
ICANN80 | Foro sobre políticas – Sesión de colaboración de At-Large con el plan de participación y difusión del programa de nuevos gTLD
Martes, 11 de junio de 2024 – 10:45 a 12:15 KGL

YEŞİM SAĞLAM:

¿Podemos comenzar? Vamos a dar inicio a la sesión. Comenzamos con la grabación. Hola y bienvenidos a la sesión de colaboración de At-Large en el nuevo plan de participación y difusión externa del programa de nuevos gTLD. Yo seré la coordinadora de participación remota de esta sesión y soy Yeşim Sağlam. Tengan en cuenta que esta sesión está siendo grabada y se rige por los estándares de comportamiento esperado de la ICANN.

Durante la sesión, solo se leerán en voz alta las preguntas y comentarios que se presenten dentro del espacio de preguntas y respuestas. Si desean tomar la palabra durante la sesión, por favor, levanten la mano en Zoom y una vez que los llamen por su nombre, por favor, habiliten el micrófono para tomar la palabra. Los participantes presenciales utilizarán el micrófono físico para hablar. La interpretación en esta sesión incluye inglés, francés y español. Por favor, digan su nombre para los registros y el idioma en el que van a hablar en caso de que no lo hagan en inglés. Por favor, recuerden hablar a una velocidad razonable. Habiendo dicho esto le voy a dar la palabra a Jonathan Zuck, presidente de ALAC.

Nota: El contenido de este documento es producto resultante de la transcripción de un archivo de audio a un archivo de texto. Si bien la transcripción es fiel al audio en su mayor proporción, en algunos casos puede hallarse incompleta o inexacta por falta de fidelidad del audio, como también puede haber sido corregida gramaticalmente para mejorar la calidad y comprensión del texto. Esta transcripción es proporcionada como material adicional al archivo, pero no debe ser considerada como registro autoritativo.

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Yeşim. Bienvenidos a todos a esta sesión acerca de cómo la comunidad At-Large colaborará en el programa de nuevos gTLD y cómo hará actividades de difusión externa y participación en torno a la próxima ronda de nuevos gTLD. Muchos de ustedes sabrán que esto comienza tratando de buscar personas que sean solicitantes potenciales que podrían necesitar apoyo. Esta comunidad en particular tiene la capacidad para llegar a las ALS y a otros dentro de la comunidad para identificar quiénes son o quiénes podrían ser algunos de estos solicitantes potenciales. Quién podría beneficiarse al crear un nuevo dominio de alto nivel en su negocio. Esto es parte de lo que vamos a hacer. Hoy tendremos un plan de comunicación que acaba de ser publicado para la difusión externa y la participación en torno al nuevo programa, el programa de ASP de modo que, sin más, le voy a dar la palabra a Sally. A Bob. Bob va a hablar acerca de este plan de participación externa y difusión externa del programa de nuevos gTLD.

BOB OCHIENG:

Muchas gracias. Yo lidero la parte de participación y difusión externa de la próxima ronda. Quiero agradecerles por haberme invitado a compartir con ustedes lo que tenemos planificado en torno a esto. Me gustó mucho la invitación porque tiene que ver con colaborar. Obviamente, este fue un trabajo muy colaborativo hasta el momento, especialmente en la organización. Como ustedes saben, tenemos un departamento de comunicaciones, un equipo de GSE, y trabajamos en estrecho contacto con ellos mientras preparamos este plan de difusión externa. Esta es la razón por la cual hoy estoy aquí con Sally,

vicepresidenta de comunicaciones, que desempeña un papel fundamental en nuestro plan de difusión externa y participación. La siguiente diapositiva, por favor. En el informe final sobre los procedimientos posteriores. La GNSO subraya la importancia de crear conciencia de forma temprana en torno a este tema para garantizar que todos los solicitantes potenciales reciban el mensaje adecuado a su debido momento para poder participar en la próxima ronda. Ese es el espíritu de la recomendación 13.2. Por eso el plan que armamos trata de reconocer este hecho, especialmente desde el punto de vista de la creación de capacidades, desde la perspectiva de generación de conciencia, y trata de lograr en la medida de lo posible y según los recursos la mayor inclusión posible.

Anticipamos que habrá mucha participación en este proceso y esperamos encontrarnos con distintos tipos de alianzas y distintos tipos de solicitudes. Vamos a recibir también el aporte de todos ustedes que luego consolidaremos con los demás aportes que hayamos recibido hasta el momento de distintos grupos de partes interesadas, incluido el GAC y el IRT para ajustar nuestro plan en función de esto. Habiendo dicho esto, quisiera invitar a Sally para que nos dé una descripción general, especialmente desde el punto de vista de las comunicaciones sobre este tema. Se referirá a esto a lo largo de las próximas dos diapositivas.

SALLY NEWELL COHEN:

Muchas gracias, Bob. Lo que desarrollamos desde el punto de vista de comunicaciones y difusión externa es una campaña que, como ustedes

saben, pronto se abrirá la próxima ronda de solicitudes. Queremos empezar a comunicar información. En marzo de 2023 comenzamos con nuestra primera campaña visible que se llamó conciencia temprana. Es una campaña centrada en la importancia de la aceptación universal y los IDN, haciendo referencia también a la próxima ronda.

Lo que hicimos con esta campaña fue una combinación del trabajo que hicimos con el equipo de comunicaciones interna, con la organización y con el equipo de partes interesadas. Hay varias campañas más que estaremos finalizando en el próximo mes. La intención era desarrollar estas campañas en aquellos países en los que sabíamos que habría interés, no solamente en la próxima ronda sino en el programa de apoyo al solicitante.

Voy a compartir con ustedes cuáles eran estos países en los que nos centramos. Comenzamos con Trinidad Tobago. Luego fuimos a Sudáfrica. Arabia Saudita, Brasil, India. Llevamos a cabo una amplia campaña en India. También en China. Estamos finalizando ahora la campaña en Marruecos, Egipto, México y Tailandia. Son los países a los que apuntamos en esta fase de la campaña. No significa que en los próximos pasos nos enfocaremos en los mismos países pero eso es lo que hicimos ahora.

