Investigación.....	5
1.6.2. Tipo de Investigación.....	5
1.6.3. Instrumento de Investigación.....	5
1.6.4. Fuentes de Información.....	6
1.6.5. Procesamiento de la Información.....	6
1.7. Marco Teórico.....	6
1.7.1. Marco Conceptual.....	6
1.7.1.1. Tarifa.....	6
1.7.1.2. Consumo.....	7
1.7.1.3. Los servicios.....	9
1.7.1.4. Marca.....	10
1.7.1.5. Los dominios.....	10
1.7.1.6. Hosting.....	13

1.7.2.	Teorías del tema de Investigación.....	13
1.7.2.1.	Teoría de la demanda.....	13
1.7.2.2.	La demanda de Marshall.....	14
1.7.2.3.	La economía de las telecomunicaciones.....	16
1.7.2.4.	La ley de Moore.....	17
1.7.2.5.	El Impacto de las TICS en la economía.....	18
CAPITULO II.....		20
SECCION POLITICAS, NORMAS E INSTITUCIONAL.....		21
2.1.	La Constitución Política del Estado.....	21
2.2.	La Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la información en Bolivia ADSIB.....	22
2.3.	Decreto Supremo 26553 – Creación de ADSIB.....	22
2.3.1	LEY 164 - Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación.....	25
2.4.	Decreto Supremo N.º 1391 - Reglamento General a la Ley N.º 164.....	26
2.5.	Resolución Administrativa ADSIB N° ADSIB/RA/0023/2016.....	28
a)	Dominios de segundo nivel .bo.....	30
b)	Dominio de tercer nivel.....	31
	Dominios de tercer nivel restringidos.....	32
	Dominios de tercer nivel.....	34
	Dominios de Tercer Nivel de Interés Social.....	36
2.6.	Políticas de Delegación de nombres de Dominio – Registrados bajo el CCTLD .BO.....	41
2.6.1.	Reserva y registro de un dominio.bo.....	42
2.6.2.	Facturación.....	44
2.6.3.	Los dominios restringidos.....	45
2.6.4.	Estructura del nombre de Dominio.....	45
2.7.	Acreditación Financiera por la ICAN a los administradores de dominios.....	45
CAPITULO III.....		47
FACTORES DETERMINANTES DEL TEMA.....		48

3.1.	Los Ingresos de la ADSIB.....	48
3.2.	Crecimiento de los dominios .BO en la ADSIB.....	51
3.3.	Conexiones de Internet en Bolivia.....	53
3.4.	Registro de empresas en Bolivia.....	57
3.5.	Tarifas de los dominios de la región.....	59
3.6.	Análisis Empírico.....	64
3.6.1.	Análisis de los dominios y la relación en el mercado.....	64
CAPITULO IV.....		69
SECCION DE CONCLUSIONES.....		70
4.1.	Conclusión General.....	70
4.2.	Conclusión Específica.....	70
BIBLIOGRAFIA.....		72
ANEXO.....		75

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 2.1.: Organigrama ADSIB.....	25
GRAFICO 2.2.: Crecimiento de los dominios de segundo nivel.....	31
GRAFICO 2.3.: Crecimiento dominio de tercer nivel restringidos.....	34
GRAFICO 2.4.: Crecimiento dominio de tercer nivel.....	36
GRAFICO 2.5.: Crecimiento dominio de tercer nivel de interés social.....	40
GRAFICO 3.1.: Ingresos de la ADSIB.....	49
GRAFICO 3.2.: Los dominios más representativos en los Ingresos de la ADSIB.....	50
GRAFICO 3.3.: Crecimiento de los dominios .bo.....	51
GRAFICO 3.4.: Preferencia de los dominios.....	52
GRAFICO 3.5.: Conexiones del Internet.....	54
GRAFICO 3.6.: Porcentaje de la población que utiliza el internet según Categoría ocupacional.....	55
GRAFICO 3.7.: Aplicaciones utilizadas para ofertar productos o servicios en Internet.....	56
GRAFICO 3.8.: Crecimiento de las empresas.....	58
GRAFICO 3.9. Empresas según tipo societario gestión 2019.....	59
GRAFICO 3.10.: Cuadro comparativo cantidad de dominios de Argentina y Bolivia gestión 2019.....	62
GRAFICO 3.11.: Variables del modelo en frecuencias.....	64
GRAFICO 3.12.: Ajustes en los residuos y variables del modelo.....	66

INDICE DE CUADROS

CUADRO 2.1.: Estructura tarifaria.....	29
CUADRO 3.1.: Cuadro comparativo de las tarifas de la región en los dominios de segundo nivel gestión 2019.....	60
CUADRO 3.2.: Cuadro comparativo de las tarifas del .com.bo con las tarifas de la región gestión 2019.....	61
CUADRO 3.3.: Cuadro comparativo de las tarifas del .com.bo a un .com.....	63
CUADRO 3.4.: Estadísticos principales de las variables.....	65

CAPITULO I

MARCO

REFERENCIAL

METODOLOGICO

CAPITULO I

MARCO REFERENCIA METODOLOGICO

1.1. Identificación del tema

En el marco de la memoria laboral, se realiza el presente trabajo de investigación que principalmente analiza la extensión de enlaces o puntos corporativos de los dominios .bo, que contribuye al establecimiento de imagen de una marca identificando un producto o servicio determinada por una empresa, para hacerla conocer a nivel internacional, mediante el internet, en tal sentido, el presente documento busca analizar la demanda de este servicio en el mercado.

La extensión “punto.bo” es el código que caracteriza a los dominios¹ en Bolivia, esta es administrada por la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia – ADSIB, siendo la única entidad a nivel nacional encargada de los registros.

La actividad laboral para el presente documento es desarrollada en la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (en adelante ADSIB) misma fue creada por el Decreto Supremo N° 26553 como entidad descentralizada bajo la tuición de la Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia con independencia de gestión administrativa y técnica². Debidamente acreditada por el ICANN³ (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers).

Bajo estos parámetros la ADSIB debe ser sostenible por sus propios recursos generados por la venta de sus servicios, por lo que la presente investigación se

¹ Nombre de Dominio: Es una combinación alfanumérica única usada para identificar un servicio de Internet o una página Web. Representa un identificador común a un grupo de computadoras o equipos conectados a la red. Es una forma simple de dirección de Internet diseñados para permitir a los usuarios localizar de una manera fácil sitios en Internet.

² Decreto Supremo Nro. 26553. CREACION PARA EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION EN BOLIVIA. Fecha 19 de marzo 2002. La Paz – Bolivia. Art. 3.

³ ICANN: Por sus siglas en ingles “Internet Corporation of Assigned Numbers and Names”, es una corporación global no lucrativa formada para supervisar un rango selecto de funciones técnicas de dirección de Internet, asimismo, tiene la responsabilidad de coordinar la asignación de parámetros de protocolo y la dirección del nombres de dominio.

orienta en la formulación y análisis de las tarifas de los dominios que se registran en Bolivia ya que ésta es su principal fuentes de ingreso que tiene la ADSIB.

Este trabajo tiene la finalidad de apoyar a esta institución en cuanto a sus políticas económicas y comerciales además de alcanzar el fin de esta institución que es reducir la brecha digital⁴ en el país.

1.1.2. Alcance del tema.

El alcance de tema es microeconómico ya que analizaremos el consumo y las tarifas de los dominios registrados por la ADSIB a nivel nacional.

1.2. Delimitación del tema

1.2.1. Delimitación temporal

Es importante analizar los periodos del 2014 al 2018 porque se aprobaron diferentes Resolución Administrativas en la ADSIB, estas modificaron las tarifas y crearon los dominios de Interés Social, ampliando la posibilidad de contar con un dominio corporativo, aspecto que busco incrementar el consumo de los de los sitios web.bo para la población en Bolivia.

1.2.2. Delimitación Institucional

En el marco de la memoria laboral se dará mayor énfasis a la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB), institución que tiene la tuición proponer políticas, implementar estrategias y coordinar acciones orientadas a reducir la brecha digital en el país, a través del impulso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en todos sus ámbitos⁵.

1.3. Delimitación de categorías y variables económicas.

1.3.1. Categorías económicas

⁴ Brecha digital hace referencia a la desigualdad entre las personas que pueden tener acceso o conocimiento en relación a las nuevas tecnologías y las que no. Al inicio de las TIC, se creía que existía un cierto retraso en algunos sectores sociales, colectivos y países, y que éste se superaría con el tiempo gracias a la mayor disponibilidad de ordenadores y de conexiones a Internet.

⁵ *Decreto Supremo Nro. 26553 CREACION PARA EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION EN BOLIVIA.* Fecha 19 de marzo 2002. La Paz – Bolivia. Art. 4.

- CE1** Categoría comercial.
- CE2** Categoría de conexiones y empresas

1.3.2. Variables

- V.1.1.** Cantidad de los dominios en Bolivia, registradas en la ADSIB.
- V.1.2.** Tarifa de los dominios.
- V.2.1.** Conexiones por los servicios de internet a nivel nacional.
- V.2.2.** Número de empresas registradas el a nivel nacional.

1.4. Identificación del problema

1.4.1. Problematización

El uso de las TIC (Tecnologías de información y comunicaciones) a nivel mundial contribuye al desarrollo y al crecimiento económico, según Michael Spence premio nobel de economía en año 2001 el impacto económico de las redes basadas en computadores se ha desarrollado en tres tendencias⁶:

- La automatización de la información y el procesamiento de datos.
- La migración de numerosas actividades de adquisición y procesos de información a la W.W.W. (World Wide Web) o red informática mundial.
- Acceso inmediato a recursos humanos valiosos.

El acceso a los sitios Web ya no es suntuario más bien es necesario para el crecimiento de las Empresas.

Una de las herramientas de las TIC son los dominios ya que por este medio las Empresas, agrupaciones y otros pueden hacerse conocer a nivel mundial.

1.4.2. Planteamiento del problema.

Las tarifas de los dominios determinadas por la ADSIB contribuyen a la reducción de la brecha digital.

1.5. Determinación de los objetivos

1.5.1. Objetivo General.

⁶ Benavides J, Castro F, Devis L y Olvera M. (2011) *Impacto de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en el Desarrollo y la Competitividad del País*. FEDESARROLLO, Pág. 4.

- ✓ Analizar si la tarifa es un factor determinante para la adquisición de los dominios .bo.

1.5.2. Objetivos Específicos

- ✓ Analizar los ingresos por la venta de los dominios .bo en ADSIB.
- ✓ Determinar el crecimiento de las conexiones de internet a nivel nacional.
- ✓ Determinar el crecimiento de las empresas a nivel nacional.

1.6. Metodología de la Investigación

1.6.1. Método de Investigación

El método que se utilizara es el método analítico deductivo, pues se partió de categorías generales, identificando temas de investigación, luego categorías referentes al tema y sus variables. Así también se realizará el método correlacional para establecer la incidencia de otras variables⁷.

1.6.2. Tipo de Investigación

En el presente estudio se utilizará el enfoque cuantitativo⁸, donde se recolectarán datos de las variables luego se las analizarán para verificar las relaciones de causalidad entre ellas, se empleará un diseño no experimental ya que no habrá ningún estímulo hacia las variables, debido a que estas ya sucedieron y solo se observaran sus efectos.

“Mertens (2005) señala que la investigación no experimental es apropiada para variables que no pueden o no deben ser manipuladas o resulta complicado hacerlo⁹”

1.6.3. Instrumento de Investigación

Los instrumentos de investigación para el análisis de los datos se utilizarán la estadística descriptiva.

⁷ Sampieri R. (2010). *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. Pág. 448, 147, 150

⁸ Sampieri R. (2010). *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. Pág. 173.

⁹ Sampieri R. (2010). *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. Pág. 150..

1.6.4. Fuentes de Información.

Las fuentes de información a las que se recurren para desarrollar la presente Memoria Laboral son primarias y secundarias.

Información primaria

- ✓ Registro de dominios proporcionadas a las empresas fuente ADSIB.
- ✓ Registro de tarifas de los dominios fuente ADSIB.

Información secundaria

- ✓ Número de empresas fuente FUNDEMPRESA.
- ✓ Conexiones del internet fuente ATT.
- ✓ Aplicaciones utilizadas en el internet AGETIC.

1.6.5. Procesamiento de la Información.

Se recolectarán datos mediante datos históricos de las variables de la categoría económica en cuestión para poder analizarlos con la estadística inferencial, además de recurrir a publicaciones y libros referentes al tema, así también se utilizarán los cuadros y gráficos estadísticos para poder comprender mejor la información sacada de los datos.

Para la interpretación de los resultados se harán cuadros estadísticos y gráficos de las variables económicas las cuales deberán explicar a la categoría económica.

1.7. Marco Teórico.

1.7.1. Marco Conceptual.

1.7.1.1. Tarifa.

La tarifa es el precio que pagan los usuarios o consumidores de un servicio público al Estado o al concesionario a cambio de la prestación del servicio. En principio, esta tarifa la fija el concesionario libremente. Sin embargo, en los casos en los que

lo determina la ley, la Administración fija un precio máximo o tarifa legal, generalmente en colaboración con el concesionario¹⁰.

Una tarifa es la cuota, o el listado de cuotas, que debe abonar un consumidor o usuario que desea adquirir un bien, así como utilizar un determinado servicio. La tarifa se establece en la política de precios de una empresa, o en sede parlamentaria¹¹.

En el caso de las tarifas de los dominios .bo en Bolivia son fijadas por el ADSIB, como entidad pública y la única a nivel Nacional que registra y administra los dominios a nivel nacional, tomando en cuenta dos aspectos importantes, la sostenibilidad de la ADSIB y la reducción de la brecha digital.

Regulada por la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y Transportes mediante la Ley Nro. 164 donde establece que regulará el régimen general de tarifas y precios a los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, provistos en todo el territorio nacional, independientemente de su cobertura¹².

1.7.1.2. Consumo.

Llegar al bienestar de las personas, es gracias al poder adquisitivo que tenga cada una de ellas, ya que mientras más grande sea el salario real de una persona, mayor será su utilidad personal. Económicamente el consumo es lo que hace que las economías se mantengan en constante actividad generando una gran diversidad de productos a nivel mundial.

Para Keynes que fue el primer economista en afirmar que el consumo depende fundamentalmente del ingreso y que si bien existen otros determinantes, éstos no poseen relevancia suficiente, por lo tanto, trabajó la función consumo como únicamente dependiente del ingreso real disponible, es decir: $C = f(Y_d)$.

¹⁰Wikipedia (2012). [https://es.wikipedia.org/wiki/Tarifa_\(servicio_p%C3%BAblico\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Tarifa_(servicio_p%C3%BAblico)).

¹¹ Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/tarifa.html>

¹² Ley Nro. 164. *Ley General de Telecomunicaciones, Tecnológicas de Información y Comunicación*. Fecha 8 de agosto 2011. Art. 43 Párrafo I.

Por otra parte, afirmó que “los hombres están dispuestos, por regla general y en promedio, a aumentar su consumo a medida que su ingreso crece, aunque no tanto como el crecimiento de su ingreso¹³.

Para Marx el consumo de subsistencia no se reduce a la alimentación y el vestido. Se trata de una cuestión cultural. Marx los coloca “bajo la rúbrica de medios de consumo necesarios, siendo indiferente para estos efectos el que se trate de productos como el tabaco, que pueden no ser artículos de consumo necesarios desde el punto de vista fisiológico; basta con que se consideren habitualmente como tales”¹⁴.

Milton Friedman –premio Nobel de Economía en 1976- descompone al consumo en dos partes: una llamada consumo permanente y otra denominada consumo temporario, como consecuencia de existir dos tipos de ingresos, el permanente y el temporario. La parte del ingreso que se denomina permanente es aquella que los consumidores esperan no varíe en el futuro. En contraste, el ingreso temporario es aquella porción del ingreso de un consumidor que éste considera no se mantendrá en el tiempo.

La hipótesis de Friedman consiste en suponer que el consumo depende mayormente del ingreso permanente. Si bien los consumidores también gastan parte de su renta temporaria –el consumo temporario-, lo hacen en una proporción mucho menor, ya que ahorran la gran parte de ella

Consecuentemente, y simplificando, se puede decir que el consumo es función del ingreso permanente, es decir, $C = c YP$ ¹⁵.

Bruno Ferrari García de Alba (2012) afirma: El consumidor constituye un agente primordial de la economía, pues participa y es elemento clave en el ciclo económico, al mismo tiempo que, a través de sus decisiones, define la etapa final de los procesos productivos. A su vez, estos patrones de consumo reflejan la solidez y la

¹³ Morettini M. (2002). *Principales teorías macroeconómicas sobre el Consumo*. Primera Edición. Pag. 3.

¹⁴ Herramienta (2018). *El marxismo y el consumo*. Pag. 2.

¹⁵ Morettini M. (2002). *Principales teorías macroeconómicas sobre el Consumo*. Primera Edición. Pag. 12.

dinámica de la economía e impulsan nuevos mercados y nuevos procesos productivos, económicos y sociales¹⁶.

Una de las ideas más importantes para todo economista, es que los consumidores tengan los recursos suficientes para entrar al mercado y dinamizar este proceso. Es decir que gracias a la demanda se estimule el sector productivo y con ello el salario real de los trabajadores, para que puedan adquirir la diversidad de productos que hay en el mercado.

1.7.1.3. Los servicios.

Un servicio es una prestación, un activo de naturaleza económica pero que no tiene presencia física propia (es intangible), a diferencia de los bienes que si la tienen.

Tipos de servicios según su objeto:

Servicios técnicos consisten en la intervención directa sobre bienes físicos (reparación, conservación, mantenimiento, mejora); los llevan a cabo personas de especialización media.

Servicios profesionales resuelven problemas intangibles, que no suelen recaer directamente sobre bienes materiales, y los prestan personas con formación superior (habitualmente universitaria). Hablamos de médicos, abogados, contables, asesores inmobiliarios, etc.

Servicios financieros los prestan bancos e instituciones financieras, consisten en operaciones con dinero, desde préstamos hasta compraventa de activos financieros.

Servicios públicos consisten en prestaciones que se consideran e interés general y, por ello, los presta el Estado bien directamente o a través de empresas particulares concesionarias.

¹⁶ Ferrari B. (2010). *El Consumo responsable e informado promueve mayor competencia en los mercados*. economía.gob.mx.

Servicios sociales forman parte de los servicios públicos, los profesionales que los prestan se ocupan de las necesidades de los más desfavorecidos¹⁷.

1.7.1.4. Marca.

Es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa ya que día a día adquiere un mayor protagonismo. No hay que olvidar que vivimos actualmente una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones y por tanto resalta la marca frente al producto. Para estar bien posicionados en la mente del consumidor y en los líderes de opinión, la marca de nuestra compañía debe disfrutar del mayor y mejor reconocimiento y posicionamiento en su mercado y sector.

Según la Asociación Americana de Marketing, marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores. Pero, la marca no es un mero nombre y un símbolo, ya que, como comentaba anteriormente, se ha convertido en una herramienta estratégica dentro del entorno económico actual. Esto se debe, en gran medida, a que se ha pasado de comercializar productos a vender sensaciones y soluciones, lo que pasa inevitablemente por vender no solo los atributos finales del producto, sino los intangibles y emocionales del mismo.

Cada vez los productos se parecen más entre sí y es más difícil para los consumidores distinguir sus atributos. La marca es, además del principal identificador del producto, un aval que lo garantiza situándolo en un plano superior, al construir una verdadera identidad y relación emocional con los consumidores¹⁸.

1.7.1.5. Los dominios.

El funcionamiento del internet es ignorado por la mayoría de personas que buscamos o ingresamos al Internet, prácticamente ponemos lo que buscamos y nos aparece de manera inmediata, pero es más complicado que solo poner palabras debemos comenzar indicando que al inicio cuando había pocas computadoras cada

¹⁷ DELSOL (2020). <https://www.sdelisol.com/glosario/servicio/>.

¹⁸ Muñoz G. (2020). *Marketing del siglo XXI*. Quinta Edición. Capítulo XV.

una tenía un código alfanumérico llamadas las IPs, con el transcurso del tiempo la cantidad de computadoras conectadas a la Red fue creciendo exponencialmente, causando dificultades en los usuarios al momento de recordar la infinidad de números. Ante esta situación se estableció un Sistema de Nombre de Dominios (DNS¹⁹).

El SND transforma las direcciones numéricas largas a letras esto facilita el acceso para ingresar al internet, por ejemplo 173.194.42.19 para Google, o 72.21.214.128 para Amazon, además, los nombres de dominio pueden ser pensados, en sí mismos, como formas de expresión y opinión.

El SND funciona es un sistema que permite, entre otros, hacer el mapa entre un nombre de dominio y una dirección IP de manera unívoca de manera jerárquica y descentralizada: jerárquica porque está organizado en niveles –siguiendo el mismo principio de diseño de Internet– y descentralizado porque el directorio no reside en un único sitio central sino que está asignado, por partes, a diversos modos de la red. De esta forma, puede ser visto como un árbol con ramas que habitualmente llegan a tener hasta cuatro o cinco niveles, empezando por la “raíz”, siguiendo con los dominio de primer nivel (TLD o ‘Top Level Domains’), y de ahí sucesivamente hasta formar la estructura completa.

Los IPs son números únicos a nivel global y están relacionados por que marcan el lugar donde está el sitio web al que queremos acceder. Es decir, que identifican a todos los computadores que se conectan a la red (incluido el nuestro). Si bien parecen incomprensibles, no son muy distintas de las direcciones de nuestros hogares. Si la dirección en cuestión fuese ‘173.194.42.19’, 173 podría ser el código asignado al país; 194 el número de un proveedor de acceso a Internet ,42 el número asignado al servicio informático, y 19 la dirección que se le ha asignado a la máquina.

