

INTERNET. En noviembre adjudican administración de dominios

Proponen licitación flexible para administrar los ".co"

Leonardo Gómez Jiménez
lmgomez@larepublica.com.co
Bogotá

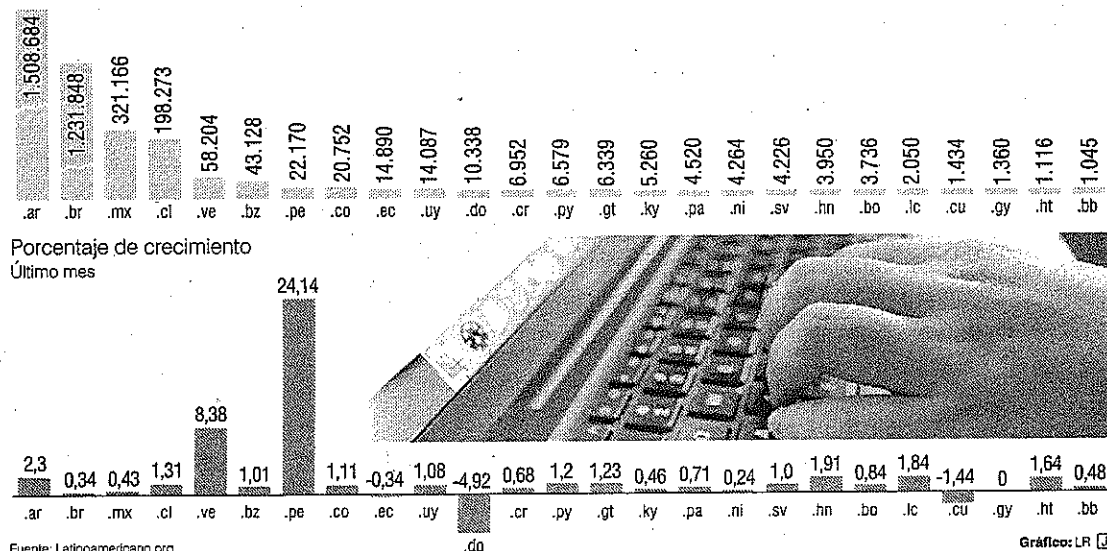
Straat Investments es la primera firma que ha hecho público su interés en participar en el proceso de adjudicación para administrar los dominios .co en Internet, pero considera que el Ministerio de Comunicaciones debe hacer una revisión al modelo.

En enero, LA REPUBLICA anunció la decisión de la ministra de Comunicaciones, María del Rosario Guerra, de abrir dos convocatorias para entregar en concesión la administración y los registros de las páginas en Internet con el identificador de Colombia, las .co. Uno de los adjudicatarios se encargará de administrar las bases de datos en general de todos los registros y de poner en funcionamiento el sistema. La otra licitación sería para entregar a tres compañías el derecho de comercializar los dominios con los usuarios finales.

Según Juan Diego Calle, presidente de Straat Investments, el modelo tiene dos problemas. El primero que el Ministerio pretende que en la licitación para administrar el sistema solo participen organizaciones sin ánimo de lucro. El segundo, que la comercialización no debería estar limitada a tres operadores, pues con esto no se lograría que se incrementara masivamente el uso de los .co, como pretende el gobierno.

Calle asegura que con solo tres distribuidores, el .co no va a lograr ser apetecido por los compradores, pues ninguno va a querer invertir en promocionarlo para favorecer a su competidor. Se necesita que el administrador invierta grandes sumas de dinero en campañas publicitarias para posicionar el producto .co en la mente de los consumidores, y eso no lo podrá hacer una organización sin ánimo de lucro.

Estadísticas de registro de dominios en América Latina
Diciembre de 2007



Fuente: Latinoamericann.org

Gráfico: LR

20.752 REGISTROS

DE PÁGINAS DE INTERNET CON EL DOMINIO .CO APARECEN A DICIEMBRE DE 2007.

El Ministerio defiende su postura, pues asegura que no puede entregar en concesión una actividad como controlar la seguridad y el funcionamiento de las páginas registradas en Colombia, a un operador privado que no maneje responsablemente las bases de datos de información y listas de correo y las use para su propio beneficio.

Condiciones

Eduardo Santoyo, quien tuvo a su cargo durante ocho años la administración de los dominios .pe de Perú, coincide con la posición de Calle y asegura que la garantía en el manejo responsable de la información no depende de si la entidad que los maneja es comercial o no, sino de las condiciones que imponga el Ministerio.

Calle explica que este negocio debe pensarse como si el admi-

Proceso sería excluyente

Según Gabriel Jurado, si el proceso sigue igual, cuando se abra la licitación, las empresas interesadas en administrar los dominios pueden considerar que el proceso es excluyente al cerrar la posibilidad solo a entidades sin ánimo de lucro y vendrán las batallas jurídicas correspondientes. El cronograma del Ministerio establece que en mayo se publican los pliegos de licitación, entre agosto y noviembre se adjudican, entre abril y julio de 2009 será el proceso de transición del esquema actual al nuevo y el lanzamiento debe estar listo entre febrero y mayo de 2010.

nistrador fuera el proveedor de un producto y debe encargarse de promocionarlo masivamente y de velar por que en los puntos de venta se ubique en un lugar estratégico, al alcance de los consumidores. En el caso de los dominios pasa igual, si no hay un administrador fuerte que se preocupe por los portales que venden el .co, lo hagan visible sobre otros dominios que pueda distribuir el mismo portal como un .com o .info, no se va a incrementar el uso del .co.

Gabriel Jurado, ex director de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, CRT, y actual asesor de Calle en este proyecto, considera que la idea del Ministerio de entregar la comercialización

solo a tres operadores, viene de la herencia de licitaciones de servicios tradicionales como la larga distancia o la telefonía móvil que por tratarse de asignación de recursos escasos como el espectro o la numeración, debían limitarse a pocas empresas y asegurar un mercado exclusivo a pocos jugadores. "En el caso de Internet no tiene cabida aplicar ese modelo, pues los nombres de dominios son infinitos y el medio no tiene fronteras", dijo.

Además, consideran que se corre el riesgo de que se forme un cartel de precios para vender los dominios, si solo están en manos de tres empresas, cosa que no pasaría si se distribuyen masivamente.