Comenzamos en marzo de 2023 y esta campaña termina en julio de 2024. La siguiente fase es generación de conciencia a nivel de la comunidad. Es una campaña de bases. ¿A qué nos referimos con esto? Se trata de que el equipo de GSE y esta es una muy buena oportunidad de interactuar con ALAC también. Nos vamos a centrar en el ASP en

particular para crear conciencia en torno a este tema en relación con la próxima ronda, dentro de la comunidad y los participantes de la industria.

La tercera fase es la participación estratégica. Es una continuación de un programa más formal en el que incorporamos relaciones con los medios, relaciones públicas, además del trabajo de difusión externa local. Ahí nos vamos a centrar específicamente y en mayor medida en la próxima ronda, para generar conciencia también afuera de la comunidad de la ICANN. Vamos a hablar acerca de los beneficios para los solicitantes potenciales. Vamos a ver cuáles son los requerimientos. En caso de que alguien quiera tener un registro, qué implica.

Luego vamos a pasar a la próxima fase, que es la fase cuatro de preparación. Luego nos vamos a centrar en cómo se prepara la gente, cuáles son los pasos por los que necesitan pasar para prepararse para presentar una solicitud para la próxima ronda.

Luego tenemos la fase final, que es la evaluación, para ver si la campaña de comunicación en general y de difusión externa logró los objetivos que establecimos porque esta es la primera fase y vamos a seguir teniendo otras rondas. Tenemos que saber qué funcionó y qué es lo que no funcionó. Estas son las cinco fases. Podemos pasar a la siguiente diapositiva.

Para la difusión externa y la participación es clave trabajar junto con la comunidad. Me refiero a formas diferentes y más sólidas de lo que hicimos en la ronda del 2012. Jonathan antes, al presentarnos, usted

habló acerca de la colaboración, de compartir material, compartir esfuerzos. Esto va a generar un mayor impacto. Tenemos que asegurarnos de que lleguemos a las personas que quieren ser solicitantes, que quizá hoy todavía no sepa qué significa tener un TLD pero tenemos que ayudar a prepararlos y ponerlos en una situación en la que entiendan y puedan presentar su solicitud para el programa de apoyo al solicitante. Pasemos a la siguiente diapositiva, por favor.

Una de las cosas que van a resultar útiles para todos son los materiales y los recursos que vamos a crear y utilizar en la organización de la ICANN pero que ustedes también podrán utilizar. Habrá un sitio web del programa que se actualiza continuamente. Vamos a crear estudios de caso, casos de uso con diferentes tipos de usos que ustedes podrán compartir. Vamos a crear seminarios web, módulos de capacitación y vamos a ofrecer otro tipo de material. Todo va a estar traducido a los idiomas de la ICANN. Sé que la organización de la ICANN también va a brindar apoyo durante el proceso de presentación de solicitudes. Esto es el programa de apoyo al solicitante. La siguiente, por favor. Bob, te doy la palabra nuevamente.

BOB OCHIENG:

Gracias. En el informe final, el programa identifica una serie de metas. Fomentar la diversidad, alentar la competencia y mejorar la utilidad del DNS. Qué significa esto en realidad. Cómo se traduce esto. Cómo llevamos esto a tierra para realmente lograr interés por parte de los solicitantes potenciales. El grupo de participación intenta lograr esto

implementando una serie de cosas. En primer lugar queremos lograr una participación más inclusiva y facilitar la participación.

Hay diferentes formas de interpretar esto. Si tomamos la colaboración, por ejemplo, ¿por qué es importante? ¿Cómo demostramos la participación? Si yo soy un solicitante potencial y mi negocio principal no es la operación de plataformas técnicas, ¿cómo sé dónde obtener un proveedor de servicios? Los solicitantes a veces se presentan como entidades individuales pero es importante demostrar y resaltarles cómo es toda la cadena de valor. Si yo necesito un ISP, sé adónde acudir. Quiénes son los demás actores del ecosistema.

Parte de esta participación implicará identificar desde el principio las posibilidades de participación de aquellos que quieren presentar una solicitud, ya sean ISP, RSP. Simplemente solicitantes independientes. Tenemos que ver con quién más podemos trabajar. Quiero subrayar la participación para entender cómo es el mercado. Desde el punto de vista de participación tenemos metas específicas que queremos lograr para brindar apoyo a estos tres objetivos generales del programa. Fomentar la diversidad, la competencia y la utilidad del DNS. La siguiente, por favor.

Sally ya mencionó la forma en que abordamos esto. Ustedes definitivamente tienen que ver esto en dos fases. Como ustedes saben, el programa general se abrirá en el segundo trimestre de 2026 para la presentación de solicitudes pero antes de esto hay distintos elementos del programa. Hay programas de evaluación, programas para solicitantes y, por lo tanto, nuestro trabajo de participación también

debe abordar la comunicación de información específica para esta fase.

A partir de mayo iniciamos una campaña de bases pero el punto de transición fue octubre. En octubre queremos pasar a la próxima etapa. El objetivo del programa es un programa de participación de seis meses pero tenemos 18 meses antes de que se abra el periodo para la presentación de solicitudes. La idea es que haya tiempo suficiente para todos lo que quieren decidir si participar. Antes de tomar las decisiones deben prepararse y nosotros queremos ayudarlos a que lo hagan de forma eficaz.

Quizá no les quede muy claro lo que ven en esta diapositiva pero la mayoría de los que estamos aquí entendemos cuáles son los diferentes plazos, la línea de tiempo. Por ejemplo, el ASP, el programa de apoyo al solicitante, tiene por fin comenzar en el cuarto trimestre de este año. El programa dura 12 meses. Por supuesto, dentro de ese periodo se evaluarán las solicitudes, se abrirá también el programa de registración y de evaluación. Estos hitos específicos indican en qué nos vamos a centrar en nuestro trabajo de participación a medida que comiencen y finalicen. El objetivo es lograr la participación total hasta el momento en que se abre la segunda ronda que es el segundo trimestre de 2026.