¹⁹ DNS: Por sus las siglas en ingles de “Domain Name Server”. Es el nombre del servidor que actúa como base de datos para interpretar una dirección IP en un nombre de dominio.

El Sistema de Nombre de Dominio está controlado a nivel internacional por la Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números (ICANN, por sus siglas en inglés).

La ICANN se encarga de definir políticas sobre la forma en que el sistema debería funcionar y de coordinar, a nivel mundial, la arquitectura del Sistema de Nombre de Dominio²⁰.

Existen tres tipos de dominio

- ✓ **Los gTLD (Dominio de Nivel Superior genérico).** - Estos dominios no están asociados a ningún país, sino que son extensiones genéricas que podemos encontrar en páginas de cualquier nación del mundo, tiene una segmentación geográfica global.

Tienen tres caracteres y son utilizadas de manera genérica por cualquier país y hacer referencia a la actividad del usuario; por ejemplo: .edu (educativo), .org (organización), .com (comercial), .net (redes), .mil (militar), gov (gobierno), .int (embajadas).

Pueden ser adquiridas por diferentes sitios de venta de venta de dominios a nivel mundial con la autorización de la ICANN.

- ✓ **Los ccTLD²¹ (Código de País Dominio de nivel superior).** - En este caso hace referencia al código de país, tienen siempre dos caracteres. Por ejemplo, es, que hace referencia a España; .pt, que hace referencia a Portugal; .fr, que hace referencia a Francia, en el caso de Bolivia, el código es .bo. y son gestionados por entidades públicas de cada país.

- ✓ **Los dominios de tercer nivel.** - Los dominios de tercer nivel son aquellos que tienen la misma finalidad que los dominios gTLD sólo que éstos adquieren también la identidad territorial de las ccTLD. Los dominios

²⁰ Bertoni E. (2019). *Nombres de dominio: una expresión que merece ser protegida*. CELE.

²¹ ccTLD: Por sus siglas en inglés "Country Code Top Level Domain" basado en la ISO 3166-1 alpha2, y corresponden a un país, territorio o localidad determinada por la mencionada tabla. El ccTLD .bo corresponde a Bolivia.

gubernamentales o educativos son característicos de este tipo. Sencillamente deben tener una terminación.com.mx, edu.mx, etc. Estos al llevar el código del país también son administradas por una entidad pública de cada país.

En nuestro caso .BO son las letras asignadas al Dominio de Primer Nivel (Top Level Domain) para el espacio de nombres correspondientes a Bolivia, en el Sistema de Nombres de Dominio (DNS). Dichas letras son tomadas de la tabla de código de país según la norma ISO 3166-1.

1.7.1.6. Hosting

Un hosting es un servicio de alojamiento en línea que te permite publicar un sitio o aplicación web en Internet. Cuando obtienes un hosting, básicamente alquilas un espacio en un servidor que almacena todos los archivos y datos de tu sitio web para que funcione correctamente²².

El hosting funciona como una memoria USB. En ella simplemente guardas tus documentos y no sirve para nada más que para contener la información que deseas. Cuando quieres usar los archivos guardados en tu memoria simplemente la conectas a la computadora y abres la carpeta de tu interés. Al igual que las memorias USB, el trabajo del hosting es almacenar datos²³.

1.7.2. Teorías del tema de Investigación.

1.7.2.1. Teoría de la demanda.

La demanda individual de un bien corresponde a la cantidad de un bien o servicio que será adquirido por el consumidor a los diferentes precios.

Las curvas de la demanda individual se derivan de las curva de Utilidad Marginal y que el consumidor intenta “**maximizar su utilidad**”, sujeto a las restricciones

²² Gustavo B. (2021). <https://www.hostinger.es/tutoriales/que-es-un-hosting>.

²³ <https://www.comparahosting.com/hosting/>

presupuestarias que enfrenta, para lo cual elige una canasta de bienes por lo cual elige una canasta de bienes y servicios por la que muestra una mayor preferencia²⁴.

Pero con más precisión lo hizo Antoine Augustin Cournot que fue un matemático y economista francés que impulso el marginalismo, es conocido por sus estudios sobre la oferta y la demanda, se lo considera como el matemático que comenzó la sistematización de las teorías económicas, sus aportes son simiente de las teorías de Jevons, Walras y Marshall, descubrió lo que los clásicos habían ya intuido, que la cantidad demandada de un bien estaba en función a su precio, además de otros factores como el ingreso de los consumidores, los gustos y las preferencias de estos, también la influencia del precio de otros bienes como los complementarios y sustitutos, otra piedra fundamental para la teoría económica que sistematizo y dio gran avance a la teoría económica fue Alfred Marshall quien introdujo términos como “Ceteris paribus “ o permanece todo constante lo cual le permitió formular sus teorías bajo algunos supuestos²⁵.

1.7.2.2. La demanda de Marshall

El aporte más importante a la teoría económica es el de la Elasticidad precio de la demanda, Marshall demostró que el precio y la cantidad demandada están relacionados de manera inversa, donde la pendiente de la curva de demanda es negativa, el coeficiente de la elasticidad precio indica el grado de relación entre la variación del precio y la variación de la cantidad que se demanda, debido a que el precio y la cantidad demandada tienen una relación de tipo inversa el coeficiente calculado de la elasticidad precio de la demanda será negativo. Marshall concluye que el precio de un producto multiplicado por la cantidad demandada es igual al gasto total de los compradores o al ingreso total del vendedor. Entonces si el precio baja en uno por ciento y la cantidad demandada aumenta en uno por ciento, dado que el gasto total es igual al ingreso total, no hay variación y el coeficiente tiene el valor de uno, si el precio baja y la cantidad demandada aumenta en mayor medida

²⁴ Cuadros J, Pacheco J, Cartes F. (2012). *Elementos conceptuales y aplicaciones de Microeconomía para la evaluación de Proyecto*. CEPAL. Pag. 13.

²⁵ Landreth, Colander. (2002). *Historia del Pensamiento Económico*. Cuarta Edición. Pág. 223.

dado que el gasto total que es igual al ingreso total el coeficiente tendría un valor mayor que la unidad en este caso se dice que la mercancía es elástica con respecto a su precio, el otro caso estaría dado por la situación en que el precio bajara en algún porcentaje dado y la cantidad demandada aumentara en un porcentaje menor entonces si el gasto total que es igual al ingreso total el coeficiente tiene un valor menor a la unidad y se dice que es una mercancía de tipo inelástica respecto al precio²⁶.

El efecto precio se da cuando la cantidad demandada de un bien es inducida por las variaciones en su precio siempre y cuando permanezcan constantes los precios en otros bienes y el ingreso nominal, si el precio de un bien reduce este produce dos efectos:

a) Efecto sustitución

Cuando el precio de algún bien reduce, este es relativamente más barato que sus sustitutos entonces el consumidor responderá consumiendo más cantidad de este bien, el efecto sustitución siempre provocará un aumento del consumo cuando se suceda una rebaja en su precio y una disminución en su consumo cuando suba su precio.

b) Efecto renta

Este efecto se produce cuando varían los precios, la reducción en el precio del bien provoca un incremento en la renta real del consumidor, al ser más bajo el precio del bien, el consumidor puede comprar la misma cantidad que compraba del bien, pero adicionalmente podrá consumir más cantidad de este bien o de otros debido a que tiene más renta.

Este hecho nos lleva a especificar los tipos de bienes que la teoría económica describe:

Bien normal.

²⁶ Landreth, Colander. (2002). Historia del Pensamiento Económico. Cuarta Edición. Pág. 227.

Se llama bien normal, al bien que aumenta su consumo cuando aumenta la renta, la reducción en su precio aumenta la cantidad demandada a través del efecto sustitución y del efecto renta²⁷.

Bien inferior

Se llama a si al bien que cuando incrementa la renta su consumo disminuye, este tipo de bienes son asequibles y adecuados para servir a su propósito, pero a medida que otros bienes sustitutos más costosos y que ofrecen más placer o al menos variedad se vuelven más disponibles, el uso de los bienes inferiores disminuye.

Bien Giffen

Robert Giffen sugirió que la curva de demanda de pan, que era consumida por personas pobres puede tener pendiente positiva, en el caso de que el precio del pan subiera estas personas responderían reduciendo el consumo de carne y alimentos más caros, dando como resultado un aumento en el consumo del pan. En estos bienes el efecto renta es más poderoso que el efecto sustitución²⁸.

1.7.2.3. La economía de las telecomunicaciones.

La economía de las telecomunicaciones incluye su aporte en distintas áreas, tales como la productividad, el emprendimiento e innovación, el empleo y la reducción de la pobreza, lo que en definitiva se traduce en un mayor crecimiento económico. El efecto más evidente de las telecomunicaciones dice relación con el aumento de productividad, dada la incidencia positiva a nivel de individuos, de organizaciones y de países que genera el avance en las comunicaciones, la conectividad y el acceso eficiente a la información. La posibilidad de poder enviar información y datos por Internet o desde los celulares reduce notablemente el tiempo de envío, los costos monetarios y de transacción, y permite una mejor coordinación entre las partes. Además, el acceso a la información facilita que las empresas elijan estrategias para operar de una manera más eficiente.

²⁷ Landreth, Colander. (2002). Historia del Pensamiento Económico. Cuarta Edición. Pág. 285.

²⁸ Landreth, Colander. (2002). Historia del Pensamiento Económico. Cuarta Edición. Pág. 287.

Las telecomunicaciones también tienen un efecto positivo en los niveles de emprendimiento e innovación. Esto, debido a que el acceso a Internet permite compartir ideas y conectarse con inversores de todo el mundo, ampliando la gama de oportunidades a las que se enfrentan los individuos y los proyectos. Esto, a su vez, es fuente de generación de nuevos empleos, dado que se crean puestos de trabajo que de otra forma no existirían. Éstas aportan al desafío de reducir los niveles de pobreza, en tanto economías con mayor desarrollo generan mayores oportunidades de empleo, emprendimiento e innovación, lo que se traduce en mayores ingresos y calidad de vida para los hogares²⁹.

1.7.2.4. La ley de Moore.

Gordon Moore quien fue el cofundador de la empresa INTEL, publica en una revista de electrónica en 1965 un documento el cual dice que el número de transistores incluidos en un circuito integrado se duplicaría cada dos años, esta aseveración llevaría a que primero cada dos años se integraría más transistores en los circuitos integrados incrementando la capacidad de los aparatos electrónicos pero además reduciendo los costos de producción de estos en gran manera y su consiguiente abaratamiento de precios, esta ley hizo abaratar mucho los costos de producir micro procesadores y componentes electrónicos, haciendo que estos se encuentren en productos tan familiares como juguetes, semáforos de tránsito, etc.

En este marco las telecomunicaciones y más aún las tecnologías de información y comunicaciones se han convertido en herramientas fundamentales para el desarrollo económico y la competitividad de los países, están presentes en la educación, la economía, la política, la salud, el gobierno, la cultura es decir en toda la vida cotidiana de las personas, en este sentido la ley de Say que decía: “Toda oferta crea su propia demanda” o un producto terminado ofrece, desde ese preciso instante, un mercado a otros productos por todo el monto de su valor. En efecto, cuando un productor termina un producto, su mayor deseo es venderlo, para que el valor de dicho producto no permanezca improductivo en sus manos. Pero no está menos apresurado por deshacerse del dinero que le provee su venta, para que el

²⁹ LYD (2016). *Desarrollo de las telecomunicaciones: Una fuente para el progreso*. <https://lyd.org>.

valor del dinero tampoco quede improductivo. Ahora bien, no podemos deshacernos del dinero más que motivados por el deseo de comprar un producto cualquiera. Vemos entonces que el simple hecho de la formación de un producto abre, desde ese preciso instante, un mercado a otros productos. En el ámbito tecnológico tendríamos que todo cambio aplicado a la generación de servicios recibe la demanda de los mismos por parte de los usuarios o posibles usuarios, estos servicios requieren inversión en infraestructura, en función al mercado, a la capacidad de red y a la calidad, la infraestructura se actualiza con tecnologías innovadoras que permiten la incorporación de nuevos servicios que serán susceptibles a demandas incrementales generando un círculo virtuoso, Kay Kurzweil por su parte introduce el concepto de singularidad tecnológica que es conocida como la ley de retornos la cual dice que existe la posibilidad de reducir costos exponencialmente dada la integración exponencial de circuitos, a este hecho se suma la velocidad con que las innovaciones en telecomunicaciones disminuyen los tiempos entre la interacción de la oferta y la generación de la demanda reduciendo los requerimientos de comunicaciones en el mercado³⁰.

1.7.2.5. El Impacto de las TICs en la economía.

La utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) está causando un gran impacto sobre la estructura y el ciclo vital de las empresas. Las TIC reducen las consecuencias económicas de la distancia y los costes de acceso a la información y por tanto aumentan la competencia en los mercados. Las TIC hacen viable la creación de pequeñas empresas, lo que da lugar a una competencia adicional; por otra parte dan la oportunidad de que la entrega de productos y la prestación de servicios se realicen con nuevo medio corporativo que aumentan la calidad y la rentabilidad, además hacen surgir muchos nuevos productos y servicios.

Son piezas clave de la globalización de la economía. Las TIC están aumentando la tasa de crecimiento de la productividad y en definitiva acelerando el ritmo del progreso tecnológico. Esto se ha comprobado en la segunda mitad del año 90, países como EEUU, Australia, Canadá y varios de la UE han tenido un

³⁰ Ahciet. (3013). *Telecomunicaciones en Latinoamérica*. Edición Ahciet. Pag. 125

relanzamiento económico, un aumento importante de la productividad y una reducción de la infracción y el desempleo paralelos a los avances de las TIC. Estas nuevas tecnologías están afectando a casi todos los aspectos de la vida económica y sobre todo a la organización y dirección de las empresas. En las economías industrializadas, las inversiones en TIC están aumentando, propiciando la cada vez más separación de los países desarrollados de los que están en vías de desarrollo.

A la vez éstas suprimen tareas y como consecuencia obligan a la reconversión de los conocimientos de parte del personal. En los sectores como el nuestro con una estructura altamente fragmentada y con una gran diversificación de productos, el comercio digital representa un cambio considerable y una mayor eficacia. La logística se verá relanzada a ser una fase clave en la economía de las empresas. Se hace imprescindible reordenar los canales de distribución. En sectores con problemática similar al nuestro como el textil, confección ya están dándose grandes fracasos o éxitos, precisamente por la agilidad en la distribución y por la realimentación del conocimiento del mercado cambiante a la fábrica³¹.

³¹ Impacto de la Tics. <https://infomadera.net>.

CAPITULO II
SECCIÓN
POLITICAS,
NORMAS E
INSTITUCIONAL

CAPITULO II

SECCION POLITICAS, NORMAS E INSTITUCIONAL

Desde el año 2000 empezó a cobrar relevancia a escala mundial el concepto de sociedad de la información, relacionado al rol esencial que empezaron a ocupar las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en las actividades sociales, culturales y económicas de las sociedades.

De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL, 2003), este concepto hacía referencia a un paradigma que a partir del nuevo milenio empezaba a producir profundos cambios en el mundo, dado que la digitalización de los flujos de información, la comunicación y los mecanismos de coordinación empezó a traducirse en la aparición de nuevas formas de organización social y productiva, estrechamente relacionadas con el desarrollo de las sociedades³².

2.1. La Constitución Política del Estado.

La Constitución Política del Estado es la norma jurídica suprema positiva que rige la organización de un Estado, estableciendo: la autoridad, la forma de ejercicio de esa autoridad, los límites de los órganos públicos, definiendo los derechos y deberes fundamentales de los ciudadanos y garantizando la libertad política y civil del individuo.

En el artículo 20 párrafo I Indica que toda persona tiene derecho al acceso universal y equitativo a los servicios básicos de agua potable, alcantarillado, electricidad, gas domiciliario, postal y telecomunicaciones.

Y en el párrafo II indica que el Estado es responsable, en todos sus niveles de gobierno, la provisión de los servicios básicos a través de entidades públicas, mixtas, cooperativas o comunitarias. En los casos de electricidad, gas domiciliario y telecomunicaciones. La provisión de servicios debe responder a los criterios de

³² Quiroz E. (2016). Bolivia Digital. Primera Edición. Pág. 52.

universalidad, responsabilidad, accesibilidad, continuidad, calidad, eficiencia, eficacia, tarifas equitativas y cobertura necesaria³³.

2.2. La Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la información en Bolivia ADSIB.

En este marco, y con el objetivo de impulsar la incorporación del paradigma de la sociedad de la información en las agendas de desarrollo de los países, el año 2001 la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la celebración de la primera Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), que se llevó a cabo en dos fases. La primera en Ginebra (2003), con el objetivo de redactar y propiciar una clara declaración de voluntad política, y tomar medidas concretas para preparar los fundamentos de la sociedad de la información para todos, teniendo en cuenta los distintos intereses en juego. La segunda en Túnez (2005), con el fin de poner en marcha el Plan de Acción de Ginebra, hallar soluciones y alcanzar acuerdos en los campos de gobierno de Internet, mecanismos de financiamiento y seguimiento, y aplicación de los compromisos tanto de Ginebra como de Túnez.

Bolivia fue convocada a participar de la Cumbre en ambas fases. La convocatoria sirvió para impulsar la creación de la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB)³⁴

2.3. Decreto Supremo 26553 – Creación de ADSIB.

Para la implementación de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, es una necesidad que brindará a la ciudadanía en general, los medios eficaces para vencer los obstáculos del desarrollo del país, así como dar la participación y fortalecer las comunidades, las culturas, las instituciones democráticas y económicas³⁵.

Como Política de Estado y prioridad e interés nacional. el uso y aprovechamiento de las Nuevas Tecnologías de Información v Comunicación - NTIC, como medios

³³ CONSTITUCION POLITICA DE ESTADO. Fecha 7 de febrero de 2009. La Paz – Bolivia. Art. 20.

³⁴ Quiroz E. (2016). *Bolivia Digital*. Primera Edición. Pag. 44

³⁵ Decreto Supremo Nro. 26553. Creación de la Agencia Para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB). Fecha 19 de marzo de 2002. La Paz – Bolivia. Art. 4.

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 Información³⁶.

Se crea la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia, cuya sigla será "ADSIB", como entidad descentralizada, bajo tuición de la Vicepresidencia de la República, con independencia de gestión administrativa y técnica, sujeta al alcance de la Ley NO 1178 — SAFCO. Las funciones de la ADSIB se desarrollarán en la infraestructura que proporcione la Vicepresidencia de la República³⁷.

La ADSIB será la encargada de proponer políticas, implementar estrategias y coordinar acciones orientadas a reducir la brecha digital en el país, a través del impulso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en todos sus ámbitos. Además, desarrollará el trabajo técnico de las labores establecidas en el Decreto Supremo Nro.26134 de 30 de marzo de 2001³⁸.

Agenda Patriótica 2025.

La Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB), como parte de esta visión del Estado Plurinacional, desde su creación y más aún cuando se encuentra en plena operación - trabaja y contribuye en la consolidación del pilar 11: Soberanía y Transparencia en la Gestión Pública, Que está orientada a consolidar el cambio en nuestro. País, es imprescindible un Estado fuerte con una gestión pública al servicio de la población, caracterizada por la interculturalidad, transparencia, eficacia, eficiencia y que promueva la participación y el control social³⁹.

PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2016-2020

³⁶ Quiroz E. (2016). Bolivia Digital. Primera Edición. Pag. 47.

³⁷ Decreto Supremo Nro. 26553. Creación de la Agencia Para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB). Fecha 19 de marzo de 2002. La Paz – Bolivia. Art. 3.

³⁸ Decreto Supremo Nro. 26553. Creación de la Agencia Para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB). Fecha 19 de marzo de 2002. La Paz – Bolivia. Art. 4.

³⁹ Ministerio de Comunicación Estado Plurinacional de Bolivia. (2013). *13 Pilares de la Bolivia Digna y Soberana. Agenda patriótica 2025*. Pag. 11.

La Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB)

La ADSIB es la encargada de brindar servicios fiables, innovadores y de calidad de la administración de dominios .bo, firma digital, repositorio estatal de software libre, conformidad u oposición por el uso de software privativo y otros servicios relacionados a nuestra actividad, para ello en el plan estratégico se planteó la MISIÓN y VISIÓN, la cual detallo a continuación:

Misión

Desarrollar políticas, estrategias y acciones para brindar servicios fiables, innovadores y de calidad en el ámbito de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, avanzando en la soberanía tecnológica y la inclusión de la población en el uso de la información y la tecnología⁴⁰.

Visión

Consolidarse como una institución líder en los procesos de desarrollo tecnológico y en la prestación de servicios en el ámbito de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para satisfacer las necesidades de la población, avanzando hacia la soberanía tecnológica⁴¹.

La principal función de la ADSIB, es definir estrategias e implementar medidas destinadas a reducir la brecha digital de Bolivia a través del uso de la tecnología, en todos los ámbitos; así como desarrollar las redes de información del país

Nos enfocaremos básicamente en la administración y registro de los dominios nacionales.

⁴⁰ ADSIB (2021). https://adsib.gob.bo/portal_frontend/contenidos/mision-y-vision.

⁴¹ ADSIB (2021). https://adsib.gob.bo/portal_frontend/contenidos/mision-y-vision

GRAFICO 2.1.:Organigrama ADSIB



LEY 164 - Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación.

En la Ley Nro. 164 Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación establece que la administración del dominio '.bo' incluida su planificación, provisión, mantenimiento y desarrollo, debe ser realizada por la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia – ADSIB.⁴²

Estableciendo que: "El nivel del Estado a través de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, regulará el régimen general de tarifas y precios a los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la

⁴² Ley Nro. 164. Ley General de Telecomunicaciones, Tecnológicas de Información y Comunicación. Fecha 8 de agosto 2011. Art. 69.

información y comunicación, provistos en todo el territorio nacional, independientemente de su cobertura⁴³.

2.4. Decreto Supremo N° 1391 - Reglamento General a la Ley N° 164.

En el Decreto Supremo Nro. 1391, que es el reglamento General a la Ley N° 164, se refieren a los dominios en el Título XIV, Administración y Registro de los Nombres de Dominio “.bo”. Estableciendo que la administración de los dominios de segundo y tercer nivel serán reguladas por la ADSIB. Dividiéndolas y restringiendo en los siguientes tipos⁴⁴:

1. **Nombre de Dominio de Segundo Nivel.-** Se ajustará al siguiente formato: “nombre.bo.”;
2. **Nombre de Dominio de Tercer Nivel.-** Se ajustará de acuerdo a lo siguiente:
 - i. **nombre.com.bo.-** Sub dominio asignado a personas naturales o jurídicas;
 - ii. **nombre.net.bo.-** Sub dominio asignado para proveedores de servicios de Internet – ISP;
 - iii. **nombre.org.bo.-** Sub dominio asignado para organizaciones y entidades sin fines de lucro;
 - iv. **nombre.gob.bo.-** Sub dominio restringido y asignado exclusivamente para las entidades o Instituciones Gubernamentales en todos sus niveles de gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia;
 - v. **nombre.edu.bo.-** Sub dominio restringido y asignado exclusivamente para las Universidades públicas o privadas, entidades, organismos e instituciones de carácter educativo;

⁴³ Ley Nro. 164. *Ley General de Telecomunicaciones, Tecnológicas de Información y Comunicación*. Fecha 8 de agosto 2011. Art. 7.

⁴⁴ Decreto Supremo N° 1391. *Reglamento General a la Ley N° 164*. Fecha 24 de octubre de 2012. Art. 202.

- vi. **nombre.mil.bo.-** Sub dominio restringido y asignado exclusivamente para entidades militares y dependencias de las Fuerzas Armadas del Estado Plurinacional de Bolivia;
 - vii. **nombre.int.bo.-** Sub dominio restringido y asignado exclusivamente para los Organismos internacionales, Embajadas, Consulados, Representaciones y otros legalmente acreditados en el Estado Plurinacional de Bolivia;
 - viii. **nombre.tv.bo.-** Sub dominio asignado para medios de comunicación televisivos;
 - ix. **Otros.-** Nombres de Dominio que pudieran crearse posteriormente en el Dominio de Nivel Superior de Código de País – ccTLD.
3. Los caracteres válidos y la longitud total del nombre de dominio serán establecido y compatibilizado por la ADSIB de acuerdo a estándares internacionales;
 4. La ADSIB podrá generar las disposiciones correspondientes para otros nombres de Sub dominios que pudieran crearse en el ccTLD.bo, así como la forma y longitud de los nombres de dominio en función de la evolución tecnológica⁴⁵.

Sobre el registro de los dominios establece que para nombres de dominio de segundo nivel y tercer nivel no restringidos, podrán ser efectuadas en línea vía web en la dirección electrónica y condiciones establecidas por la ADSIB.

Pero los nombres de dominio de tercer nivel bajo el ccTLD.bo restringidos, requieren para su registro la presentación de la documentación, de acuerdo a requisitos y procedimientos establecidos mediante Resolución Administrativa emitida por la ADSIB⁴⁶.

⁴⁵ Decreto Supremo Nº 1391. Reglamento General a la Ley Nº 164. Del 24 de octubre de 2012. Art. 202.

⁴⁶ Decreto Supremo Nº 1391. Reglamento General a la Ley Nº 164. Del 24 de octubre de 2012. Art. 203.

Sobre el cobro indica que debe ser anticipada y por el periodo de un año ya sea para el registro o mantenimiento de dominio a sus usuarias o usuarios de acuerdo al Tarifario aprobado por la ATT⁴⁷.

2.5. Resolución Administrativa ADSIB N° ADSIB/RA/0023/2016

Ante estos cambios generados por la Ley 164 «Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación» promulgado en fecha 8 de agosto 2011 y su reglamento promulgado por el Decreto Supremo Nro. 1391 de fecha 24 de octubre del año 2012.

La ADSIB, se ve en la necesidad de realizar una modificación a su actual estructura tarifaria ya que debe cumplir dos aspectos mencionados en la LEY.

- La primera es la reducción de la brecha digital en Bolivia y promocionar el uso de las tecnologías de información y comunicación.
- La segunda el registro de nombres de dominio de tercer nivel bajo el ccTLD.bo restringidos deben cumplir la presentación de la documentación de acuerdo a requisitos y procedimientos establecidos mediante Resolución Administrativa emitida por la ADSIB.

También establece que el Estado a través del Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, regulará el régimen de las tarifas a los servicios de las Telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación provista en todo el territorio nacional, independientemente a su cobertura.

Para cumplir estas disposiciones la Unidad de Planificación de la ADSIB, elabora un informe con el fin de alcanzar los objetivos planteados en la Ley Nro. 164 proponiendo una nueva estructura tarifaria⁴⁸.

⁴⁷ Decreto Supremo N° 1391. Reglamento General a la Ley N° 164. Fecha 24 de octubre de 2012. Art. 203.

⁴⁸ Resolución Administrativa ADSIB Nro. 13/2015. Pag. 1

Esta nueva estructura fue promulgada mediante Resolución Administrativa ADSIB No. 23/2016, esta contaba con la aprobación de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes ATT.

CUADRO 2.1.: Estructura tarifaria

NIVEL	DOMINIO	PRECIO/ BS
SEGUNDO NIVEL	.bo	980,00
TERCER NIVEL RESTRINGIDO	.gob.bo	500,00
	.mil.bo	
	.int.bo	
	.edu.bo	280,00
TERCER NIVEL	.com.bo	280,00
	.net.bo	
	.org.bo	
	.web.bo	
	.tv.bo	
TERCER NIVEL DE INTERES SOCIAL	.academia.bo	55,00
	.agro.bo	
	.arte.bo	
	.blog.bo	
	.bolivia.bo	
	.ciencia.bo	
	.cooperativa.bo	
	.democracia.bo	
	.deporte.bo	
	ecologia.bo	
	.economia.bo	
	.empresa.bo	
	.indigena.bo	
	.industria.bo	
.info.bo		

.medicina.bo
movimiento.bo
.musica.bo
.natural.bo
.nombre.bo
.noticias.bo
.patria.bo
.politica.bo
.profesional.bo
.plurinacional.bo
.pueblo.bo
.revista.bo
.salud.bo
.tecnologia.bo
.tksat.bo
.transporte.bo
.wiki.bo

Fuente: Elaboración propia datos Anexo Nro. 1

Estos cambios analizaremos de manera independiente en los dominios .bo de segundo y tercer nivel, debido a la demanda de ambos y los cambios que sufrieron con la nueva estructura tarifaria⁴⁹.

a) **Dominios de segundo nivel .bo**

Los dominios de segundo nivel son los dominós ccTLD⁵⁰ (country code Top Level Domain), son los que solo hacen referencia al código del país en nuestro caso el .bo. como única categoría en este nivel.

⁴⁹ Resolución Administrativa ADSIB Nro. 13/2015. Pag. 3.

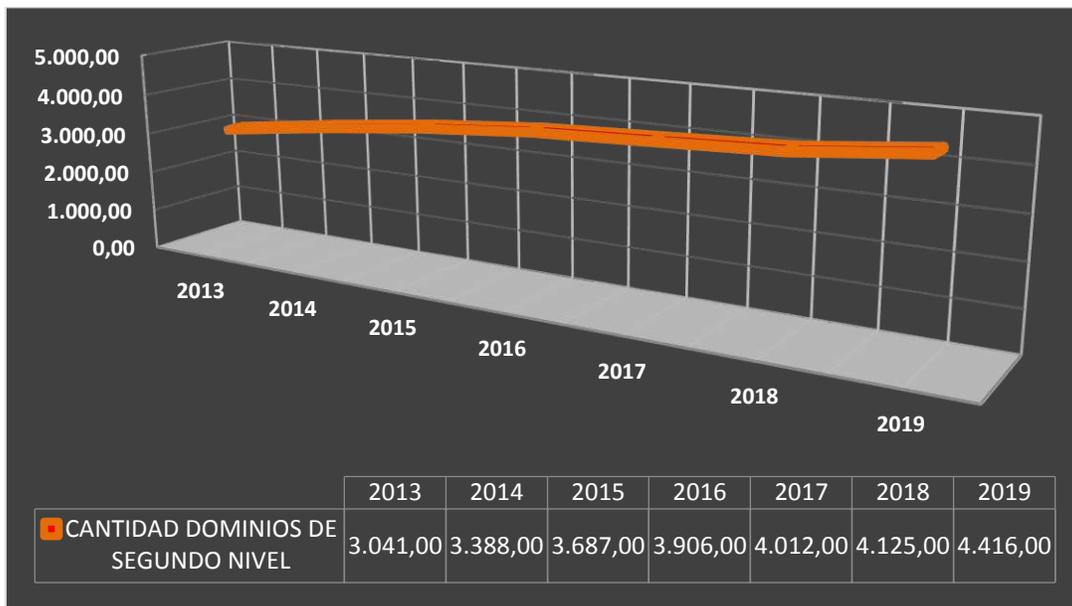
⁵⁰ ccTLD: Por sus siglas en ingles "Country Code Top Level Domain" basado en la ISO 3166-1 alpha2, y corresponden a un país, territorio o localidad determinada por la mencionada tabla. El ccTLD .bo corresponde a Bolivia.

En las modificaciones realizadas en la nueva estructura tarifaria se mantuvo el dominio de segundo nivel por su funcionalidad ya que es el segundo dominio más vendido por la ADSIB.

La modificación de esta tarifa provocaría que la ADSIB, no pueda sustentarse ya que en las disposiciones realizadas por la Ley N. 164 indica que el administrador de los dominios .bo, debe realizar su planificación, provisión, mantenimiento y desarrollo otorgando a la ADSIB, independencia de gestión administrativa y financiera⁵¹.

A pesar de tener la tarifa más alta de los dominios su registró tuvo un crecimiento porcentual de 6.46% en todo nuestro periodo de estudio.

**GRAFICO 2.2.: Crecimiento de los dominios de segundo nivel
(En cantidad de dominios)**



Fuente: Elaboración propia datos ADSIB

Los principales consumidores de estos dominios son las empresas extranjeras que quieren tener una presencia en el país con marca nacional

b) Dominio de tercer nivel

⁵¹ Decreto Supremo N° 1391. Reglamento General a la Ley N° 164. Fecha 24 de octubre de 2012. Art. 203.

En los dominios de tercer nivel si existieron modificaciones en su estructura ya que en el Decreto Supremo Nro.1391, establece que "los nombres de dominio de tercer nivel bajo el ccTLD.bo restringidos, requieren para su registro la presentación de la documentación, de acuerdo a requisitos y procedimientos establecidos mediante Resolución Administrativa emitida por la ADSIB"; y debe implementar un proceso de validación y verificación de la documentación presentada para gestionar la solicitud de los nombres de dominio de tercer nivel restringido.

De la misma manera indica que la ADSIB debe coadyuvar a la reducción de la brecha digital en el territorio nacional y contribuir con los objetivos de la Ley 164: "Asegurar el ejercicio del derecho al acceso universal y equitativo a los servicios de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación, así como del servicio postal"⁵².

Por lo indicado en los anteriores párrafos la ADSIB, divide a los dominios de tercer nivel en tres categorías que son:

- Dominios de tercer nivel restringidos.
- Dominios de tercer nivel.
- Dominios de tercer nivel de interés social

Dominios de tercer nivel restringidos.

Los dominios restringidos están compuestos por 4 dominios que para su registro se requiere la presentación de documentación especial, este varía de acuerdo al dominio solicitado. Estas son:

edu.bo

Este sub dominio sólo se otorgará a instituciones u organismos de carácter educativo en Bolivia, debiéndose presentar ante el Administrador una carta membretada y firmada por la Máxima Autoridad de la institución educativa solicitando el registro del nombre de dominio.

⁵² Decreto Supremo N° 1391. Reglamento General a la Ley N° 164. Fecha 24 de octubre de 2012. Art. 203.

.gob.bo

Este sub dominio sólo se otorgará a las instituciones gubernamentales Nacionales, Departamentales y Municipales en Bolivia, debiéndose presentar ante el Administrador, la norma de creación de la institución, y una carta membretada y firmada por la Máxima Autoridad Ejecutiva de la institución solicitando el registro del nombre de dominio.

.mil.bo

Este sub dominio sólo se otorgará a las dependencias de las Fuerzas Armadas de Bolivia, debiéndose presentar ante el Administrador una carta membretada y firmada por la Máxima Autoridad Ejecutiva de la Institución solicitando el registro del nombre de dominio.

int.bo

Este sub dominio sólo se otorgará a embajadas, consulados, o representaciones Internacionales, debiéndose presentar ante el Administrador una carta membretada y firmada por la Máxima Autoridad de la Institución solicitando el registro del nombre de dominio⁵³.

Por lo expuesto en estos dominios se requerirá de tiempo y recursos adicional tanto administrativos y legales para implementar un proceso de validación y verificación de la documentación presentada, Por esta razón considera necesario incrementar la tarifa de los dominios de Bs. 280,00 (Doscientos ochenta 00/100 bolivianos) a Bs. 500,00 (Quinientos 00/100 bolivianos)⁵⁴.

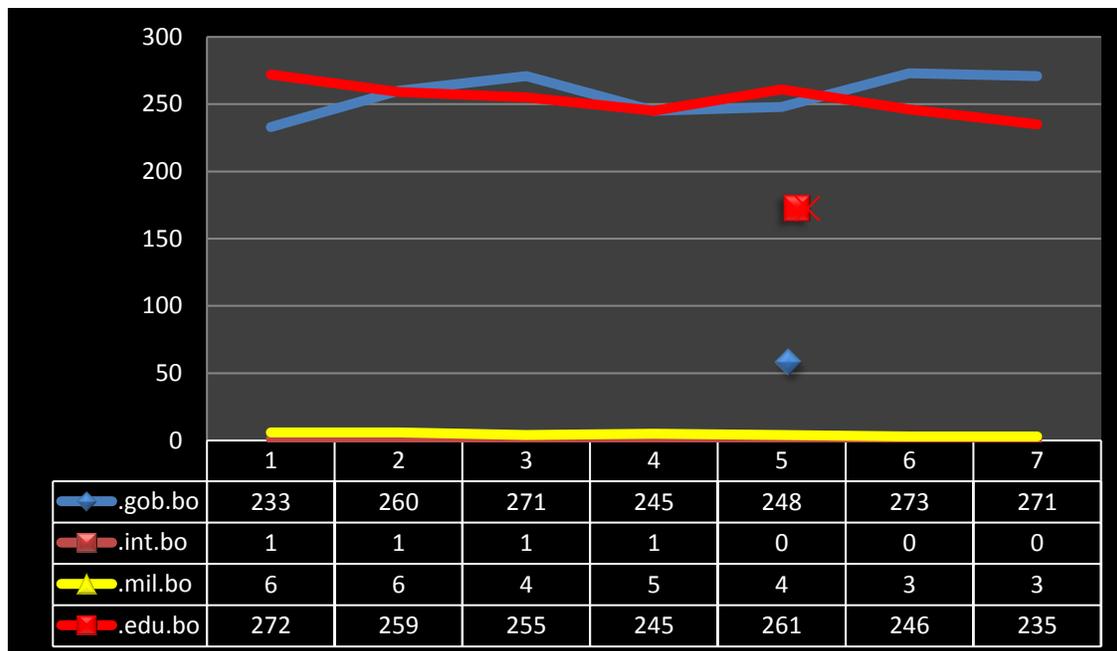
En el caso del .edu.bo se mantendrá con Bs. 280,00 (Doscientos ochenta 00/100 bolivianos), por su carácter social ya que es asignado exclusivamente para las Universidades públicas o privadas, entidades, organismos e instituciones de carácter educativo⁵⁵.

⁵³ ADSIB (2019). Políticas de Delegación de Nombres de Dominio Registrados Bajo el CCTLD .BO. 4ta Versión. Pag. 15.

⁵⁴ Resolución Administrativa ADSIB Nro. 13/2015. Pág. 4.

El mayor exponente en este grupo es el .gob.bo, que tienen un promedio de 257 dominios por gestión ya que no existirá una subida ni bajada muy drástica porque estos dominios están destinados a entidades Gubernamentales y las variaciones reducidas son por la creación de la alguna Entidad o cierre de otra.

**GRAFICO 2.3.: Crecimiento dominio de tercer nivel restringidos
(En cantidad de dominios)**



Fuente: Elaboración propia datos ADSIB

El dominio .edu.bo si existe una variación porque, aunque exista un registro de Entidades educativas a nivel del Ministerio de Educación no todas tenían la necesidad de adquirir un dominio, esta situación cambio en el país desde finales de la gestión 2019, con el cierre imprevisto de la gestión escolar por los problemas sociales que existía en nuestro país, el cual las unidades educativas no tenían alguna plataforma para comunicarse con sus estudiantes. Como dato preliminar en la gestión 2020 con la pandemia del COVID 19 creció exponencialmente teniendo un registro de 438 dominios.

Dominios de tercer nivel

En este grupo de dominios no existió modificación en las tarifas ya que se mantuvo con la anterior estructura entre estos dominios tenemos:

.com.bo.

Sub dominio para entidades comerciales asignado a personas naturales o jurídicas.

.net.bo.

Sub dominio asignado para proveedores de servicios de Internet – ISP. en Bolivia.

.org.bo.

Sub dominio asignado para organizaciones y entidades sin fines de lucro.

.tv.bo.

Sub dominio asignado para medios de comunicación televisivos.

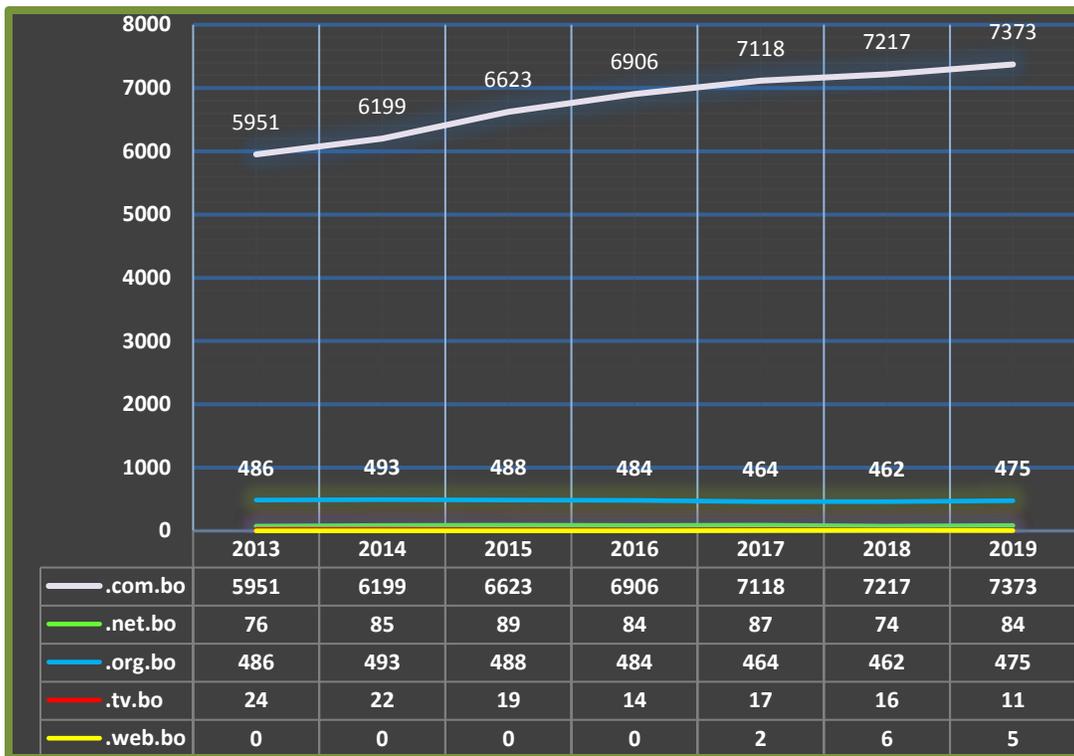
.web.bo.

Sub dominio incluido en este grupo⁵⁶.

No se requiere de ninguna documentación especial para el registro se lo puede realizar mediante la página de la ADSIB. Solo el llenado del formulario que es como una declaración jurada que se realiza en la página de www.nic.bo. Siguiendo todos los procesos establecidos por la ADSIB.

⁵⁶ Decreto Supremo Nº 1391. Reglamento General a la Ley Nº 164. Fecha 24 de octubre de 2012. Art. 202.