Es importante señalar que este trabajo de participación es muy regional. Por ejemplo, en qué se quiere centrar África. Las prioridades para los países africanos quizá sean diferentes de los países del Medio Oriente, de la región de APAC o de otras regiones. Como ustedes saben

tenemos la red global de los colegas de GSE, que trabajan en el terreno y que ayudan a informar las áreas objetivo potenciales que debemos priorizar. Nosotros tratamos de participar en foros relevantes y de ofrecer toda la información necesaria.

En cuanto a con quién queremos hablar, este fue un tema de debate importante a lo largo de los últimos meses y creo que es un tema de debate importante hoy también. En primer lugar debemos mirar esto como algo regional. Hay registradores, sociedad civil, empresas, emprendedores. Todos estos son grupos potenciales de solicitantes en las diferentes fases del programa. La solicitud final se presentará en 2026. Los registradores potenciales difieren y el grupo de GSE debe detallar en cada región quiénes son los registradores y a quién les parece que debemos involucrar y qué información necesitan los emprendedores en distintas regiones.

Estamos consolidando la información y vamos a publicar esta información para que ustedes puedan ver con quién estamos hablando y dónde estamos hablando con ellos. De hecho, parte de las responsabilidades que les va a dar este programa es un informe trimestral que les va a mostrar dónde y con quién hablamos a medida que avanzamos. Ustedes pueden preguntar, señalar cuáles les parece que son las brechas en función de ese informe. Ustedes entonces recibirán información periódicamente para que nos puedan decir en qué medida la organización está trabajando correctamente y si está satisfaciendo sus expectativas. Esta es una especie de ejercicio

proactivo. La siguiente, por favor. Quiero enfatizar la importancia de nuestro mensaje. Le voy a dar la palabra a Sally.

SALLY NEWELL COHEN:

Vamos a adaptar los mensajes en función de las audiencias. Algunos de los mensajes principales que vamos a comunicar se centran en por qué es importante para un solicitante potencial. Nos vamos a centrar en la importancia de tener un gTLD, de promover la inclusión digital y de preservar la diversidad cultural. Estos son los mensajes principales, especialmente entre aquellos que nunca consideraron la posibilidad de tener un gTLD que les pueda interesar y que les pueda interesar el programa de apoyo al solicitante.

Vamos a tratar de crear conciencia acerca de cómo la operación de un TLD .MARCA puede mejorar la defensa de la marca y la protección o cómo se puede controlar su presencia online, cómo se puede utilizar para la protección y defensa de la marca y también cómo se puede utilizar para mitigar las amenazas cibernéticas. También queremos subrayar alguna de las protecciones que nos permitan proteger los derechos de propiedad intelectual en el DNS. Estos son algunos mensajes clave que indican por qué esto es importante para alguien, cuál sería el beneficio para nosotros. En esto nos vamos a centrar desde el punto de vista de los mensajes. Por supuesto, habrá diferentes matices en función de la audiencia y la región. Ahí es donde también pensamos que podemos trabajar con ALAC, porque ustedes tienen muy buena información y nos podrían ayudar a personalizar el mensaje.

Si se acuerdan, cuando estábamos en las distintas fases de la campaña había mencionado que la fase cinco analizaba la efectividad de la misma. Comenzamos a establecer los KPI, indicadores de clave de desempeño para la comunicación. Solamente voy a hablar del aspecto de comunicación y Bob va a hablar de los factores de participación. Desde la perspectiva de la comunicación vamos a ver algunas mediciones clave en términos del alcance de los medios respecto de las campañas de relaciones con los medios que llevamos a cabo para lograr cobertura, qué alcance tuvimos para las redes sociales. La participación, qué elementos fueron levantados con distribución geográfica, los likes. Distintas oportunidades que también es importante para nosotros, para salir de la comunidad, para poder ir a distintos eventos localizados y que sean específicos. Queremos partir desde ahí para ver la cantidad de eventos en los que participamos desde la perspectiva no solo de asistir sino de tomar la palabra y qué nos llevamos de ello.

Vamos a comenzar a trabajar con campañas de medición de nuestro éxito. Si hicimos una actividad específica o fuimos a un evento específico, cuál es el resultado. Cómo capturar mejor las consultas que vinieron. Si hubo registraciones, pedidos de más información para tratar de encontrar las comunicaciones y el éxito que tuvieron. Después se va a hablar de participación. Aquí Bob toma la palabra sobre eso.

BOB OCHIENG:

Desde la perspectiva de la participación quería resaltar algunos temas. En primer lugar tenemos que considerar puntos de datos muy importantes, resaltando el hecho de que va a haber otras rondas después de esto. Parte de esta información es para aportar a la elaboración de participaciones futuras en las próximas rondas. Por ejemplo, aquí la cantidad de ASP recibidos. Hablamos de solicitudes recibidas no con éxito porque quizá no tengamos control de la cantidad de solicitudes que terminan teniendo éxito, pero nos cuenta una historia según las cifras que uno tiene.

Ya sea que tenga éxito o no, nos dice algo. Esos son los puntos de datos importantes que queremos resaltar e informar cómo podemos participar potencialmente a futuro. Algunos de estos indicadores no están controlados en cuanto a si representan el éxito o no pero seguramente ustedes y nosotros podemos confirmar que son puntos de datos importantes, especialmente respecto de los resultados logrados, cosa que no podemos controlar pero sí podemos controlar la cantidad de participaciones para las audiencias meta de ASP, de RSP. Estas son cosas a las que queremos hacerles seguimiento. Son las bases de los informes trimestrales publicados.

Al fin y al cabo, cuando hacemos el informe consolidado definitivo podemos decir que logramos tantas participaciones, etc. Parte de esto puede ser lo que ustedes apoyen en cada una de sus áreas. La diversidad de estas solicitudes es un indicador importante también. Esto está fuera de nuestras manos pero según el resultado de esto creo

que es un punto de datos importante que va a mostrarnos cómo podemos lograr participación en la próxima ronda a futuro.

Los proveedores de servicios, esto es una parte importante del programa de apoyo al solicitante y por ende la cantidad de estos que vienen a participar, la diversidad de los mismos, las regiones involucradas y lo que puede provenir de los ISP. Son indicadores. Básicamente están fuera de nuestras manos pero sin duda son muy importantes en cuanto a los resultados que nos van a contar una historia de cómo andamos en la participación para la próxima ronda. Esto es lo que queríamos compartir en términos de resumen del plan. Me imagino que si hay preguntas podemos hacerlas ahora.