**GRAFICO 2.4.: Crecimiento dominio de tercer nivel
(En cantidad de dominios)**



Fuente: Elaboración propia datos ADSIB

En el grafico anterior podemos observar que el máximo exponente de este grupo es: **.com.bo**. Este es el dominio más adquirido de todos los que ofrece la ADSIB. Ya que un empresa comercial prefiere adquirir un dominio **.com.bo** que tiene una tarifa de BS. 280,00 A un **.bo** que cuesta Bs. 980.00. Este dominio en nuestro periodo de estudio creció un promedio de 3.65% por gestión desde la gestión 2013 a la gestión 2019.

Dominios de Tercer Nivel de Interés Social.

Mediante la Resolución Administrativa Nro. ADSIB/RA/0023/2016, la ADSIB crea los dominios de interés social, con el objetivo de contribuir a reducir la brecha digital en Bolivia, y promocionar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Que es una de los objetivos planteados en la Ley Nro. 164. «Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación»

El objetivo de la creación de los dominios de interés social es incentivar a que los ciudadanos utilicen los dominios .bo y al mismo tiempo Tecnologías de Información y Comunicación. Proponiendo el rubro a que la ciudadanía quiere hacer conocer con sello de Bolivia. Entre estos tenemos:

.academia.bo

Dominio para actividades vinculadas a la academia científica.

.agro.bo

Dominio para actividades vinculadas al agro.

.arte.bo

Dominio para actividades vinculadas al arte (música, pintura, danza, etc.).

.blog.bo

Dominio de uso personal, bitácoras, tipo “blog”.

.bolivia.bo

Dominio para temas vinculados a Bolivia.

.ciencia.bo

Dominio para todas las actividades vinculadas a la ciencia.

.cooperativa.bo

Dominio para actividades vinculadas a una asociación de personas.

.democracia.bo

Dominio para el ámbito de la democracia.

.deporte.bo

Dominio para actividades vinculadas a todo tipo de deportes.

.ecologia.bo

Dominio para temas vinculados a la ecología.

.economia.bo

Dominio para temas vinculados al ámbito de la economía.

.empresa.bo

Dominio para actividades de medianas y pequeñas empresas.

.indigena.bo

Dominio para temáticas indígenas.

.industria.bo

Dominio para actividades de la industria.

.info.bo

Dominio de información general.

.medicina.bo

Dominio para temas vinculados a la medicina.

.movimiento.bo

Dominio para organizaciones sociales.

.musica.bo

Dominio para actividades vinculadas a la música.

.natural.bo

Dominio para temas vinculados a la naturaleza.

.nombre.bo

Dominio para nombres de personas, de uso personal.

.noticias.bo

Dominio para publicar noticias.

.patria.bo

Dominio para temas patrios.

.plurinacional.bo

Dominio para temáticas del ámbito plurinacional.

.politica.bo

Dominio para actividades vinculadas al ámbito político.

.profesional.bo

Dominio para profesionales.

.pueblo.bo

Dominio para temas vinculados al pueblo.

.revista.bo

Dominio para todo tipo de revistas.

.salud.bo

Dominio para temas vinculados a salud.

.social.bo

Dominio para temáticas sociales.

.tecnologia.bo

Dominio para actividades relacionadas a la tecnología.

.tksat.bo

Dominio para actividades vinculadas al satélite Túpac Katari.

.transporte.bo

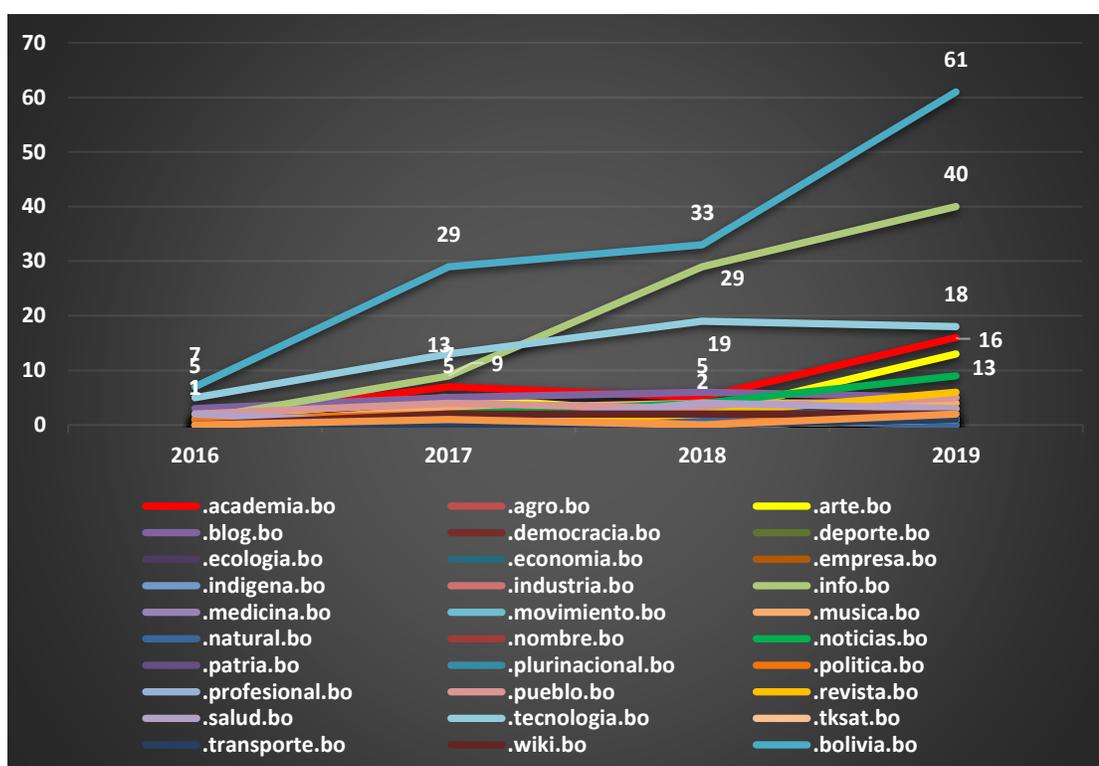
Dominio para temas relacionados con el transporte.

.wiki.bo

Dominio para sitios en construidos en colaboración⁵⁷.

La tarifa de estos dominios es de Bs. 55,00 (Cincuenta y cinco 00/100 bolivianos). Considerando que esta tarifa contribuirá a que la población boliviana pueda adquirir estos dominios sociales «.bo».

**GRAFICO 2.5.: Crecimiento dominio de tercer nivel de interés social
(En cantidad de dominios)**



Fuente: Elaboración propia con datos ADSIB.

Como podemos observar el cuadro anterior en la gestión 2016 se registraron 24 dominios de interés social. Existiendo un crecimiento considerable hasta la gestión 2019. El dominio con mayor crecimiento es: **.bolivia.bo** vinculados a temas sobre Bolivia, este creció en la gestión 2019, a un promedio de 46.92% con referencia a la gestión

⁵⁷ ADSIB (2019). Políticas de Delegación de Nombres de Dominio Registrados Bajo el CCTLD .BO. 4ta Versión. Pag. 18

2018. En segundo lugar, tenemos al dominio info.bo destinado a información general registrando 40 dominios en la gestión 2019.

De los 32 nuevos dominios que se encuentran a la venta en la página de la ADISB, existen 5 dominios que hasta la gestión 2019, no fueron adquiridos estos son: .cooperativa.bo - .ecologia.bo - .movimiento.bo - .nombre.bo y .patria.bo.

2.6. Políticas de Delegación de nombres de Dominio – Registrados bajo el CCTLD .BO.

De acuerdo al Decreto Supremo N° 26624 de 14 de mayo de 2002, el registro de Nombres de Dominios bajo el ccTLD .bo, se encuentra bajo responsabilidad de la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB), institución bajo tuición de la Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia – Presidencia de la Asamblea Legislativa Plurinacional, debidamente acreditada por la ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers).

La ADSIB, pone en vigencia Políticas de delegación de nombres y registro de dominios para precisar los principios y lineamientos generales para el registro y la administración de los nombres de dominio bajo el ccTLD .bo.

Entre sus disposiciones tiene las siguientes características:

- ✓ El titular y los contactos de un nombre de dominio registrado bajo el ccTLD .bo, deben conocer y aceptar las Políticas.
- ✓ Las Políticas de delegación de nombres de dominio registrados bajo el ccTLD .bo podrán ser modificadas por la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia; que serán difundidas a través de los correos de contacto registrados por los titulares de nombres de dominio y contactos y entraran en vigencia diez (10) días calendario después de su publicación en el sitio web www.nic.bo.
- ✓ El Administrador atiende los registros según el orden temporal de reserva de los nombres de dominio.
- ✓ Podrá solicitar el registro de un nombre de dominio cualquier persona natural (mayor de edad) o jurídica, nacional o extranjera.

- ✓ No existe restricción respecto a la cantidad de nombres de dominios que una persona pueda registrar bajo el ccTLD .bo.
- ✓ Una vez registrado un nombre de dominio bajo el ccTLD bo. no podrá ser modificado en su estructura y composición. Sin embargo, los datos de contactos, así como la titularidad del mismo podrán ser modificados.

Las responsabilidades de la ADSIB son:

- ✓ En ningún caso el Administrador será responsable de verificar la autenticidad de la información que se presente en el formulario de registro de un nombre de dominio.
- ✓ En ningún caso el Administrador, sus funcionarios, empleados o representantes, serán responsables del mal uso de un nombre de dominio o de los contenidos que sean transferidos o publicados a través de este, siendo responsable de dicho uso el titular del nombre de dominio.
- ✓ En ningún caso el Administrador tendrá responsabilidad contractual ni extracontractual, sobre la transferencia o cancelación por parte de una entidad administrativa, arbitral, judicial o de solución de controversias (bajo la Política de solución de controversias) de un nombre de dominio registrado bajo el ccTLD .bo⁵⁸.

2.6.1. Reserva y registro de un dominio.bo

La reserva y el registro de un nombre de dominio bajo el ccTLD .bo, se hará únicamente a través del sitio web www.nic.bo, Esta reserva se realiza para saber que el nombre del dominio está disponible y dura aproximadamente 60 días calendario.

Una vez realizado la reserva del registro se debe llenar el formulario correspondiente, documento que tiene carácter de declaración jurada. Solo se procederá al registro de un nombre de dominio cuando el usuario lea y acepte el Contrato de Registro de Nombres de Dominio bajo el ccTLD .bo.

⁵⁸ ADSIB (2019). Políticas de Delegación de nombres de Dominio – Registrados bajo el CCTLD .BO. Pág. 5.

El formulario dispuesto en el sitio web www.nic.bo, para la solicitud de registro de un nombre de dominio, requerirá obligatoriamente la información del titular del dominio⁵⁹.

Adicionalmente, el usuario podrá establecer información para:

- a) Un contacto administrativo⁶⁰.
- b) Un contacto técnico⁶¹.
- c) Un contacto financiero⁶².

Luego se debe comunicar con el personal de la ADSIB, para el procedimiento de la cancelación, donde le indicara la manera de generar la nota de pago y este acredita que los dos procedimientos anteriores están bien realizados ya con la nota impresa el usuario debe dirigirse al Banco Unión donde se encuentra la cuanta oficial del a ADSIB.

Una vez cancelado se debe cargar el comprobante de pago a la página donde el personal de la ADSIB verifica y valida si realmente el pago esta realizado esto dura aproximadamente dos días, Una vez verificado se comunica al usuario mediante un correo que ya le pertenece el dominio que el registro indicando el tiempo que tiene este dominio por lo general se cancela por un año pero existen empresas que pagan por 3 o 4 dependiendo de cada empresa.

Hasta este punto el usuario solo tiene comprado el dominio pero no está activado esto significa que lo tiene pero si coloca el nombre del dominio en un buscador la

⁵⁹ Titular del Dominio: Persona natural o jurídica que tiene el derecho al uso, goce y disfrute de un nombre de dominio bajo el ccTLD .bo, por el tiempo de cobertura pagado (tiempo de vigencia). Asimismo, es la persona responsable por el nombre de dominio registrado bajo el ccTLD .bo.

⁶⁰ Contacto Administrativo: Persona natural o jurídica que realiza la administración de la información del nombre de dominio a través del sitio Web www.nic.bo. Este Contacto es el autorizado por el Titular para realizar modificaciones en la información correspondiente a cada dominio.

⁶¹ Contacto Técnico: Persona natural o jurídica autorizada por el titular para realizar la administración técnica del nombre de dominio, pudiendo efectuar modificaciones dentro del campo técnico.

⁶² Contacto Financiero: Persona natural o jurídica autorizada por el titular para realizar el pago de registro o renovación del nombre de dominio bajo el ccTLD .bo. Este contacto brinda y mantiene al día la información sobre la facturación (Nombre/Razón Social, Número de Identificación Tributaria (NIT) del nombre de dominio. Asimismo, es la persona a la cual se notificará sobre el vencimiento del nombre de dominio u otros.

página todavía no existe sale como error porque para que funcione el dominio se requiere un Hostings.

Esto depende de cada usuario el tipo de Hastings que quiere adquirir porque son empresas independientes a nivel internacional que venden y no solo te brindan el Hosting sino también el asesoramiento en preparar la página con toda la información que el usuario quiera que vaya hay un empresas que tiene una área técnica informática ya estructurada que se encargan de esto, caso contrario deben contratar también el asesoramiento para la elaboración de la página y esto hace que el precio se incremente.

En el tema del HOSTING la ADSIB no recomienda ni solicita ellos se mantienen al margen de la empresa proveedora tampoco asesora o sugiere para no tener problemas con la empresas.

Pero si solicita el número de IP que la empresa proveedora de Hosting le envía para vincular el dominio con el HOSTING este procedimiento demora entre 2 horas a 24 horas. Hasta este punto la página ya está elaborada y preparada con toda la información que el usuario quiera que se ponga en la página⁶³.

2.6.2. Facturación.

La transacción por el registro o renovación de nombres de dominio culmina una vez que se ha verificado y confirmado el pago en la cuenta de usuario del sitio web www.nic.bo, procediéndose a la activación del nombre de dominio o la prolongación de su uso. La factura correspondiente será emitida una vez concluido este proceso. La factura electrónica generada será enviada a la dirección de correo electrónico, nombre y número de identificación tributaria registrados en la cuenta de usuario para este propósito. La factura estará, igualmente, disponible en la cuenta de usuario del sitio web www.nic.bo. El titular podrá también recabar la misma en oficinas del Administrador⁶⁴.

⁶³ ADSIB (2019). POLÍTICAS DE DELEGACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO REGISTRADOS BAJO EL CCTLD .BO. 4ta . Version. Pag. 5.

⁶⁴ ADSIB (2019). POLÍTICAS DE DELEGACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO REGISTRADOS BAJO EL CCTLD .BO. 4ta . Version. Pag. 10.

2.6.3. Los dominios restringidos.

El procedimiento es el mismo que un dominio comercial la diferencia radica en el llenado del formulario ellos debe ir directamente a la ADSIB con la siguiente documentación:

- ✓ La solicitud para la adquirente del dominio.
- ✓ Se debe adjuntar la Ley, Decreto o Resolución de creación de la institución.
- ✓ La designación de la representación legal de la institución.
- ✓ El nombre del contacto técnico que tendrá los accesos.

Toda esta documentación pasa a la área legal de la ADSIB, para que pueda ser validada. Recién puede dar continuidad con todo el procedimiento del registro del dominio⁶⁵.

2.6.4. Estructura del nombre de Dominio.

Para el registro de nombre de dominio bajo el ccTLD .bo se deberá tomar en cuenta las siguientes reglas de sintaxis:

La longitud total del nombre del dominio no deberá exceder los 63 caracteres. Los caracteres válidos son números (0-9), letras (a-z), el guión (-) y los caracteres á, é, í, ó, ú, ü, ñ. (no se hace diferencia entre mayúsculas y minúsculas).

Los nombres de dominio no deberán comenzar o terminar con el guión (-) ni llevar dos guiones (--) seguidos⁶⁶.

2.7. Acreditación Financiera por la ICAN a los administradores de dominios.

ICANN es una organización no lucrativa de naturaleza privada que fue creada en 1998. Ese mismo año, el Ministerio de Comercio de Estados Unidos emitió un "White Paper" sobre la administración de los nombres y números de Internet. Su propósito era pasar la administración de los nombres de dominio de Internet y de las

⁶⁵ ADSIB (2019). POLÍTICAS DE DELEGACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO REGISTRADOS BAJO EL CCTLD .BO. 4ta . Version. Pag. 14

⁶⁶ ADSIB (2019). POLÍTICAS DE DELEGACIÓN DE NOMBRES DE DOMINIO REGISTRADOS BAJO EL CCTLD .BO. 4ta . Version. Pag. 11

direcciones IP, del gobierno federal de los Estados Unidos a las manos de una entidad privada sin fines de lucro que estuviese representada internacionalmente.

Actualmente, ICANN se encarga de definir políticas sobre la forma en que el sistema debería funcionar y de coordinar, a nivel mundial, la arquitectura del DNS. ICANN coordina las direcciones IP y la administración del sistema de nombre de dominio de alto nivel, tanto genéricos (generic Top Level Domains o gTLD, que se refiere, por ejemplo, al “.com” a la derecha de los diferentes nombres) como de códigos de países (country code Top Level Domains o ccTLD, se refiere, por ejemplo en Argentina, a los “.com.ar”). Sin esta tarea de coordinación, Internet no podría ser “una” a nivel global.

En lo que respecta a los ccTLDs, los organismos administradores de cada uno de los países se organizan, debido al rol que juegan en el desarrollo de sus políticas los gobiernos nacionales.

Para que la ADSIB, este debidamente acredita debe presentarse con la Ley o decreto de creación y la que autoriza e indique que es la encargada de registra los dominios .bo a nivel nacional.

A pesar de ser una institución sin fines de lucro se debe cancelar una tarifa anual por cada administrador de cada país de \$us. 4.000,00 dólares americanos para solventar los gastos administrativos de la ICANN. Es el único costo anual que la ADSIB, realiza a la ICANN⁶⁷.

⁶⁷ <https://www.icann.org/resources/pages/financials-2012-02-25-es>.

CAPITULO III

FACTORES

EXPLICATIVOS

CAPITULO III

3. FACTORES DETERMINANTES DEL TEMA

Si bien existe un incremento en la cantidad de los dominios registrado en la ADSIB, esta es menor a la cantidad de empresas u organizamos registrados en Fundempresa⁶⁸, Esto nos lleva analizar si las tarifas juegan un factor determinante en el consumo de los dominios.

3.1. Los Ingresos de la ADSIB

La ADSIB es una agencia estatal pero no percibe ingresos del Tesoro General de la Nación, ya que desde su creación indica que esta debe planificar su sostenibilidad y debe contribuir reducir la brecha digital.

Actualmente según la normativa vigente tiene las siguientes funciones:

- ✓ Administrar el Servicio de Registro de Dominios .bo (<https://nic.bo/>), brindando asesoramiento personalizado en procesos de registro y renovación de dominios ".bo".
- ✓ Administrar el Servicio de Certificación Digital, como Entidad Certificadora Pública emite certificados que permiten firmar digitalmente documentos válidos en el Estado Plurinacional de Bolivia (<https://firmadigital.bo/>)
- ✓ Administrar el Repositorio Estatal de Software Libre donde se registra, socializa, preserva y custodia los sistemas desarrollados en el estado (<https://softwarelibre.gob.bo/>)
- ✓ Brindar la conformidad u oposición para la adquisición o donación, ampliación y/o renovación de Licencias de Software Propietario en entidades públicas.
- ✓ Miembro activo del Comité Plurinacional de Tecnologías de Información y Comunicación – COPLUTIC (<https://coplutic.gob.bo/>)⁶⁹.

⁶⁸ FUNDEMPRESA opera el Registro de Comercio en todo el territorio nacional, Es un servicio público que otorga la Matrícula de Comercio a las empresas unipersonales y sociedades comerciales para habilitar el ejercicio legal de sus actividades empresariales. <https://www.fundempresa.org.bo/atencion-al-usuario/preguntas-frecuentes/>.

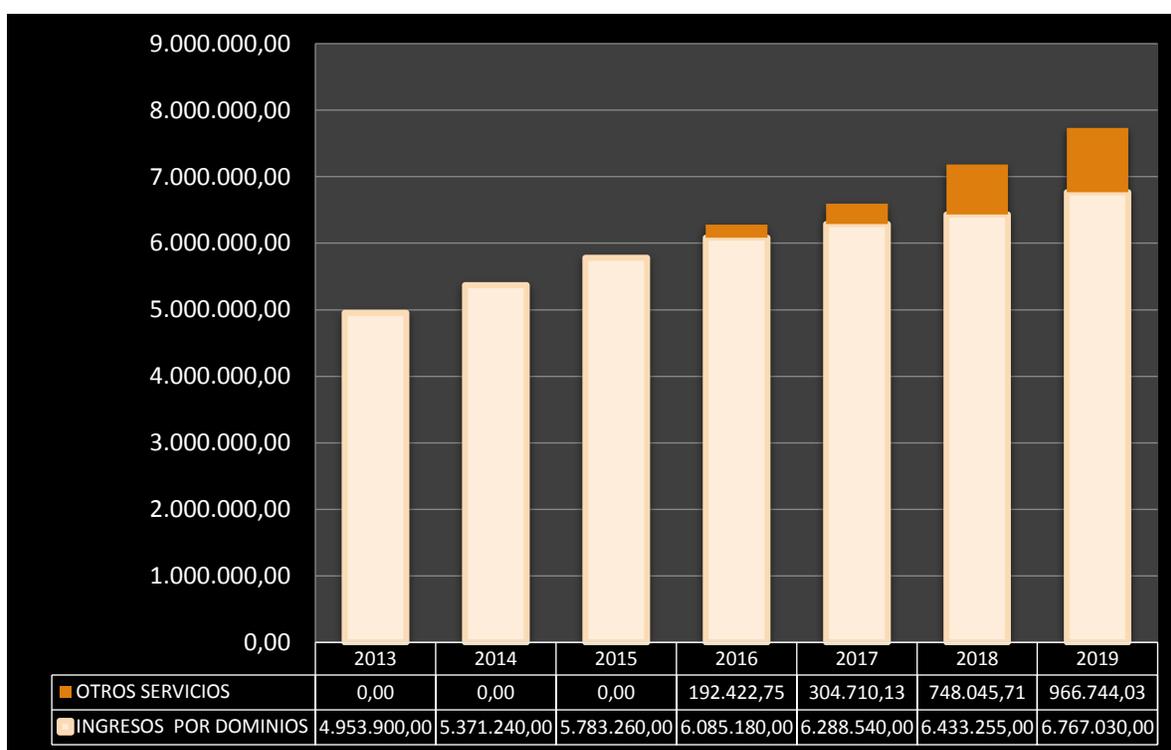
⁶⁹ https://adsib.gob.bo/portal_frontend/contenidos/marco-legal

La ADSIB a pesar de tener otros servicios a la venta como se indicó anteriormente, su principal exponente es la venta de los dominios.bo.

Hasta la gestión 2015, los dominios .bo, representaba el 100% de sus ingresos en venta de servicios para la ADSIB, desde la gestión 2016, éxito una variación por la venta de otros servicios como la firma digital, representando un 96.93%, de los ingresos por la venta de los dominios.bo, en la gestión 2017 representaron un 95,38%, en la gestión 2018 un promedio de 89,58% y la gestión 2019 representaron un promedio del 87,50% del total de ingresos por la venta de servicios.

Los demás servicio que tiene la ADSIB a la venta con el tiempo van adquiriendo un crecimiento pero paulatino.

GRAFICO 3.1.: Ingresos de la ADSIB
(En miles de Bolivianos)

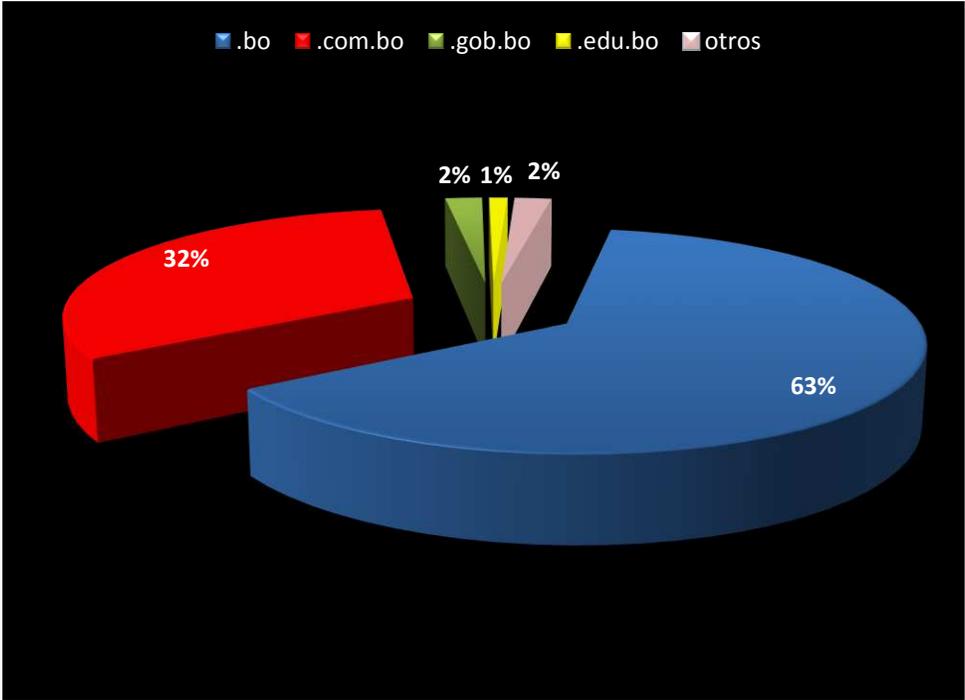


Fuente: Elaboración propia datos ADSIB

Estos ingresos por la venta de servicios permiten la sostenibilidad de la ADSIB y poder contribuir a la reducción de la brecha digital en el Estado Plurinacional de Bolivia.

Para la ADSIB de los 42 dominios disponibles que tiene, existen dos que son los más representativos estos son: el .bo con una tarifa de Bs. 980,00 que es el segundo más vendido pero representa un promedio del 63% del total de ingresos y el .com,bo con una tarifa de Bs. 280, que es el dominio más vendido pero representa el 32% de los ingresos por la venta del servicio de los dominios.bo y los demás tienen un participación menor en los ingresos como el gob.bo representan el 2% con una tarifa de Bs. 500,00 recordando que es un dominio restringido solo para instituciones públicas, el edu.bo el 1% con una tarifa de Bs. 280,00 y todos lo demás dominios un 2%.

GRAFICO 3.2.: Los dominios más representativos en los Ingresos de la ADSIB



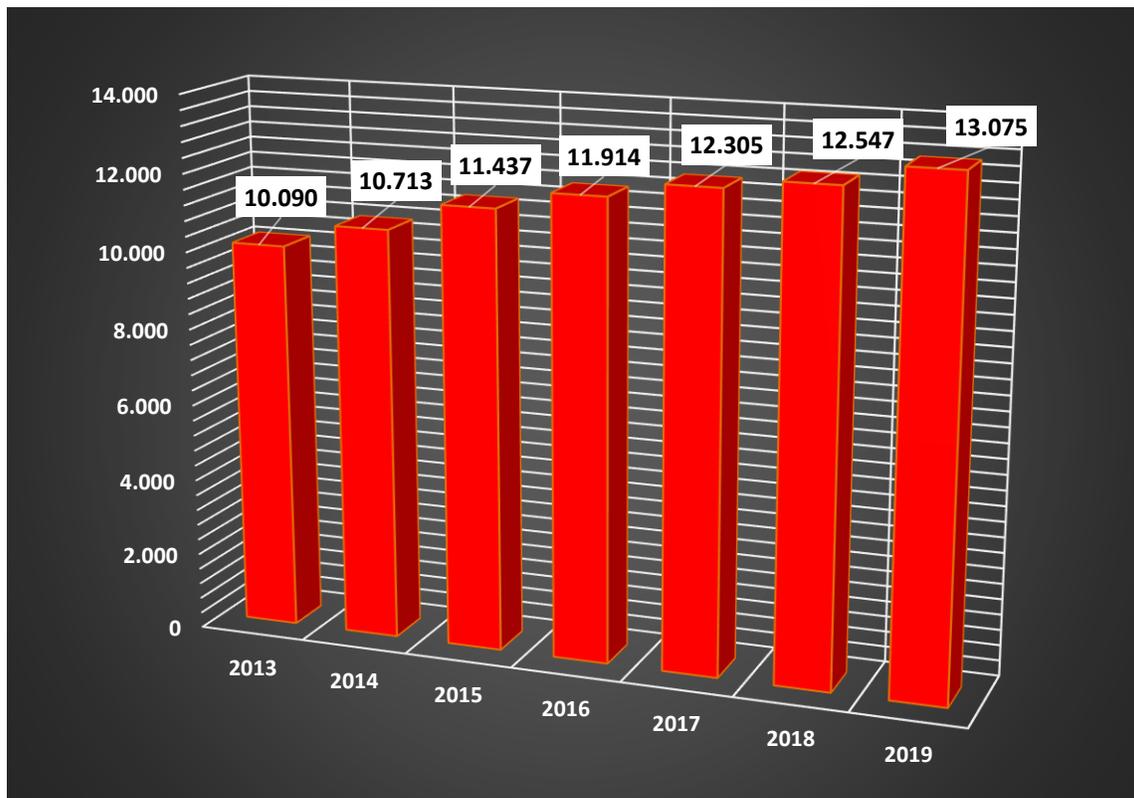
Fuente: Elaboración propia datos ADSIB

Crecimiento de los dominios .BO en la ADSIB.

En la base de datos que tiene la ADSIB, se puede percatar que los dominios .bo tuvieron un promedio en crecimiento de 4,22% desde la gestión 2013 a la gestión 2019.

En la gestión 2013 se tenía registrado 10.090,00 dominios, en la gestión 2014 existió un crecimiento de 5.82% registrando 10.073,00 dominios, en la gestión 2015 existió un crecimiento de 6.33% representando la gestión que más registro se tuvo, En la gestión 2016 creció un 4,00%, gestión 2017 se registró un crecimiento de 3.18%, En la gestión 2018 se registraron 12.547,00 dominios representando un crecimiento de 1.93% esta es la gestión de menor crecimiento, terminando en la gestión 2019 con 13,075,00 dominios registrados.

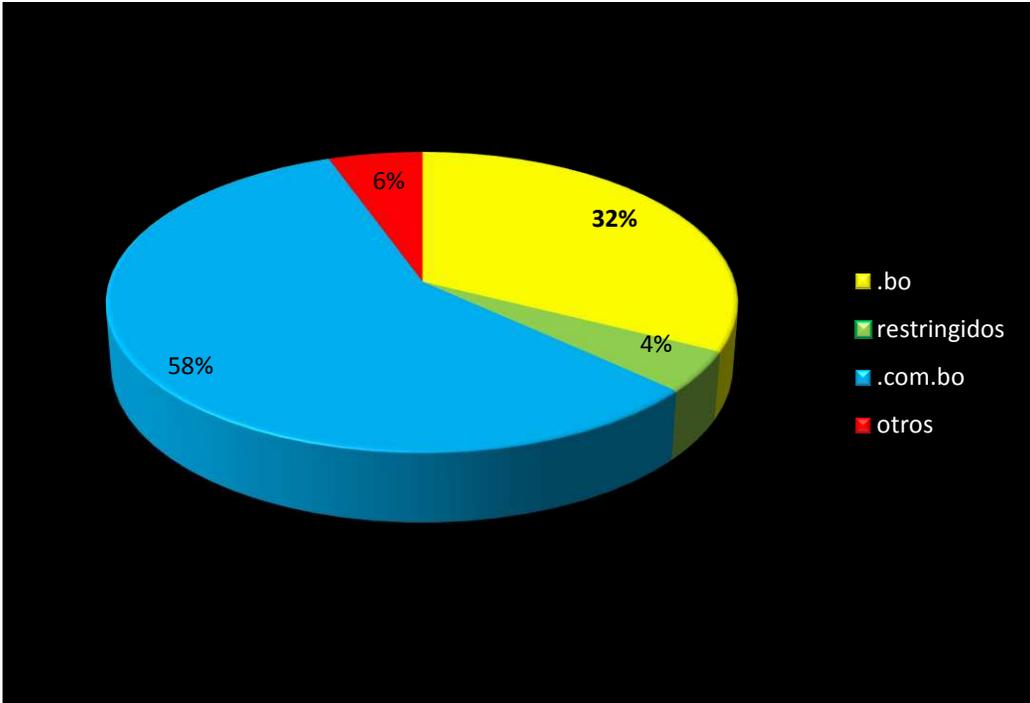
GRAFICO 3.3.: Crecimiento de los dominios .bo
(En cantidad de dominios)



Fuente: Elaboración propia datos ADSIB

De los 42 dominios disponibles que tiene la ADSIB en todos sus niveles, se puede notar un preferencia en la cartera de clientes al dominios .com.bo de un 58%, en segundo lugar tenemos al .bo con 32%, todos los demás dominios suman el 6%. No podemos dejar de lado a los dominios restringidos que están reservados mediante Decreto Supremo Nro. 1391, como lo señalamos en el anterior capitulo, estos representa un 4%.

GRAFICO 3.4: Preferencia de los dominios
(En porcentaje cantidad de dominios)



Fuente: Elaboración propia datos ADSIB

La diferencia que existe es la tarifa es significativa ya que el dominio.com.bo está a una tarifa de Bs. 280,00 y el punto .bo está a Bs. 980,00. Esta diferencia hace que muchas empresas no puedan adquirir un dominio .bo. A pesar que la ADSIB en la gestión 2016 creo los dominios de Interés Social a una tarifa de Bs. 55,00 hasta finales de la gestión 2019 solo existían 202 registros de estos dominios.

Uno de los factores determinantes para la adquisición de los dominios.bo, es la accesibilidad del internet que existe en nuestro país. Otro factor es la tarifa que se

tiene por la venta de este servicio ya que para muchas empresas es un gasto no contemplado por último es la falta de conocimiento ya que no solo es comprar el dominio para habilitar la página en internet se debe erogar en otros gastos como la compra del Hosting⁷⁰.

3.3. Conexiones de Internet en Bolivia.

El internet ha conseguido proporcionar acceso a cualquier tipo de información de manera instantánea. Permite que la gente se comunique independientemente de donde viva y facilita las tareas educativas y burocráticas para hacerlas más accesibles a cualquiera.

La importancia del internet en el ámbito empresarial va mucho más allá del contacto con los clientes. La web es un medio eficaz para la divulgación de la marca, ayuda a conocer mejor el perfil del público objetivo y permite negociaciones con personas que están del otro lado del mundo.

El uso de las telecomunicaciones y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en Bolivia tiene implicaciones científicas, sociales y culturales importantes. Como en el resto del mundo, las telecomunicaciones constituyen uno de los pilares fundamentales del desarrollo social y económico, ya que son la herramienta del flujo de información y el mecanismo usado para adquirir y aplicar el conocimiento.

A escala mundial, en la última década el uso de Internet ha crecido de manera acelerada, tanto en el número de usuarios como en la velocidad de acceso; al mismo ritmo.

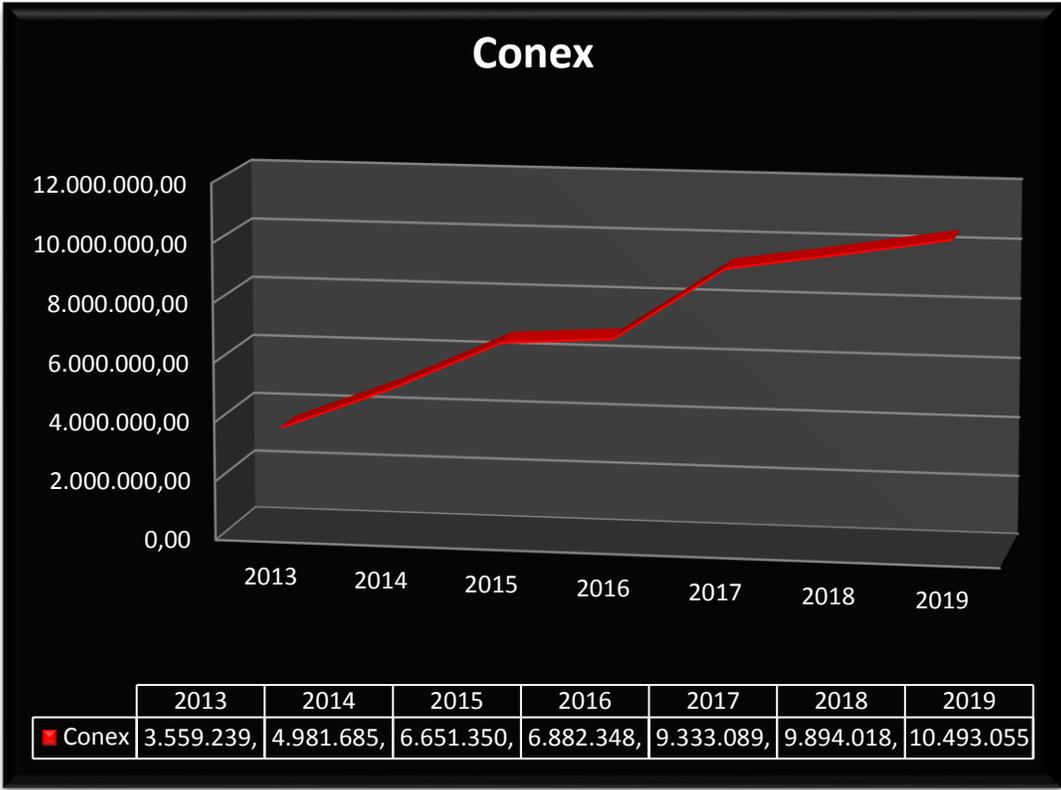
Puede decirse con toda propiedad que el uso y acceso a las TIC y a Internet son una necesidad primaria e importante para cualquier país, y deberían ser considerados fundamentales en sus planes de desarrollo.

⁷⁰ Hosting o alojamiento web es el espacio de almacenamiento que necesitas para guardar los archivos de tu página web y que así pueda estar visible en internet. En tanto, el dominio es la dirección que los usuarios escriben en el navegador y sirve para identificar y acceder al sitio web.

El Servicio de acceso al Internet en Bolivia está a cargo de diferentes proveedores estos son: ENTEL S.A., VIVA, TIGO, COTAS R.L., COMTECO R.L., COTEL R.L., AXS BOLIVIA S.A., DIGITALWORK, DIGITAL TV CABLE, EDMUND y MEGALINK S.R.L, todas registradas en la ATT.

En los últimos años las conexiones de internet realizadas por las empresas proveedoras de internet incrementaron considerablemente registrando en la gestión 2019 la cantidad de 10.493.055,00 según datos de la ATT⁷¹.

GRAFICO 3.5.: Conexiones del Internet
(En cantidad de conexiones de Internet)



Fuente: Elaboración propia datos ATT

El crecimiento exponencial de las conexiones de Internet en el país de más de diez millones reportadas por la Autoridad de Regulación y Fiscalización de

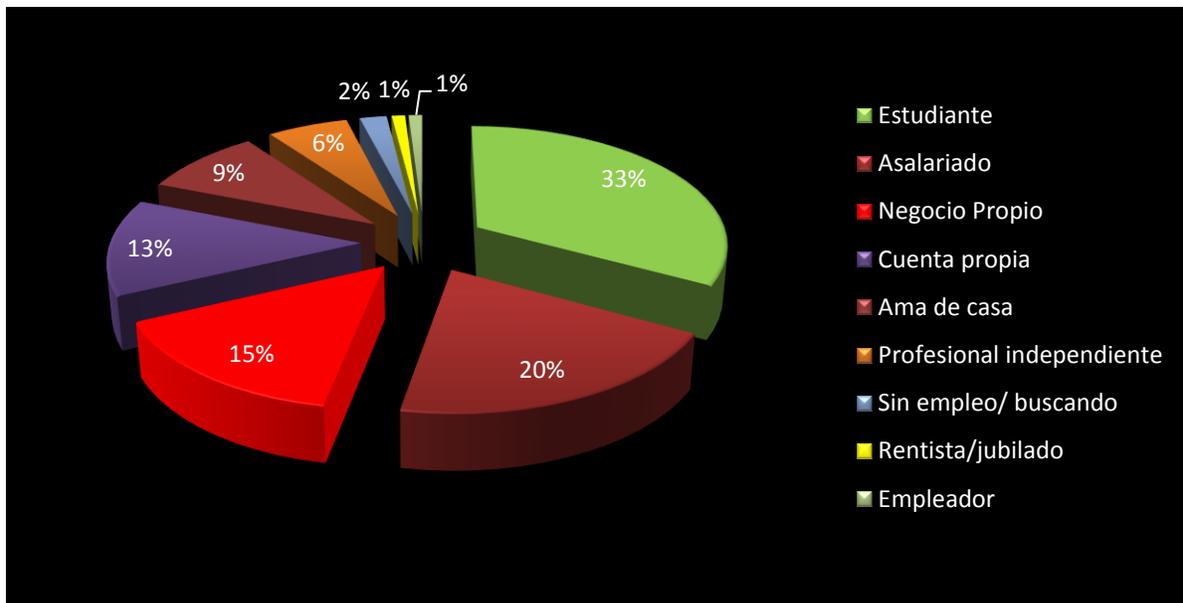
⁷¹ La Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes ATT, regula, fiscaliza, autoriza y supervisa las actividades de telecomunicaciones, transportes, TICs y servicio postal, en aplicación a la Ley N° 164 “Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación”

Telecomunicaciones y Transportes ATT en la gestión 2019, no ha tenido la misma repercusión en la generación de sitios web bolivianos.

En la ADSIB, en la misma gestión se tenía 13,075 dominios registrados en el dominio .bo. Como pudimos evidenciar en el GRAFICO Nro. 3.2.: Crecimiento de los dominios .bo.

Se debe aclarar que las conexiones del Internet no solo son de manera empresarial, con referencia a la población a la distribución de los consumidores del internet mayores de 14 años según categoría ocupacional, la mayor proporción corresponde a la categoría “estudiante” con el 33 %. Sin embargo, a partir de los datos se puede establecer que la población que puede adquirir un dominio corresponde a un 55% del total ya que engloba las categorías de asalariados, negocio propio, cuenta propia, profesional independiente y empleador.