JONATHAN ZUCK: Hay una pregunta en línea. Sí, adelante.

YEŞİM SAĞLAM: Tenemos una pregunta de CTU, Rodney Taylor. Hay planes para realizar alguna iniciativa regional a grupos o países en lugar de personas físicas. Por ejemplo, trabajando con organizaciones regionales como CITEL, UIT, CTU o alguna otra de esas características.

SALLY NEWELL COHEN: Gracias por la pregunta. Estamos planificando evaluarlo desde una perspectiva regional a parte de la de audiencia. Las organizaciones que usted nombré sí son parte de la estrategia. Lo que está haciendo el

equipo de GSE es finalizar su lista de metas basada en país, en región, en audiencia y gestionando y comenzando a desarrollar una lista de las organizaciones a las que se está apuntando. Sin duda eso es parte del plan. Muchas gracias.

JONATHAN ZUCK:

Bukola.

BUKOLA ORONTI:

La pregunta tiene que ver con lo que dijo Bob sobre el no considerar el éxito de las solicitudes sino más interesado en la solicitud en sí. Para mí, si tenemos un objetivo, eso puede ayudar porque si los KPI se basan en las solicitudes, cualquiera puede mandar una solicitud y cuál es el objetivo entonces del relacionamiento. Si nos centramos en el éxito, las solicitudes de calidad pueden ingresar aunque no tengamos control de éxito de las mismas. Simplemente mandar miles de solicitudes. Sabemos que eso puede surgir e ir más allá de la primera ronda. Si se puede revisar eso para centrarse en el éxito de las solicitudes, podemos controlar el éxito de las mismas. Muchas gracias.

BOB OCHIENG:

Quisiera acotar sobre eso. Lo estamos viendo desde el punto de vista de la participación del nivel de éxito que tiene el trabajo de participación. Respecto de las solicitudes recibidas, uno tiene una idea de las que llegaron, por supuesto. Se hacen evaluaciones y también tenemos un número respecto de las que han tenido éxito. En ese

momento uno puede interpretarlo de distintas maneras pero desde la perspectiva del relacionamiento, de la participación, lo que estamos resaltando es que si no tenemos control de la cantidad de solicitudes que finalmente tienen éxito, aunque podamos decir en el momento en que terminan las evaluaciones, las que sí tuvieron éxito, que también es una historia en sí.

Si recibimos mil y solamente 200 tienen éxito puede significar que esa fue la calidad de nuestro trabajo de participación, terrible, pero a la vez es algo que no está dentro de nuestro control totalmente para garantizar la cantidad de éxito de las cantidades de solicitudes recibidas pero de la ronda de 2012 hemos aprendido algunas lecciones y tenemos el estudio de ccTLD y vimos algunas brechas en ese momento especialmente sobre el carácter completo de la información suministrada.

Por ejemplo, se resaltó el hecho de que hubo información sobre lo que costaba la solicitud antes de tener en cuenta que había otros honorarios para las empresas. En este momento queremos salvar esa brecha y verificar que la información que brindemos en los siete idiomas sea lo más completa posible porque tenemos lo que hace falta pagar para la solicitud y después tenemos los distintos gastos para operar el negocio de DNS. Probablemente este sea el gasto operativo. Hay gente que se decide a presentar la solicitud y tiene que saber todo lo que hace falta para tener éxito.

JONATHAN ZUCK:

Cheryl.

CHERYL LANGDON-ORR:

Gracias. Voy a limitar lo que diga al aspecto del apoyo al solicitante y del programa. Gracias por llevar el tema de los KPI y de los aspectos de informe. Aprecio lo que acaba de decir Sally en términos de la preparación de los segmentos de GSE. El programa comienza a fines de este año y dura 12 meses. Hay una clara oportunidad en esta sala de, en la base que tenemos, trabajar con GSE, que sería una parte importante del éxito.

Para todos nosotros en los distintos países, particularmente aquellos no desarrollados y con menor nivel de servicio, queremos que haya foco en ellos. No quiere decir que cualquier industria de DNS va a tener que apuntar a ellos. Tiene que hacer un análisis de brecha temprana sobre esto que puede llegar a ser útil que se lleve a cabo. Quizá no tenga la respuesta pero al final la tendrán. Cuándo vamos a tener esa información porque ya estamos en junio. No falta mucho tiempo. 12 meses no es demasiado para un programa de apoyo al solicitante.

Hay trabajo fabuloso que se está llevando a cabo. El personal es extraordinario en la parte de apoyo a los solicitantes de este programa. Debemos poder adelantarnos al juego y estar preparados de antemano. Agradezco los informes trimestrales, las oportunidades e inclusive al principio es todo lo que vamos a tener. Muchas gracias.

SALLY NEWELL COHEN: Aprecio el comentario porque creo que tiene razón. El equipo está terminando la lista de los países subatendidos ahora o de los segmentos subatendidos. Lo vamos a compartir pronto. Parece un obstáculo pero no quiero que sea así. Creo que lo vamos a tener disponible de dos a tres semanas para poder compartirlo. Estoy de acuerdo con usted. Hay una oportunidad para colaborar en esas brechas.

Recordará que en la llamada de IRT se habló de un subconjunto para hacerlo. At-Large es un poco distinto en el sentido de que también queremos tener una relación con este grupo para poder tener este tipo de conversaciones, para salvar la brecha. GSE está ansiosa de trabajar con las RALO y también comenzar con las ALS. Queremos empezar lo antes posible. Muchas gracias. Bob, ¿quiere acotar algo?

REMMY NWEKE: Además de lo que dijeron Bob y Sally, compartiendo su visión sobre participación con nosotros, para mí, quiero hacer un comentario y una pregunta. Considerando ALAC, muchas de las RALO tienen difusión y participación. Eso es viable. Boletines, algunos. También material que administran y quiero ver si el plan considera que ellos participen directamente mostrando el avance de sus planes. Si eso se puede incluir en los boletines y probablemente comunicándolo a menudo a las comunidades a nivel de las RALO. Si no está en el plan todavía, quisiera preguntar si estarían dispuestos a agregarlo al plan porque eso tendría un resultado alternativo, al menos en África, donde

tenemos que comunicar más en las comunidades y en las RALO.
Muchas gracias.