**GRAFICO 3.6.: Porcentaje de la población que utiliza el internet según categoría ocupacional
(En porcentaje cantidad de población)**



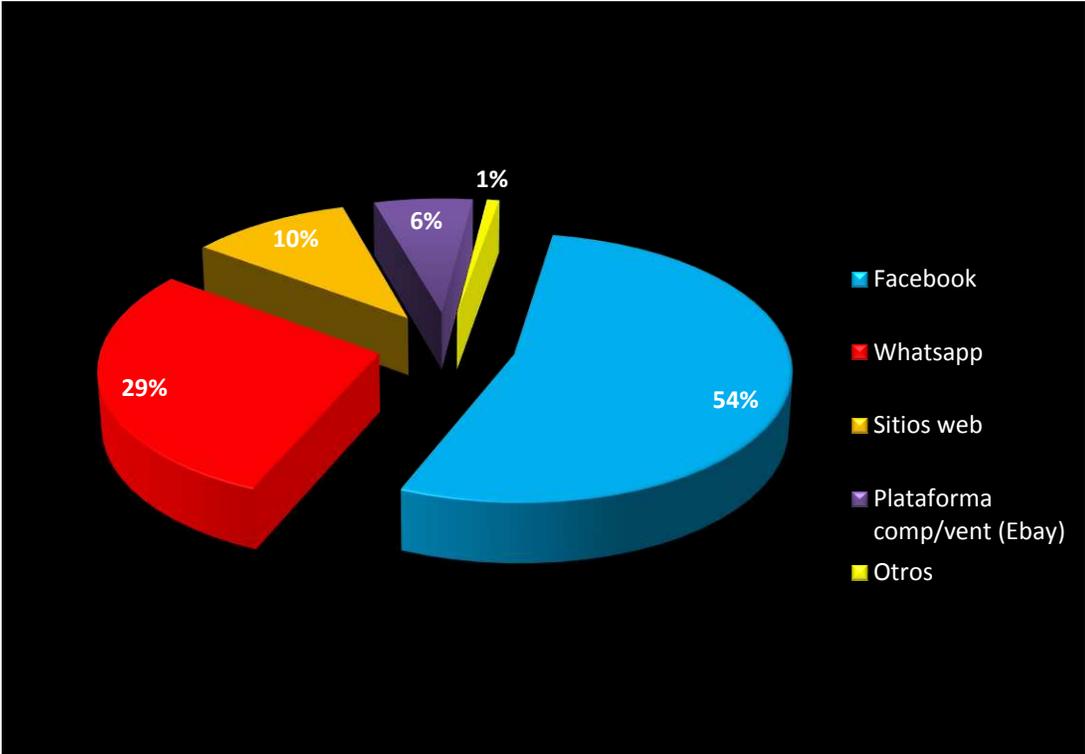
Fuente: Elaboración propia datos AGETIC⁷²

⁷² La Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC) es una institución pública descentralizada del Ministerio de la Presidencia de Bolivia. Tiene entre sus atribuciones la

Si bien existe un monopolio por parte de la ADSIB, en la venta de los dominios .bo, la población que quiere adquirir un dominio tiene que cancelar una tarifa en un rango entre los Bs. 55,00 y Bs. 980,00. Tarifa que muchas empresas no están dispuestas a pagar.

Por esta situación la población u empresa que quieren hacer conocer sus productos o emprendimientos de manera gratuita lo realiza por otros dominios tal es el caso del Facebook.com que tiene un dominio a nivel mundial creado para el contacto con personas de la misma manera, está el WhatsApp y otras plataformas de compra y venta como el eBay.

GRAFICO 3.7.: Aplicaciones utilizadas para ofertar productos o servicios en Internet



Fuente: Elaboración propia datos AGETIC

El 10% de toda la población que utiliza el internet para ofrecer sus productos o servicios han adquirido un dominio .bo. Es un porcentaje pequeño debido al costo

implementación de políticas, planes y estrategias de Gobierno Electrónico y de Tecnologías de la Información y la Comunicación, para las entidades del Estado.

que equivale al adquirir un dominio, otro factores es la falta de conocimiento de las tarifas y los dominios disponibles.

3.4. Registro de empresas en Bolivia.

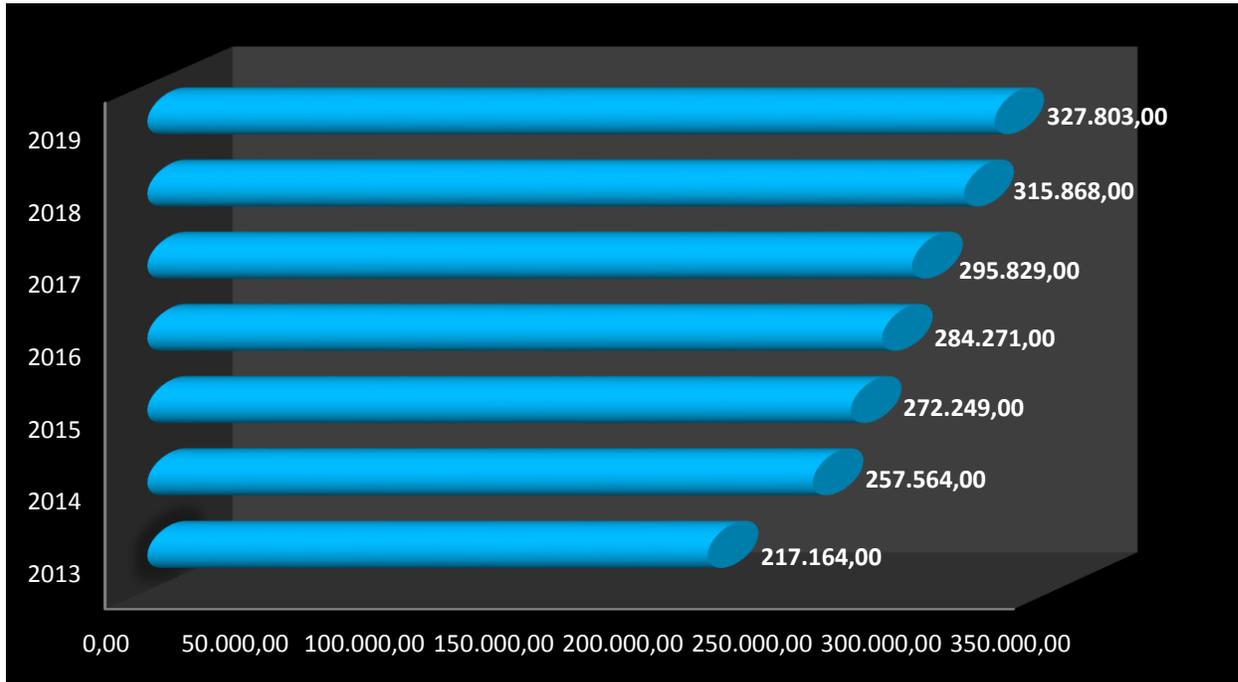
Un dominio es la carta de presentación de un negocio digital. O en términos más simples, es el nombre que registra a un sitio web en Internet. Hay un dominio para todo tipo de empresa o circunstancia, y ese es el que definirá cómo será encontrada la empresa por los usuarios. Por eso es muy importante que, además de ser llamativo, tu dominio hable de tu negocio.

El dominio para una empresa es un identificador de tu página web, un instrumento que permite dar a conocer la marca, los productos y los servicios que se ofrece en la red. Pero además, al registrarlo, te permitirá proteger el nombre de tu negocio de manera que nadie pueda utilizarlo.

Por este motivo es importante la cantidad de empresas que están registradas en nuestro país. En el periodo de estudio que comprende desde la gestión 2013 a la gestión 2019.

Hubo un crecimiento en el registro de Empresas tomando los datos de Fundempresa que es la entidad de operar el Registro de Comercio en todo el territorio nacional. Bajo estos parámetros en la gestión 2014 existió un crecimiento de un promedio de 18.60% con referencia a la gestión 2013, Este crecimiento fue el mayor en todo el periodo de estudio. En la gestión 2015 hubo un crecimiento 5.70%, en la gestión 2016 creció un promedio 4.42%, en la gestión 2017 el crecimiento un 4,07%, en la gestión 2018 el crecimiento fue mayor a los tres periodos anteriores con un 6.77%. Pero en la gestión 2019 se registraron 327.803,00 empresas representando un crecimiento de 3,78% con referencia a la gestión anterior, esta fue la gestión de menor crecimiento en el periodo de estudio.

**GRAFICO 3.8.: Crecimiento de las empresas
(En Cantidad de Empresas)el**



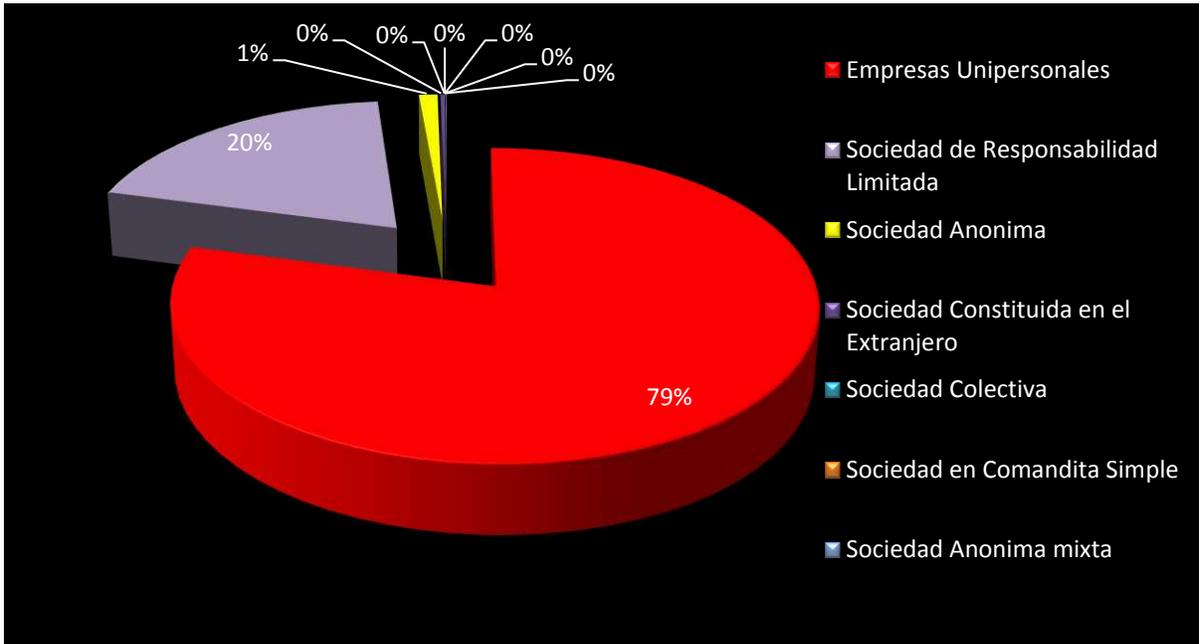
Fuente: Elaboración propia datos FUDEEMPRESA

De los diferentes tipos societarios que existen en Bolivia en la gestión 2019, el mayor registro se encuentra en las Empresas Unipersonales con el 79% del total de las empresas registradas esto representan 259.587, 00 empresas activas en Bolivia. En segundo lugar tenemos a la Sociedad de Responsabilidad Limitada representado un 20% del registro de empresas. Y las demás corresponden al 1%.

Si bien se registra un acelerado crecimiento de nuevos emprendimientos, el 79 por ciento del total de las empresas existentes en Bolivia son unipersonales, que se caracterizan principalmente por ser de comercio e individuales o emprendimientos familiares.

Estas al ser creaciones nuevas no tiene en su mayoría el presupuesto de un dominio.bo, por la tarifa que con lleva y la falta de conocimiento que se tiene para la adquisición de estos sitios web.bo. La mayoría de estas empresas realiza su publicidad mediante páginas gratuitas como el Facebook, watzap y otras plataformas.

GRAFICO 3.9. Empresas según tipo societario gestión 2019
(En Cantidad de Empresas)



Fuente: Elaboración propia datos FUDEEMPRESA

3.5. Tarifas de los dominios de la región

Como mencionamos en párrafos anteriores existen 42 tipos de dominios .bo, pero en el tema de preferencia existen dos que son las más representativas él .bo con una tarifa de Bs. 980,00 y el .com.bo con una tarifa de Bs. 280,00. Estos dos dominios representan el 90% de preferencia como lo pudimos observar en el Grafico Nro. 3.4.

Tomando en cuenta que estos dos dominios son los más representativos tanto en preferencia como en ingresos que representa para la ADSIB. Analizaremos sus tarifas a nivel región realizando una comparación con algunos países.

Para este punto tomaremos en cuenta las paginas oficiales de cada país avaladas con la ICAN, que es la corporación global no lucrativa que supervisa la dirección del nombres de dominio.

El dominio .bo es el único dentro del grupo de segundo nivel con una tarifa de Bs.980,00. Esta es el dominio de mayor costo que tiene la ADSIB.

CUADRO 3.1.: Cuadro comparativo de las tarifas de la región en los dominios de segundo nivel gestión 2019.

PAIS	DOMINIO	PRECIO MONEDA LOCAL PAIS	PRECIO EN DOLARES	PRECIO EN Bs.
Argentina	.ar	540,00 peso	5,48	255,64
Bolivia	.bo	980,00 bolivianos	140,81	980,04
Chile	.cl	9.950,00 pesos	13,22	92,01
Colombia	.co	75.000,00 pesos	19,90	138,50
Ecuador	.ec	35,00 dólares	35,00	243,60
Paraguay	.py	160,00 guaraní	23,29	162,10
Perú	.pe	110,00 soles	27,88	194,04
Uruguay	.uy	25,00 dólares	25,00	174,00
Venezuela	.ve	51.513.629,64 Bolívar	14,40	100,22

Fuente: Elaboración propia datos de las NIC de los diferentes países.

Como podemos observar en el cuadro anterior los dominios .bo son los que tiene la tarifa más alta de la región con 980,00 bolivianos equivalente a 140.81 dólares y la tarifa más baja es el dominio de Argentina con una tarifa de 540,00 pesos argentinos equivalente a 5,48 dólares.

Esta diferencia es abismal entre ambas tarifas, pero debemos tomar en cuenta que la ADSIB, no es una empresa, es una entidad pública, descentralizada, pero bajo la tuición de la Vicepresidencia de la República, que no recibe fondos del Tesoro Nacional. Subsiste y vive de la administración y registro de los dominios nacionales esto le genera un ingreso que le permite subsistir a la Agencia ya que esta debe ser sustentable.

Debemos considerar que, en otros países como la Argentina, Chile y otros son administrados por entidades Gubernamentales, pero estas empresas administradores de los dominios perciben recursos de sus Gobiernos ya que sus políticas no es vender sino difundir por el mundo la marca de su país.

Esta diferencia en las tarifas no le permite crecer a los dominios de segundo nivel .bo ya que es la tarifa más alta de toda la región, la mayor parte de los clientes que

adquieren este dominio son las empresas internacionales y las empresas de mayor renombre como la cervecera Boliviana Nacional, coca cola, entre las más importantes.

Para una empresa comercial que quiere tener un dominio con la marca del país, y no tiene los Bs. 980 para adquirir un dominio .bo, busca otras alternativas y entre las más preferidas está el .com.bo que es dominio de tercer nivel para empresas comerciales, pero tiene un precio más bajo de Bs. 280,00. Por esta razón es el dominio preferido dentro de los clientes en la ADSIB.

En la ADSIB el DOMINIO más adquirido es el .com.bo que representa el 58% de todos los dominios vendidos Pero comparando con los dominios comerciales .com de tercer nivel, similares con marca de cada país en nuestra región el com.bo, sigue teniendo la tarifa más alta.

CUADRO 3.2.: Cuadro comparativo de las tarifas del .com.bo con las tarifas de la región gestión 2019

PAIS	DOMINIO	PRECIO MONEDA LOCAL PAIS	PRECIO EN DOLARES	PRECIO EN Bs.
Argentina	com.ar	270,00 peso	2,81	19,57
Bolivia	com.bo	280,00 bolivianos	40,23	280,00
Brasil	com.br	40,00 reales	7,66	53,34
Colombia	com.co	25.000,00 pesos	6,50	45,24
Ecuador	com.ec	35,00 dólares	35,00	243,60
Paraguay	com.py	160,00 guaraní	23,29	162,10
Perú	com.pe	110,00 soles	27,88	194,04
Uruguay	com.uy	25,00 dólares	25,00	174,00
Venezuela	com.ve	51.513.629,64 Bolívar	14,40	100,22

Fuente: Elaboración propia datos de las NIC de los diferentes países

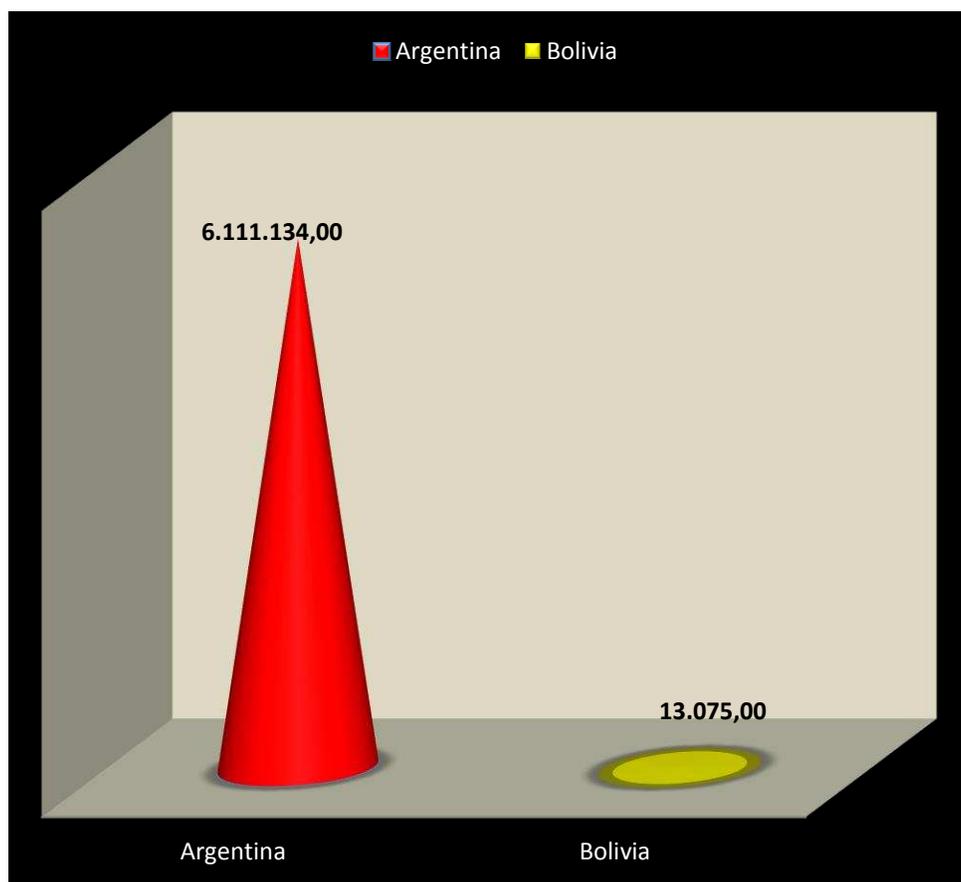
La tarifa más baja de la región sigue siendo la de nic.ar que pertenece a Argentina porque aunque lo compraremos un dominio de interés social que son los dominios de tarifa más baja que tiene la ADSIB, esto representa a \$US 7.99. (Dólares

americanos) Cuando en Argentina podemos encontrar dominios de \$us. 2.81 (Dólares americanos).

Esto también hace que la cantidad de dominios que tiene NIC. Argentina es mayor a la que tiene la NIC.Bolivia.

GRAFICO 3.10.: Cuadro comparativo cantidad de dominios de Argentina y Bolivia gestión 2019

(En cantidad de dominios)



Fuente: Elaboración propia con datos oficiales de la páginas oficiales de cada país

En el caso argentino la organización promotora se encuentra directamente a cargo del poder ejecutivo. Donde el gobierno tiene un poder en decisión y esta situación levanta dudas respecto de su efectividad para llevar a cabo las tareas necesarias.

Una de las características llamativas de NIC.ar, es que se debe cancelar una tarifa reducida prácticamente es la tarifa del registro por la inscripción del dominio.ar ya que el precio es casi inexistente.

Al existir una tarifa reducida en los dominios.ar existente muchos registros generando un beneficio a intermediarios en la reventa de los dominios. Esto provocó que NIC.ar genere límites en el registro de los dominios.ar.

Una empresa Argentina la inversión más alta es el Hosting que es el sitio de alquiler de los dominios adquiridos. Esto ya es una política de Estado para que los dominio .ar tenga una mayor marca a nivel mundial.

Para concluir el tema de los dominios .com que es un dominio para empresas comerciales debemos aclarar que en nuestro país muchas empresas optan por adquirir un dominio **.com** sin la marca del país.

Esto lo realizan mediante empresas registradas directamente con la ICAN, sin ninguna contacto con la ADSIB ya que la tarifa que ofrecen las diferentes empresas que venden estos dominios lo realizan a un costo menor.

CUADRO 3.3.: Cuadro comparativo de las tarifas del .com.bo a un .com

EMPRESA	DOMINIO	PRECIO EN DOLARES	PRECIO EN Bs.
ADSIB	.com.bo	40,23	280,00
Webhosting	.com	13,00	90,48
Donweb	.com	9,99	69,53
Hostdrom	.com	11,99	83,45
Marcaria	.com	13,00	90,48
Registroscom	.com	12,95	90,13

Fuente: Elaboración propia con datos oficiales de la páginas de cada empresa

Como podemos ver en el cuadro 3.3 existen muchas empresas a nivel internacional que ofrecen la venta del dominio .com y que lo podemos adquirir de una manera sencilla y rápida adicionalmente asesoran sobre el tema de Hosting y la elaboración

de la página de presentación de la empresa claro que todo esto tiene un costo adicional dependiendo de la empresa.