BOB OCHIENG:

Remmy. Sí. Obviamente necesitamos tener la mayor cantidad de canales posible, especialmente en toda la comunidad de la ICANN. Nuestro plan incluye a las RALO operativas pero los quisiera invitar a invitarnos a nosotros en sus llamadas mensuales o semanales para irles contando las novedades del programa. Hablar con las PYME, RSP, ASP. Nos gustaría planificar de antemano e irles contando las novedades de las reuniones de las RALO. Por eso estamos aquí en parte. Boletines. Bien. Estamos dispuestos a publicar las novedades y creo que eso es parte de las comunicaciones que queremos hacer. Sally también está trabajando en el tema y muy bien. Todo esto abarcando todo lo que se pueda. Estoy más que dispuesto a aceptar esta invitación.

JONATHAN ZUCK:

Vamos a cerrar la cola de preguntas en este momento. ¿Quién sigue?

PAULO MILLET ROQUE:

Paulo Millet Roque, presidente de la Asociación de Software de Brasil. Está compuesta por 1.600 empresas de software. Tenemos empresas grandes y 80% de PYME. Mi pregunta es: Hace 12 años se cobraban 180.000 dólares para el solicitante. Tengo dos preguntas. ¿Cuál va a ser el costo en esta nueva ronda? La segunda pregunta, los ASP. ¿Van a

tener un descuento entre un 50% y un 85%? ¿Cuánto dinero está asignado para absorber estos descuentos? ¿1 millón, 10 millones de dólares? Esta cifra, si es demasiado pequeña no va a poder cubrir a muchos candidatos. Quizá ICANN no puede apoyar a tantos. Gracias.

BOB OCHIENG:

Muchas gracias por la pregunta. Esperamos recibir las solicitudes de Brasil, sin duda. En términos de lo que se habló ayer, de la primera presentación de cuáles serían los montos, estarían entre 200 y 290 aproximadamente. Hay detalles en la presentación de IRT que continúa mañana. 280.000, 290.000 dólares.

El apoyo a los solicitantes apunta a un 75-85% de descuento y mi colega, que lidera ASP, está en la sala pero en este momento se está trabajando en términos de la asignación de ese tipo de apoyo que todavía tiene que terminarse. No está listo. Si sirve, les digo que más o menos está entre 10 y 16 millones.

JONATHAN ZUCK:

Justine Chew, por favor.

JUSTINE CHEW:

Disculpen, mi cámara no funciona. Gracias, Sally y Bob, por estar con nosotros. Tengo una pregunta o un par de preguntas. La primera es si podría elaborar un poco más sobre la razón de esos 10 países que comentó al principio de la sesión, por qué se eligieron. Quizá la

práctica que llevó a su elección. Si esos factores van a afectar la próxima fase del plan de comunicaciones, si van a hacer más relacionamiento, si esto es pertinente a los factores por los cuales se eligieron estos 10 países para la siguiente fase del plan de difusión. La segunda pregunta. Dijo que esperamos que la comunidad de At-Large trabaje con la contraparte GSE. ¿Podemos hacer algún comentario sobre los planes de GSE o simplemente esperamos a que esta los implemente?

SALLY NEWELL COHEN:

Gracias, Justine. Muy buenas preguntas. La primera fue cómo se seleccionó a los países. Fue una combinación de cualitativo y cuantitativo. Analizamos GDP en todos los países. Comenzamos con una lista de 45 países y utilizamos GDP, penetración de Internet, la infraestructura tecnológica, alfabetización, el tipo de contenido que ya estaba disponible. Así fue como comenzamos. Esa fue la parte cuantitativa.

La parte cualitativa fue: ¿Pensamos que es realista? ¿Pensamos que en este país realmente hay oportunidades? Porque hay países donde si en un país no hay oportunidades, no tiene sentido llevar a cabo estas campañas. Así es como llegamos a la lista. Lo que vimos es que si hay relevancia con respecto a la próxima fase, hay un par de cosas que aprendimos. En alguno de los países en los que desarrollamos las campañas, la respuesta no fue lo suficientemente fuerte ni el interés tampoco. Pensamos si queríamos continuar con esto. La lista que les leí rápidamente no es necesariamente la lista que vamos a usar para la

próxima ronda. Creo que va a ser bastante similar pero quizá haya algunos matices y algunos agregados. Eso es lo más probable.

En cuanto al trabajo que está haciendo GSE, y seguramente Bob va a querer agregar algo, la matriz que están creando, creo que vamos a querer sus opiniones, especialmente con respecto a las regiones, países, aspectos específicos de tipos de audiencia. ¿Vamos a presentar esto a comentarios públicos? No, porque eso llevaría demasiado tiempo y no es realista. Sí nos gustaría compartirlo con este grupo. Sea cual sea la configuración que a ustedes les parezca correcta, Jonathan, quisiéramos asegurarnos de que ustedes hagan sus aportes y nos den sus opiniones. Bob, ¿usted quería agregar algo?

BOB OCHIENG:

Si bien esta lista es lo que llamamos la lista de prioridades, no son los únicos lugares en los que vamos a participar. De hecho, esa es la base del informe que queremos comenzar a publicar trimestralmente. Incluso ahora podemos demostrar cuánto se ha hecho desde el punto de vista de la participación, desde enero, todas las reuniones que se llevaron a cabo en el terreno, con quién hablaron, qué se hizo, qué organizó GSE. Este es un proceso en curso. Estos países serán el foco o las áreas prioritarias debido al potencial que tienen. No serán los únicos países y vamos a demostrarles eso a medida que avancemos con el informe y demostremos dónde y con quién interactuamos.

SALLY NEWELL COHEN:

Adelante.

JUSTINE CHEW: No, no. Usted primero.