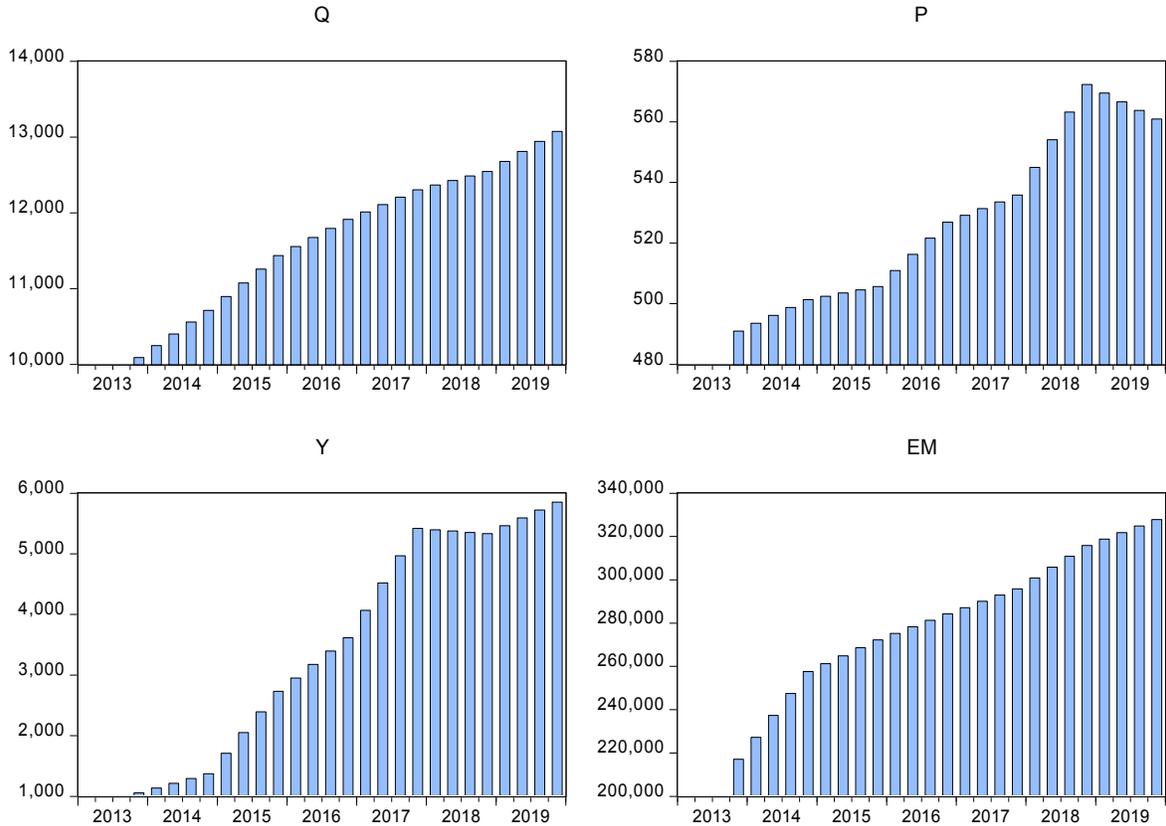
3.6. Análisis Empírico

3.6.1. Análisis de los dominios y la relación en el mercado

Análisis preliminar

A continuación se realiza el análisis de las variables la cantidad total de dominios, precio de dominios, las conexiones de internet, número de empresas con registro y cantidad total de dominios rezagada en lo que se puede observar que se muestra evoluciones positivas en el periodo de análisis.

**GRAFICO 3.11.: Variables del modelo en frecuencias
(Periodo 2014 – 2019, frecuencia trimestral)**



Por otro lado, la inspección a los estadísticos de las variables presentan comportamientos estables y se presenta el siguiente cuadro de reporte de información:

CUADRO 3.4.: Estadísticos principales de las variables

	Q	P	Y	EM
Mean	11743.06	527.9262	3646.520	282621.7
Median	11914.00	526.9097	3617.000	284271.0
Maximum	13075.00	572.3520	5854.000	327803.0
Minimum	10090.00	490.9713	1056.000	217164.0
Std. Dev.	885.8127	27.19965	1744.616	30426.31
Skewness	-0.375677	0.293311	-0.199757	-0.399688
Kurtosis	1.985841	1.663488	1.487285	2.428732
Jarque-Bera	1.659427	2.219156	2.549915	1.005571
Probability	0.436174	0.329698	0.279443	0.604844
Sum	293576.5	13198.15	91163.00	7065542.
Sum Sq. Dev.	18831941	17755.70	73048409	2.22E+10
Observations	25	25	25	25

Especificación del modelo econométrico

La especificación matemática del modelo econométrico se representa de la siguiente forma que contiene una variable endógena y cuatro variables exógenas más una perturbación aleatoria que se distribuye de forma normal con media cero y varianza constante.

$$y = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 \times x_1 + \hat{\beta}_2 \times x_2 + \hat{\beta}_3 \times x_3 + \hat{\beta}_3 \times y_{t-1} + \varepsilon_t; \sim N(0, \sigma^2)$$

Resultados de la estimación econométrica:

Los resultados de la estimación econométrica muestran los siguientes resultados todas las variables se representan en forma logarítmica (se interpreta como elasticidades) los resultados entre paréntesis muestran las desviaciones estándar y los valores “t” de significancia estadística, además del coeficiente de determinación y el estadístico de prueba de global del modelo.⁷³

⁷³ También véase las regresiones del modelo econométrico.

$$DQ = 291,84 - 3.00 \times DP + 0.03 \times DY + 0.00 \times DEM + 0.83 \times DQ_{(t-1)} \varepsilon_t; \sim N(0, \sigma^2)$$

Conforme a la teoría económica se registra una función que presenta una relación negativa entre el precio y la cantidad de dominios en funcionamiento, esto quiere decir que una variación en el precio impacta negativamente en la cantidad de dominios, por otro lado, las conexiones de internet presentan incrementos ante el aumento de dominios relación positiva.

Estadísticos de ajuste del modelo:

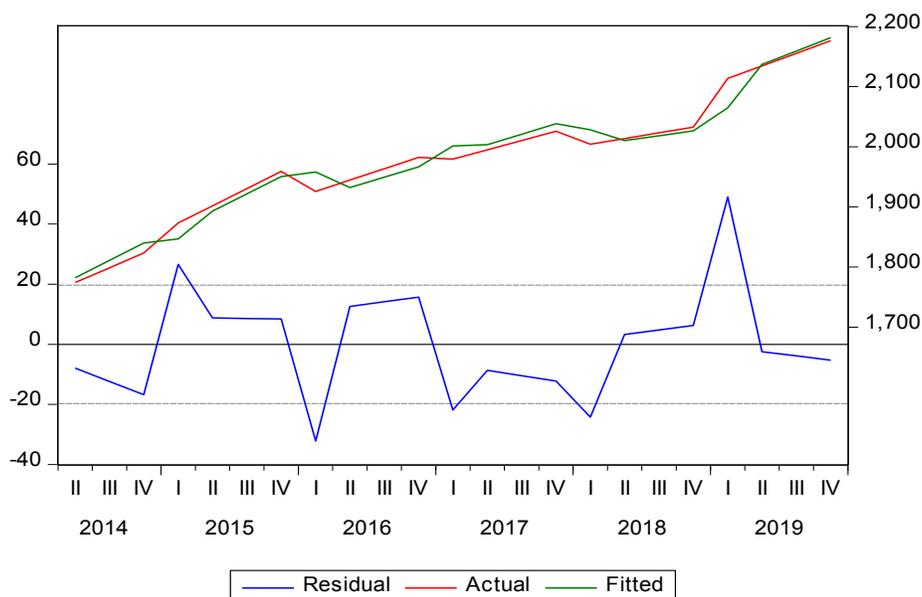
$$R^2 = 0.97$$

$$DW = 1.84$$

$$F - statistic(0.000000) = 153.64$$

Los ajustes en los residuos del modelo y la variable observada y predicha de modelo se muestran en el grafico 3.12., el cual corrobora que efectivamente el modelo estimado es el correcto y que no tiene problemas en el ajuste y la predicción de comportamiento global del modelo.

GRAFICO 3.12.: Ajustes en los residuos y variables del modelo



Descripción de variables

A continuación, se describe de forma individual las variables especificadas en el modelo econométrico.

Variable dependiente

- **DQ_t**: Representa la cantidad total de dominios para el periodo 2014 al 2019 en frecuencia trimestral diferenciadas.

Variabes independientes.

- **DP_t**: Representa el precio de dominios para el periodo 2014 al 2019 en frecuencia trimestral diferenciadas.
- **DY_t**: Representa las conexiones de internet a nivel nacional para el periodo 2014 al 2019 en frecuencia trimestral diferenciadas.
- **DEM_t**: Representa el número de empresas con registro para el periodo 2014 al 2019 en frecuencia trimestral diferenciadas.
- **DQ_(t-1)**: Representa la cantidad total de dominios rezagada en un periodo para el periodo 2014 al 2019 en frecuencia trimestral diferenciadas.

Interpretación de los resultados del modelo econométricos:

$$DQ = 291,84 - 3.00 \times DP + 0.03 \times DY + 0.00 \times DEM + 0.83 \times DQ_{(t-1)} \varepsilon_t; \sim N(0, \sigma^2)$$

- Por cada unidad porcentual de incremento en el precio de los dominios se registra una disminución de 3% de la cantidad de dominios requeridos los cuales son estadísticamente significativo con error mínimo y convergentemente estable.

- Por cada unidad de incremento en la en las conexiones de internet se registra un crecimiento de 0.03% del requerimiento de dominios, el mismo es estadísticamente significativo con error mínimo y convergentemente estable.
- Por cada unidad de nuevas empresas el número de dominios crece en un 0.0058% estadísticamente significativo con error mínimo y convergentemente estable.
- Así mismo se estima un rezago en la cantidad de dominios que impacta en 0.83 es decir el comportamiento de los dominios de periodos anteriores afectara a la cantad de dominios futuros.

En general los resultados muestran que la cantidad de dominios registrados por la ADSIB en los últimos cinco años han registrado incrementos en cuanto a su adquisición y requerimiento por parte de las empresas, siendo una variable fundamental el precio establecido, puesto que esta variable definirá la adquisición del mismo. Por lo que la política de tarifas de los dominios que a futuro de realice determinara el número de nuevas adquisiciones y así mismo determinara el nivel de ingreso que la ADSIB llegue a obtener por este servicio.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES

CAPITULO IV

4. SECCION DE CONCLUSIONES

4.1. Conclusión General.

- ✓ Como pudimos observar en el presente trabajo los dominios son importantes para que las empresas hagan conocer sus productos y servicios a través de la web. La ADSIB, al ser la única entidad a nivel nacional que registra los dominios .bo, tiene un registro hasta la gestión 2019 de 13.075 dominios en todos sus niveles. Analizando esta cantidad se determina que las tarifas propuesta por la ADSIB si son determinantes para la adquisición de un dominio .bo, ya que muchas empresas no están dispuestas a pagar tarifas altas para la compra de un dominio buscando alternativas gratuitas como Facebook, WhatsApp y otras plataformas. Es importante la tarifa ya que un incremento de los precios por su sensibilidad impactara negativamente en el número de dominios que se registra actualmente.

4.2. Conclusión Específica

- ✓ La ADSIB como mencionamos, es una agencia estatal pero no percibe ingresos del Tesoro General de la Nación, ya que desde su creación indica que esta debe planificar su sostenibilidad y debe contribuir reducir la brecha digital. De igual manera en Ley N. 164 indica que el administrador de los dominios .bo, debe realizar su planificación, provisión, mantenimiento y desarrollo otorgando a la ADSIB, independencia de gestión administrativa y financiera. Por esta razón la ADSIB, para su sostenibilidad depende de la venta de sus servicios y analizando sus ingresos registrados de manera detallada se concluye que los dominios .bo es su mayor exponente como lo podemos observar en el Grafico Nro. 3.1. representando hasta la gestión 2015 el 100% de sus ingresos por la venta de servicios, en la gestión 2016, éxito una variación por la firma digital, representando un 96.93%, esto fue variando hasta la gestión 2019 representaron un promedio del 87,50%.

- ✓ En los últimos años las conexiones de internet se incrementaron registrando en la gestión 2019 la cantidad de 10.493.055,00, de estas conexiones solo un 55% son los que pueden adquirir un dominio que engloba las categorías de asalariados, negocio propio, cuenta propia, profesional independiente y empleador.

Pero de esta población solo el 10% utiliza un dominio como lo podemos observar en el Grafico Nr. 3.7. La mayoría de las empresa que quieren hacer conocer sus productos o emprendimientos de manera gratuita y lo realiza por otros dominios tal es el caso del Facebook, WhatsApp y otros plataformas de compra y venta como el eBay.

- ✓ Si bien se registra un acelerado crecimiento de nuevos emprendimientos, el 79 por ciento del total de las empresas existentes en Bolivia son unipersonales, que se caracterizan principalmente por ser de comercio e individuales o emprendimientos familiares.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- ✓ AHCINET. 30 años de telecomunicaciones en Latino América
- ✓ Barja Daza Grover. 15 Años de Reformas Estructurales en Bolivia Inversión y Productividad en la Industria Boliviana de telecomunicaciones. 2000.
- ✓ Gregorio José. Macroeconomía teoría y políticas. 2007.
- ✓ Joskowicz José. Breve historia de las telecomunicaciones.
- ✓ Katz Raúl. El papel de las TICs en el desarrollo. 2009.
- ✓ Landreth y Colander. Historia del Pensamiento económico. Cuarta edición.
- ✓ Castells Manuel. La Era de la Información Economía, Sociedad y Cultura Vol. 1.
- ✓ Mattelard Armand. Historia de la sociedad de la información.
- ✓ Katz Raúl. El papel de las TICs en el desarrollo propuesta de América Latina a los retos económicos actuales. 2008.
- ✓ Hernández Sampieri Roberto. Metodología de la investigación.
- ✓ Rubinfeld y Pindyck. Microeconomía.
- ✓ Salamanca Chuiver Eduardo. El cooperativismo y la capitalización de las telecomunicaciones.
- ✓ Velasco Gamal Amonzabel. Prospectiva de las telecomunicaciones en Bolivia. 2001.
- ✓ Velásquez Alquizaletth Clovis. Libro de oro de la evolución de las telecomunicaciones en Bolivia 1843 al 2002.
- ✓ Moya C. Rufino, Saravia A. Gregorio. Probabilidad e inferencia estadística «Edición Nro. 2.»
- ✓ Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, 2009.
- ✓ Ley Nro. 164, Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, 2011.
- ✓ Decreto Supremo Nro. 26553, Creación de ADSIB, 2002.
- ✓ Decreto Supremo Nro. 26624, Reglamento general para los dominios, 2002.
- ✓ Decreto Supremo Nro. 1391, Reglamento General a la Ley N° 164, 2011.

- ✓ Resolución Administrativa Nro. ADSIB/RA/0012/2008, Establece “dominios reservados”, (dominios que no se encuentran disponibles para compra), 2008.
- ✓ Resolución Administrativa Nro. ADSIB/RA/0013/2015, Propone la ADSIB la nueva tarifa y estructura de los dominios.bo, para su aprobación en la ATT, 2015.
- ✓ Resolución Administrativa Nro. ADSIB/RA/0023/2016, Se aprueba el nuevo tarifario incluyendo los dominios del tercer nivel de interés social, 2016.
- ✓ Eliana Quiroz Gutiérrez (coord.). BOLIVIA DIGITAL 15 miradas acerca de Internet y sociedad en Bolivia, 2016.
- ✓ Juan Benavides, Impacto de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en el Desarrollo y la Competitividad del País, 2011.
- ✓ Lic. Guillermo Sosa Ruiz, Controversias de nombre de Dominio, 2014.
- ✓ Carolina Aguerre, El desarrollo de la Comunidad de LACNIC Una historia en construcción, 2019.
- ✓ Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia, 2019.
- ✓ AGETIC, Estado de las Tecnologías de Información y Comunicación en el Estado Plurinacional de Bolivia, 2018.
- ✓ ATT, Estado de Situación del Internet en Bolivia, 2020.
- ✓ Campero Jose, Infraestructura de Telecomunicaciones y TIC en Bolivia, 2016.
- ✓ Centro de Estudios en Libertad de Expresión y Acceso a la Información, Nombres de dominio, 2017.
- ✓ ADSIB, Política de Solución de Controversias en materia de nombres de dominio registrados bajo el ccTLD .bo,

ANEXOS

ANEXO I

ESTIMACIONES ECONOMETRICAS

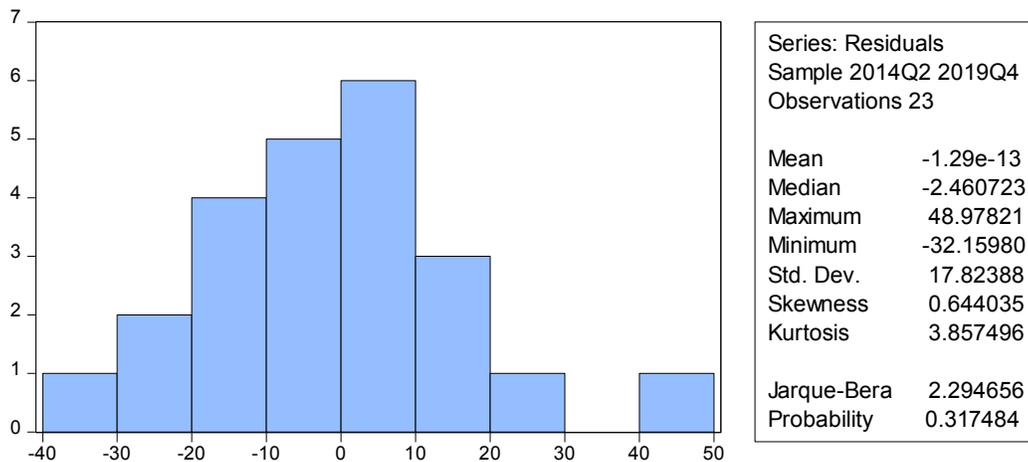
Dependent Variable: DQ
 Method: Least Squares
 Date: 09/15/21 Time: 20:22
 Sample (adjusted): 2014Q2 2019Q4
 Included observations: 23 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	291.8435	138.4933	2.107275	0.0494
DP	-3.002843	1.179493	-2.545877	0.0203
DY	0.039531	0.032081	1.232228	0.2337
DEM	0.005822	0.002549	2.283724	0.0348
DQ(-1)	0.831183	0.108467	7.662985	0.0000

R-squared	0.971545	Mean dependent var	1980.127
Adjusted R-squared	0.965221	S.D. dependent var	105.6627
S.E. of regression	19.70505	Akaike info criterion	8.989287
Sum squared resid	6989.199	Schwarz criterion	9.236133
Log likelihood	-98.37680	Hannan-Quinn criter.	9.051368
F-statistic	153.6434	Durbin-Watson stat	1.841674
Prob(F-statistic)	0.000000		

ANEXO II

PRUEBA DE NORMALIDAD EN RESIDUOS



ANEXO III

PRUEBA DE ESTABILIDAD EN LA AUTOCORRELACION

Date: 09/15/21 Time: 20:37

Sample: 2013Q1 2019Q4

Included observations: 23

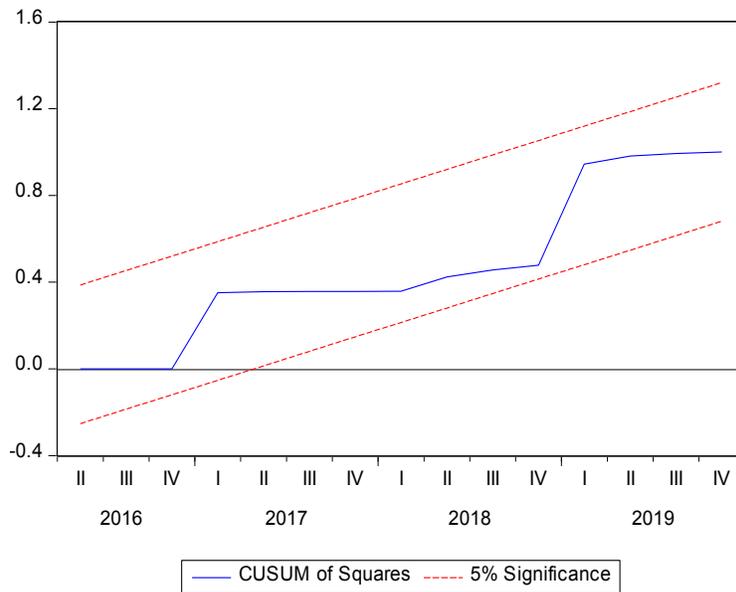
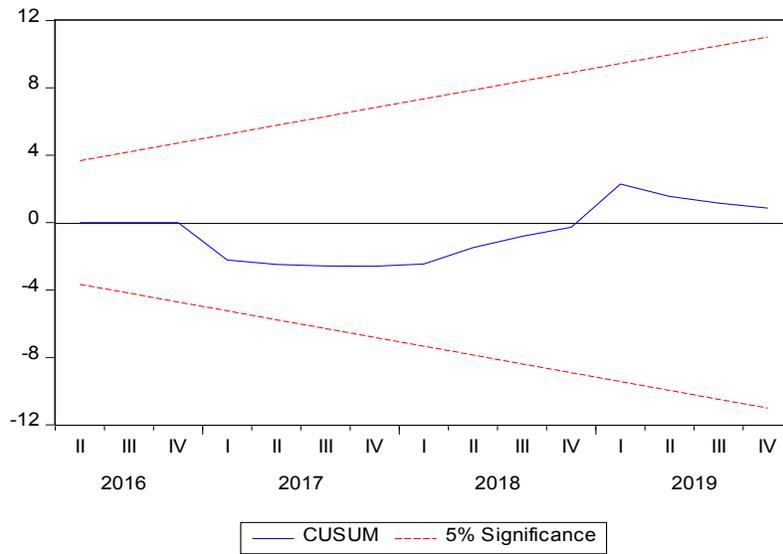
Q-statistic probabilities adjusted for 1 dynamic regressor

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob*	
		1	0.073	0.073	0.1380	0.710
		2	-0.060	-0.065	0.2357	0.889
		3	-0.180	-0.173	1.1703	0.760
		4	-0.204	-0.190	2.4295	0.657
		5	-0.056	-0.060	2.5292	0.772
		6	-0.043	-0.101	2.5924	0.858
		7	-0.032	-0.114	2.6289	0.917
		8	-0.193	-0.291	4.0564	0.852
		9	0.055	-0.018	4.1792	0.899
		10	0.062	-0.062	4.3494	0.930
		11	0.060	-0.091	4.5237	0.952

*Probabilities may not be valid for this equation specification.