SALLY NEWELL COHEN: Lo único que quería agregar es que estamos trabajando con un subgrupo de los IRT y queremos ver cuáles son sus planes y también sus contribuciones. Habla Justine Chew. Esta es información útil. Gracias por las respuestas. Ustedes saben muy bien que At-Large está aquí para ayudar y esperamos que ASP sea un éxito en la próxima ronda. Estamos dispuestos a compartir la información que usted mencionó antes. Queremos también conocer los planes de GSE y contribuir a cerrar las brechas que pueda haber. Gracias.

JONATHAN ZUCK: Sí. Cuanto antes mejor en cuanto a poder brindar opiniones y aportes originales. Creo que alguien que quiere hacer una pregunta en forma remota.

YEŞİM SAĞLAM: Hay una pregunta remota de Fatimata Seye Sylla. La pregunta es: “¿Hay planes para un proyecto piloto en un país en desarrollo para mostrar lo que está haciendo con los gTLD? Esto podría hacerse en colaboración entre decisores de los gobiernos, sector privado, sector académico, organizaciones de la sociedad civil, etc.”.

SALLY NEWELL COHEN: ¿Podría repetir el principio de la pregunta? ¿Hicieron referencia a un programa piloto? ¿Podrían leerlo de nuevo?

YEŞİM SAĞLAM: Sí. La pregunta es: “¿Hay planes para brindar apoyo para un programa piloto en un país en desarrollo para mostrar qué son los nuevos gTLD? Esto podría hacerse a través de una colaboración entre decisores gubernamentales, empresas del sector privado, sector académico, organización civil, etc.”.

BOB OCHIENG: Quizá tengamos que entender a qué se refiere específicamente. Lo que estamos implementando es una lista curada de estudios de caso y casos de uso para demostrar de qué forma se han utilizado los TLD .MARCA en diferentes entornos. Cómo lo han utilizado los diferentes actores para que puedan usar esto para mostrar lo que hacen diferentes partes interesadas y para mostrar lo que hacen otros con nombres diferentes. Ofrecemos una lista curada con los diferentes TLD, marcas. También queremos ver la diseminación geográfica en diferentes regiones. Lo que estamos viendo es que esto es algo que queremos llevar a cabo para mostrar cómo se pueden utilizar o cómo se están utilizando los nombres de forma innovadora. Queremos ver cuáles son sus sugerencias.

JONATHAN ZUCK: Aziz.

AZIZ HILALI:

Voy a hablar en francés. Gracias, Sally y Bob, por su trabajo y su presentación. Quisiera decir algo en línea con lo que ya dijeron otros. Todos sabemos cuáles son los resultados de la primera ronda de gTLD. Hubo muy pocas solicitudes en África, en América Latina y en algunas partes de Asia.

No tengo dudas de que ustedes están trabajando mucho en este sentido pero mi pregunta es cuál es la decisión que tomaron. ¿Tener nuevos solicitantes para los nuevos gTLD, específicamente para el proyecto de ASP? Les voy a dar un ejemplo. Tuvimos un foro sobre el DNS. Hubo muchos solicitantes y en general ellos son quienes más información deberían tener con respecto a este programa. Sin embargo, muy pocos tienen información y, tal como dijo Fatimata, cómo podemos hacer que nuestros gobiernos tomen más conciencia de los nuevos gTLD.

En Marruecos solo reaccionan cuando reciben el impacto de un problema con los ccTLD. Los alcaldes de ciudades que tienen un nombre secreto, tenemos también el aspecto religioso. Esos son temas muy sensibles en algunos países y algunas regiones. ¿No pensaron en una iniciativa para hacer una evaluación y una investigación? Al igual que hicieron para la aceptación universal, para que pueda haber fondos para ver cuánta conciencia hay con respecto a este tema. De esta forma se podría motivar a la gente a presentar solicitudes porque los gobiernos, la sociedad civil y los diferentes actores deberían estar

más informados. En África me pregunto si no habría que trabajar un poco más. Quisiera saber qué opinan ustedes al respecto. Gracias.

SALLY NEWELL COHEN:

Gracias. Gracias por estas preguntas. Todo es parte de lo que estamos considerando. Usted hizo una pregunta específica con respecto a los gobiernos. Empezamos a desarrollar el aspecto de la campaña porque el mensaje para los gobiernos es concientización y el valor. A medida que desarrollamos la lista objetivo, por así llamarla, de aquellos en los que nos vamos a enfocar. No les puedo decir exactamente quiénes son porque estamos adaptando el mensaje en función de esto. Tiene toda la razón. Es una combinación del equipo de participación con los gobiernos, del equipo de participación de partes interesadas. Trabajamos también con el GAC y creo que el IRT también. Tenemos que ver cómo llegar a las personas adecuadas en los ministerios, en los gobiernos. Por eso hablamos acerca de cuál es esta lista de regiones y países, porque nos parece que nos conviene ser estratégicos y llegar a las personas correctas en los lugares adecuados donde hay oportunidades.

Usted también preguntó acerca de si vamos a continuar trabajando en África. Sí. Desarrollamos muchísimas actividades en África, especialmente recientemente por la Coalición para África Digital, por el programa de subvenciones. Pensamos que ese es en un lugar donde tenemos el máximo impulso y por eso queremos crear eso también en otras áreas donde no hay un foro de coalición. Creo que estoy

respondiendo a su pregunta. Vamos a apuntar específicamente a esos gobiernos y a esos ministerios.

BOB OCHIENG:

Además, Aziz, yo estuve en el último foro del DNS y creo que usted tiene razón al señalar que a veces la reunión atrae solicitantes potenciales. Por tanto, hay trabajo por hacer allí. Ahora nos esforzamos en identificar y demostrar que hay mercado en algunas regiones. Hace cinco o seis años, si a un emprendedor le hablamos acerca del DNS, el espacio de nombres, no nos prestaban mucha atención.

Preguntaban cuál es el tamaño del mercado. A lo largo de los últimos cinco años, hemos visto que la ICANN encargó dos estudios, uno en África, el estudio del mercado del DNS, y el actual, que creo que se va a lanzar oficialmente mañana. Esta investigación es importante para demostrarles a diferentes grupos de partes interesadas, incluidos los gobiernos, cuál es el valor exacto de la economía digital, cuál es el potencial que tiene. Cómo se desarrolla en otros lugares. Sin evidencias empíricas, a veces es muy difícil convencer a alguien de que esto es algo que vale su tiempo. Estos estudios han sido útiles, especialmente en la región de África. Ahora tenemos un estudio posterior y probablemente ustedes podrán hablar acerca de ese tipo de mercado con autoridad. Si alguien toma esta decisión será una decisión informada. En cuanto a foco especial, esta es una inversión que la ICANN ya hizo pero, por supuesto, como dijo Sally, trabajamos en estrecho contacto con los vicepresidentes regionales que

comprenden y conocen muy bien a sus regiones y, por supuesto, también con las RALO. Muchas gracias.

SALLY NEWELL COHEN: Quería agregar rápidamente que la diferencia entre la ronda de 2012 y ahora es que en ese momento no teníamos GSE en términos amplios. Tenemos mucha más inteligencia con respecto a las diferentes áreas y eso creo que va a marcar una gran diferencia. Es una oportunidad. Nos gustaría que los gobiernos, el sector académico, que todos trabajen en este sentido pero quería agregar que ahora tenemos más, más información y más trabajo en el terreno.

JONATHAN ZUCK: ¿Alguien más quería hablar?

JABHERA MATAGORO: Muchas gracias. A partir de lo que se estuvo diciendo y la perspectiva de AFRALO, le agradecemos a Bob que esté aquí con nosotros pero a partir de la conversación vemos que se necesita prestar atención especialmente en la región africana. Quizá podemos aprender de la experiencia. Entendemos que algunos gobiernos en África tomaron la iniciativa de subsidiar la conectividad, por ejemplo, utilizando fondos universales.

Coincido con Fatimata en que la ICANN podría pensar en tener una forma especial de manejar este tipo de solicitudes. [105.000] dólares

no es tanto. Es algo posible para una organización africana, honestamente. En lugar de solamente crear conciencia, la ICANN debe dar un paso adelante muy importante para lograr una mayor participación en África y en otros países en desarrollo. Esa es mi observación personal. También coincide con el comentario que se hizo anteriormente.

La segunda observación sería que en 2012 la guía para el solicitante tenía 308 páginas. Imagínense. Bob mencionó que el presupuesto quizá sea 200.000 o 295.000. ¿La cantidad de páginas también va a aumentar? Creo que tenemos que facilitar el ingreso para que la solicitud sea realmente inclusiva.

JONATHAN ZUCK:

Gracias. Creo que lo de facilitar formará parte del programa de apoyo que estamos tratando de organizar. En la última ronda también fue necesario para muchos solicitantes. Incluso empresas en el mundo desarrollado precisaban recurrir a consultores y a otros. Vamos a tratar de que esos consultores estén disponibles, y de eso se trata el programa, para cerrar esa distancia entre los requerimientos legales de la solicitud y la facilidad de ingresar para nuevos participantes. Creo que Tijani era el siguiente en la lista.

TIJANI BEN JEMAA:

Gracias, Jonathan. Gracias, Sally y Bob, por esta presentación. El programa de apoyo para el solicitante comenzará en unos pocos meses. Para tener éxito, la campaña de comunicación debe llevarse a

cabo antes de que se inicie el programa, para que la gente tenga información del programa y que pueda prepararse, etc. El problema es que la campaña no puede comenzar con elementos desconocidos como la tarifa para la solicitud. Seguramente lo sabremos pronto. También los fondos asignados al programa de apoyo al solicitante.

No creo que la gente quiera perder dinero y tiempo para presentar una solicitud si no van a recibir apoyo porque no hay dinero suficiente para hacerlo. Estos son elementos clave de la campaña de comunicación. Tenemos que contar con eso muy pronto. Ya estamos un poco demorados para la campaña de apoyo al solicitante. Si pudiéramos tener estos elementos ahora, especialmente en la fase de trabajo en las bases, entonces usted tiene razón. Las ALS y los miembros individuales de At-Large son un muy buen lugar al que recurrir para esta comunicación.

Mi sugerencia es que esta colaboración con las ALS y los miembros individuales debe hacerse siguiendo un proceso claro y con un marco claro de trabajo. No creo que nadie pueda decir: “Voy a llevar a cabo esta campaña aquí”. Para esto hay que definir bien las cosas. Esto lo va a hacer el personal, las ALS y los miembros individuales, para que el trabajo sea claro y siga un proceso claro. Gracias.

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Tijani. Excelentes observaciones. Quisiera pasar la conversación lejos de la crítica del programa de difusión de la ICANN y que esto sea una tormenta de ideas para ver qué podemos hacer como

comunidad para coexistir con ese programa porque a través de ejemplos específicos quizá podríamos traer a la superficie cosas que supongan mejoras pequeñas en lugar de conversaciones abstractas sobre el programa. Todos nosotros tenemos ideas sobre comunidades con las que podemos comunicarnos y demás.

Comencemos una conversación. Quisiera volver a abrir la cola de preguntas sobre este tema. Me gustaría escuchar sus ideas, con quién comunicarnos, a través de quién, cómo. A través de este programa se habló de una serie de materiales y ese tipo de cosas. No sé si existe ese tipo de cosas, casos de estudio y demás. Lo que sea que podamos hacer para tratar de priorizar la demanda. Creo que sería útil también para la organización. Adelante, Amrita.

AMRITA CHOUDHURY:

Nos interesa. Tenemos un par de preguntas también que querríamos aclarar. Cuando se habla de la campaña y hay distintos niveles de información inicial, más de detalle a la audiencia segmento, una pregunta que tendría para la organización es que se hizo mucha investigación, inclusive en el programa de apoyo al solicitante. Tendrían un segmento de audiencia específico u organizaciones de la sociedad civil o entidades a las que no se acercaron. ¿Qué apoyo financiero hay ahí? El apoyo al solicitante lo tendrán que tener para manejar el sistema en el futuro. ¿Hay alguna idea sobre este tema que hayan estado viendo? ¿Qué tipo de entidades serían? Eso nos ayudaría a comunicarnos con nuestras ALS para pensar un poco más en esto.