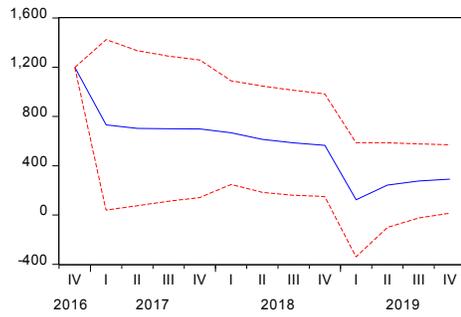
ANEXO IV

PRUEBA DE ESTABILIDAD PARAMETRICA

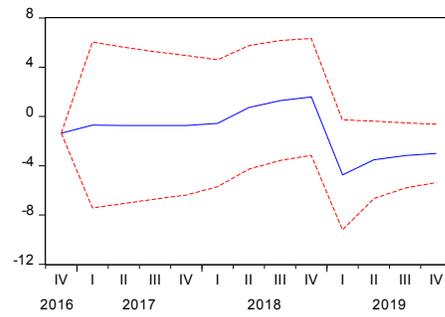


ANEXO V

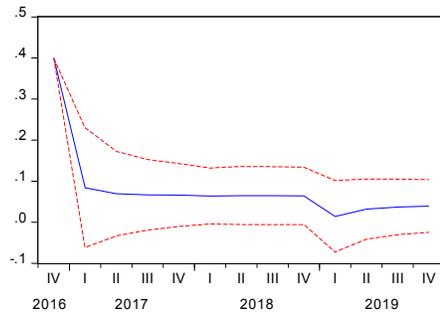
PRUEBA DE ESTABILIDAD EN RECURSIVIDAD EN PARAMETROS



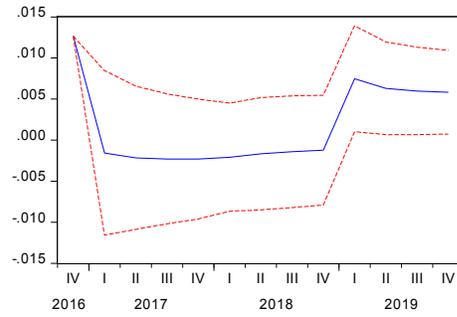
Recursive C(1) Estimates
± 2 S.E.



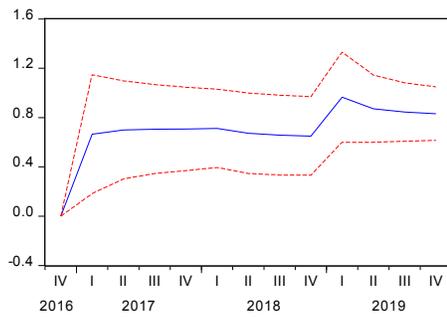
Recursive C(2) Estimates
± 2 S.E.



Recursive C(3) Estimates
± 2 S.E.



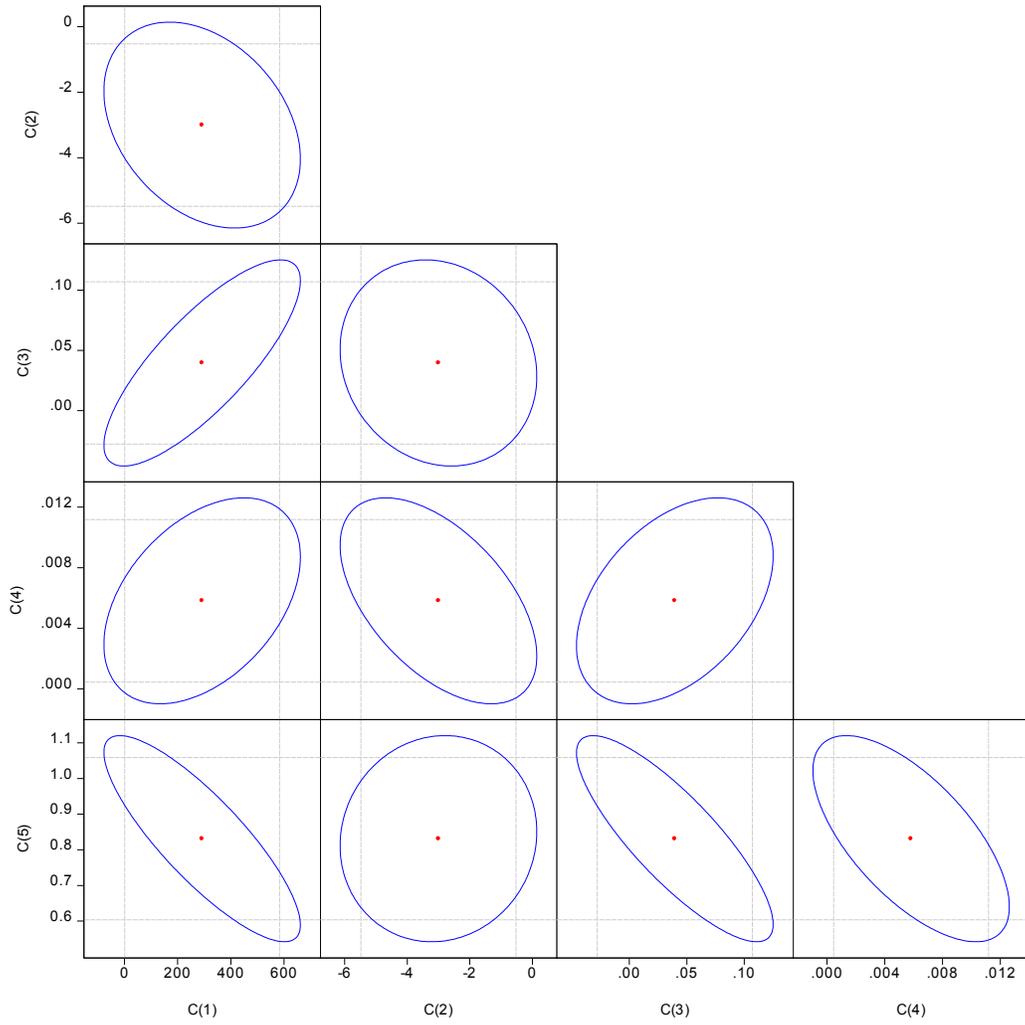
Recursive C(4) Estimates
± 2 S.E.



Recursive C(5) Estimates
± 2 S.E.

ANEXO VI

PRUEBA DE ESFERICIDAD EN PARAMETROS Y RESIDUOS



Anexo VII

PRUEBA DE HETEROCEDASTICIDAD

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	0.036383	Prob. F(4,18)	0.9972
Obs*R-squared	0.184468	Prob. Chi-Square(4)	0.9960
Scaled explained SS	0.161423	Prob. Chi-Square(4)	0.9969

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 09/15/21 Time: 20:48

Sample: 2014Q2 2019Q4

Included observations: 23

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1048.982	4064.646	0.258075	0.7993
DP	-10.41029	34.61698	-0.300728	0.7671
DY	0.222305	0.941551	0.236106	0.8160
DEM	0.020245	0.074818	0.270589	0.7898
DQ(-1)	-0.517738	3.183409	-0.162636	0.8726

R-squared	0.008020	Mean dependent var	303.8782
Adjusted R-squared	-0.212420	S.D. dependent var	525.2244
S.E. of regression	578.3242	Akaike info criterion	15.74781
Sum squared resid	6020260.	Schwarz criterion	15.99465
Log likelihood	-176.0998	Hannan-Quinn criter.	15.80989
F-statistic	0.036383	Durbin-Watson stat	2.334230
Prob(F-statistic)	0.997227		

ANEXO VIII

PRUEBA DE AUTOCORRELACION

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.078585	Prob. F(2,16)	0.9248
Obs*R-squared	0.223733	Prob. Chi-Square(2)	0.8942

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 09/15/21 Time: 20:49

Sample: 2014Q2 2019Q4

Included observations: 23

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.957505	156.6650	0.038027	0.9701
DP	-0.049402	1.373238	-0.035975	0.9717
DY	0.001365	0.036313	0.037595	0.9705
DEM	0.000114	0.002726	0.041761	0.9672
DQ(-1)	-0.004257	0.132596	-0.032102	0.9748
RESID(-1)	0.079105	0.278307	0.284236	0.7799
RESID(-2)	-0.066628	0.289731	-0.229964	0.8210

R-squared	0.009728	Mean dependent var	-1.29E-13
Adjusted R-squared	-0.361625	S.D. dependent var	17.82388
S.E. of regression	20.79845	Akaike info criterion	9.153425
Sum squared resid	6921.211	Schwarz criterion	9.499010
Log likelihood	-98.26438	Hannan-Quinn criter.	9.240338
F-statistic	0.026195	Durbin-Watson stat	1.998763
Prob(F-statistic)	0.999895		



El Centro de Información de Red - **NIC.bo**, es la encargada del registro exclusivo de **Dominios en Internet** con la extensión **.bo** asignada a Bolivia y sus distintas categorías: comercial, educativa, organizacional, medios, entre otras.



Un dominio, es una forma simple de dirección de Internet diseñado para permitir al usuario localizar de manera fácil sitios en Internet.

BENEFICIOS

Presencia en internet



Imagen profesional



Posicionamiento y crecimiento empresarial



Credibilidad y confianza



Soporte técnico nacional



.bo confiable y responsable



FORMAS DE PAGO

DEPÓSITO BANCARIO

Banco Central de Bolivia, número: 4710 B
Nombre: 03-W-302 Agencia para el Desarrollo
de la Sociedad de la Información en Bolivia

Banco Unión S.A. Número :10000004675952
Cuenta Corriente: ADSIB



TRANSFERENCIA ELECTRÓNICA

Código de Pago de Trámite - **CPT: UNInet - UNIMovil**
Agencias del **Banco Unión S. A.**



REGISTRA TU NOMBRE DE DOMINIO



1 Crear una cuenta de usuario en el sitio web <https://nic.bo>

Llenar el Formulario de Registro de Nombres de Dominio

2

3 Realizar el pago por el servicio mediante depósito bancario o a través de CPT Código de Pago de Trámite

Una vez recepcionado el pago, el sistema nic.bo notificará la activación del dominio mediante correo electrónico

4



Si la solicitud cumple con todos los requisitos, el registro del dominio se realiza en **24 horas.**

NOTA: En el caso de nombres de dominios restringidos, se debe remitir una carta firmada por la Máxima Autoridad de la institución solicitando el registro.



agencia para el desarrollo de la
sociedad de la información en Bolivia



soporte@nic.bo



Telf: (591-2) 2200720 - 2200730



+591 71555590

C O S T O S

2do Nivel **Bs 980**

NOMBRE **.bo**

3er Nivel
RESTRINGIDO

Bs 280 a 500

NOMBRE
.gob.bo
.mil.bo
.int.bo
.edu.bo

3er Nivel **Bs 280**

NOMBRE
.com.bo
.net.bo
.org.bo
.web.bo
.tv.bo

3er Nivel
INTERÉS SOCIAL

Bs 55

NOMBRE

.academia.bo	empresa.bo	.politica.bo
.agro.bo	.indigena.bo	.profesional.bo
.arte.bo	.industria.bo	.plurinacional.bo
.blog.bo	.info.bo	.pueblo.bo
.bolivia.bo	.medicina.bo	.revista.bo
.ciencia.bo	.movimiento.bo	.salud.bo
.cooperativa.bo	.musica.bo	.tecnologia.bo
.democracia.bo	.natural.bo	.tksat.bo
.deporte.bo	.nombre.bo	.transporte.bo
.ecologia.bo	.noticias.bo	.wiki.bo
.economia.bo	.patria.bo	





RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA ADSIB N°23/2016
La Paz, 16 de Agosto de 2016

CONSIDERANDO:

Que el par. I del Art. 43 de la Ley N.º 164 Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación de fecha 8 de agosto de 2011 establece: El nivel central del Estado a través de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, regulará el régimen general de tarifas y precios a los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, provistos en todo el territorio nacional, independientemente de su cobertura, de acuerdo a condiciones y metodologías establecidas en el reglamento de la presente Ley.

Que el informe PP/INF/11/2015 de 13 de abril de 2015 elaborado por la Encargada de Planificación y Proyectos en función a las Políticas de Delegación de Nombres de Dominio Registrados bajo el ccTLD.bo establece la creación de nuevos dominios, concluye y recomienda aprobar la nueva estructura tarifaria de los dominios .bo mediante Resolución Administrativa.

Que el Informe Legal AL/INF/22/2015 de fecha 14 de abril de 2015 elaborado por Asesoría Legal de la ADSIB, recomienda aprobar el Informe PP/INF/11/2015 de fecha 13 de abril de 2015 elaborado por la Encargada de Planificación y Proyectos de la ADSIB.

Que la Resolución Administrativa ADSIB No.13/2015 de 14 de abril de 2015, aprueba la nueva estructura tarifaria de Nombres de Dominio Registrados bajo el ccTLD.bo.

Que la nota CITE: ADSIB-DE N.º 193 de 01 de junio de 2015 se remite a la ATT la estructura tarifaria de dominios .bo para su aprobación.

Que mediante CITE: ATT-DTLTIC-N LP646/2015 en fecha 1 de julio de 2015 la ATT, requiere información de costos de dominio .bo

Que por nota CITE: ADSIB-DE N.º 113 de fecha 22 de abril de 2016, adjuntando el informe complementario PP/INF/07/2016 estructura de costos Dominio .bo, se remite a la ATT la estructura de costos de dominio .bo.

CONSIDERANDO:

Que el Art. 70 de la Ley N° 164 Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación de fecha 08 de agosto de 2011 establece: En el marco de la convergencia tecnológica y eficiencia del sector de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, preservando la integralidad de su desarrollo y reducción de la brecha digital se establece que la administración del dominio '.bo', incluida su planificación, provisión, mantenimiento y desarrollo, debe ser realizada por la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia - ADSIB.

Que el Art. 3 del Decreto Supremo N° 26553 de 19 de marzo de 2002 prescribe: Se crea la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia, cuya sigla será "ADSIB", como entidad descentralizada, bajo tuición de la Vicepresidencia de la República, con independencia de gestión administrativa y técnica, sujeta al alcance de la Ley No 1178 - SAFCO. Las funciones de la ADSIB se desarrollaran en la infraestructura que proporcione la Vicepresidencia de la República.



Que el Art. 201 del Decreto Supremo N° 1391 de 24 de octubre de 2012 establece: La administración del dominio .bo, será regulada por la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia - ADSIB, que determinará los principios y lineamientos generales para el registro de los nombres de dominio bajo el Dominio de Nivel Superior de Código de País - ccTLD ".bo" (ccTLD: por sus siglas en inglés "country code Top Level Domain").

Que el el Art. 204 del precitado Decreto Supremo, determina: La ADSIB, realizará el cobro anual de manera anticipada por el registro o mantenimiento de dominio a sus usuarias o usuarios de acuerdo al Tarifario aprobado por la ATT.

Que la Resolución Administrativa ADSIB N°08/2015 de fecha 24 de febrero de 2015, aprueba las Políticas de Delegación de Nombres de Dominio Registrados bajo el ccTLD.bo.

Que la Resolución Administrativa ADSIB No.13/2015 de 14 de abril de 2015, aprueba la nueva estructura tarifaria de Nombres de Dominio Registrados bajo el ccTLD.bo.

Que la Resolución Administrativa ADSIB N°14/2016 de 13 de mayo de 2016 por el cual se aprueban las modificaciones a la Resolución Administrativa ADSIB N°08/2015 de fecha 24 de febrero de 2015, que aprueba las Políticas de Delegación de Nombres de Dominio Registrados bajo el ccTLD.bo.

Que mediante Nota CITE: ATT-DTLTIC-N LP 2032/2016, de 02 de agosto de 2016 la ATT, aprueba el tarifario de Bs.-500 como el monto o tope máximo a ser cobrado por concepto de registro y mantenimiento de nombres de tercer nivel restringidos con excepción del dominio de extensión edu.bo el cual tendrá un costo máximo de Bs.-280, los dominios de tercer nivel tendrá un costo de Bs.-280 y los dominios de segundo nivel .bo tendrá un costo máximo de Bs.-980. Además, los dominios de interés social tendrán un costo máximo de Bs.-55 del nivel superior de Código de País - ccTLD o sub dominios.

Que el Informe PP/INF/18/2016 de 5 de agosto de 2016, elaborado por el Encargado de Planificación y Proyectos de la ADSIB concluye, adicionar por parte del administrador, los nombres de dominio de tercer nivel de interés social, para que sean publicados en el sitio web www.nic.bo e implementar las nuevas tarifas establecidas en la Resolución Administrativa ADSIB N°13/2015 de 14 de abril de 2015, sea mediante Resolución Administrativa y recomendar otorgar un plazo de 10 días hábiles para que la Unidad de Administración de Sistemas y Soporte Técnico realice la actualización del sistema "Administración de Nombres de dominio .bo", Actualización y publicación de costos de los dominios y la incorporación de nuevos dominios de interés social entre otros.

Que el Informe Legal AL/INF/35/2016 de 15 de agosto de 2016, elaborado por Asesoría Legal concluye que corresponde legal y administrativamente al Director Ejecutivo de la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia - ADSIB, adicionar los nombres de dominio de tercer nivel de interés social y su publicación en el sitio web www.nic.bo y recomienda proceder a la implementación y ejecución de las nuevas tarifas establecidas en la Resolución Administrativa ADSIB N°13/2015 de 14 de abril de 2015, y aprobadas por la ATT mediante nota CITE: ATT-DTLTIC-N LP 2032/2016, en un plazo de diez días hábiles a partir de la correspondiente notificación a las Unidades involucradas.

POR TANTO:

El Director Ejecutivo de la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de Información en Bolivia (ADSIB), designado mediante Resolución de la Vicepresidencia del Estado

Plurinacional de Bolivia- Presidencia de la Asamblea Legislativa Plurinacional, N° 003/2015 de fecha 14 de septiembre de 2015, en uso de sus atribuciones y facultades;

RESUELVE:

PRIMERO.- ADICIONAR Y PUBLICAR los nombres de dominio de tercer nivel de interés social aprobados mediante Resolución Administrativa ADSIB N°08/2015 de fecha 24 de febrero de 2015, en la lista de servicios del sitio web www.nic.bo.

SEGUNDO.- IMPLEMENTAR Y PUBLICAR en el sitio web www.nic.bo, las nuevas tarifas establecidas en la Resolución Administrativa ADSIB N°13/2015 de 14 de abril de 2015 y aprobadas por la ATT mediante nota CITE: ATT-DTLTIC-N LP 2032/2016 de 2 de agosto de 2016.

TERCERO.- INSTRUIR a la Unidad de Comunicación, proceder a la publicación, comunicación, e información a los usuarios del www.nic.bo a través de sus cuentas de usuario y correos electrónicos, sobre la implementación del dominio de tercer nivel de interés social y la estructura tarifaria aprobada.

CUARTO.- OTORGAR a la Unidad de Administración de Sistemas y Soporte Técnico y la Unidad Administrativa Financiera un plazo hasta el 31 de agosto para insertar, implementar y adecuar, los procesos y procedimientos en el sistema de administración de dominios [.bo](http://www.nic.bo).

QUINTO.- APROBAR el Informe PP/INF/18/2016 de 5 de agosto de 2016, elaborado por el Encargado de Planificación y Proyectos y el informe Legal AL/INF/35/2016 de 15 de agosto de 2016, elaborado por Asesoría Legal de la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia - ADSIB respectivamente.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.

UNICA.- Al día hábil de cumplido el plazo establecido en el artículo cuarto, entrará en vigencia plena la aplicación del dominio de tercer nivel de interés social y la estructura tarifaria.

Es dada en la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia - ADSIB, a los Dieciséis (16) días del mes de Agosto de Dos Mil Dieciséis (2016).

Regístrese, comuníquese, cúmplase y archívese.



Sylvain Damien Lesage
DIRECTOR EJECUTIVO
Agencia para el Desarrollo de la Sociedad
de la Información en Bolivia - ADSIB



Carlos C. Aguilar Flores
ASESOR LEGAL - A.D.S.I.B.
Agencia para el Desarrollo de la Sociedad
de la Información en Bolivia