JONATHAN ZUCK: Quizá podemos ir una por una. ¿Qué le parece? Porque no voy a poder recordar todo lo que diga.

AMRITA CHOUDHURY: Necesitamos educar a las ALS, crear más capacidad en la comunidad. Primero para que obviamente puedan vincularse. Esto ayudaría.

JONATHAN ZUCK: Pastor Peters.

PASTOR PETERS: Quisiera reforzar el comentario del Dr. Jabhera. Mi perspectiva es la del usuario final de Internet. Entiendo que este programa tiene que ver con campañas, con participación. La importancia de la participación, del espacio público. Ayer propuse si la organización tiene un grupo que se pueda utilizar para vincularse con distintas partes interesadas en África para hacer lobby con actividades en las distintas estructuras de la ICANN y la preocupación es que se pierda el tiempo en el vínculo con el gobierno, con este grupo de lobby que se utilice de una manera más eficiente. Comentarles sobre la importancia y las ventajas que esto traería aparejado. Me preocupan los valores de los que se propusieron, de 200.000 a 290.000 dólares. Si convertimos eso a francos de Ruanda, 1.700 francos. Eso es un monto muy importante. Es un problema a confrontar en el área de África.

Finalmente, tenemos que extender esto a las bases. Si vemos las estadísticas descubriremos que el nivel de alfabetización en África no se puede comparar en Europa o en América. Es difícil que occidente implemente estos programas por los recursos informativos de los lugares que nosotros venimos. Hay mucho por hacer, a considerar. Por eso ICANN tendría que prestar más atención a los países en desarrollo y a la región africana para tener éxito con este programa. Gracias.

JONATHAN ZUCK:

No debemos hablar de lo que debemos hacer sino de lo que podemos hacer. A qué audiencia podemos llegar, qué convenciones podríamos tener, asistir, qué actividades podemos encarar para integrar este programa, para incrementarlo. Qué es lo que podemos nosotros hacer como aporte. Claire.

CLAIRE CRAIG:

Quisiera brindar apoyo a lo que decía Rodney Taylor al principio. Como decía Jonathan, ¿qué podemos hacer? Hay muchas organizaciones del Caribe que quizá no estén alineados con las ideas de las ALS, los gobiernos, las personas que pueden estar interesadas en la participación en la nueva ronda de gTLD. Quisiera sugerir que la ICANN siga colaborando con algunas de estas organizaciones. Ya lo hace con la CTU, CaribNOG, CARICHAM. Hay una serie de organizaciones. Probablemente podamos trabajar con la ICANN para ayudar a ICANN a vincularse con las personas a las que queremos atraer a este tipo de iniciativas. Estamos dispuestos a trabajar con ustedes para divulgar el

mensaje, porque es muy importante para nosotros tener solicitudes que surjan de ahí.

BOB OCHIENG:

Muy rápidamente. Después le voy a pasar al Dr. Jabhera y a Pastor Peters la palabra. En esta parte de la asignación, yo estuve en el equipo GSE para África. Pueden imaginar que tengo una mejor idea de dónde vienen porque llevo trabajando con la región desde hace tiempo ya. Creo que tenemos una asignación para demostrar cuál es el valor del nombre de dominio, lo que significa solicitar uno, operar uno. Hay valores involucrados, por supuesto, pero probablemente tengamos que demostrar el valor del nombre de dominio a estos grupos importantes de partes interesadas incluidos países. Algunos les dirán que los valores son relativos según como uno los evalúe. Recordemos que esto es precisamente por lo cual está el programa de ASP que apunta a las regiones subatendidas y subdesarrolladas.

Vamos a hacer una participación prioritaria reconociendo este hecho, priorizando las regiones y trabajando con ustedes de manera estrecha para verificar que esa oportunidad en ASP se explote en la medida de lo posible en las regiones que están subatendidas y África está sin duda en esta área. También tenemos las puertas abiertas a ALAC, At-Large, a las RALO, también a los miembros del GAC para darles acceso abierto a todos, a los gobiernos y a los demás para poder hablar de estos temas según sea necesario. Necesitamos su ayuda.

JONATHAN ZUCK:

Uno de los hallazgos de la revisión de ccTLD de la que habló Sally es que hay un estudio de cohortes. Esta idea de que este es el tipo de organizaciones y empresas que se presentaron en la ronda previa, hay un estudio pequeño, un muestreo pequeño pero la idea es tener organizaciones y empresas similares en las regiones subdesarrolladas e irles a preguntar por qué no se presentaron.

En primer lugar eran los casos de negocios. Entiendo los casos que llevaron al éxito en el primer programa de gTLD. No tiene que ver con los valores involucrados porque el dinero inclusive se puede encontrar en el mundo en desarrollo para esto. El tema es si vale la pena gastarlo en esto. Esta es la pregunta. ¿Voy a pagar esto? ¿Lo voy a tirar por la cañería? ¿Para qué va a servir? Tenemos una cantidad de solicitudes y ni siquiera lo estamos usando. Es otra mentalidad. No quiere decir que el dinero no esté pero es más precioso. Si lo vamos a gastar tiene que servir para algo. Tenemos que tener casos de negocios que nos sirvan para abrir las puertas para hablar con estas organizaciones. Disculpas por meterme en el medio de la cola de preguntas.

NATALIA FILINA:

Natalia Filina, secretaria de EURALO. Participo en el trabajo de difusión y participación en mi región. Quiero agradecer a Sally por su presentación y por incluirnos a nosotros en esta área de trabajo. Espero que sepan que hacemos mucho en los temas distintos de la ICANN, cuando hablamos de difusión y participación, para llevar en estos temas para el año fiscal siguiente. La pregunta es: ¿Entendemos que no somos un solo canal de difusión de información sobre este

tema? ¿Podemos quizá ver la imagen de nuestra comunidad de aquí a seis meses? El trabajo de difusión es muy importante para verlo desde el punto de vista dinámico y tener la oportunidad de aprender de las lecciones, no de los errores. Tenemos un curso en diciembre o algo así para entender qué es lo que hace falta hacer adicionalmente. Muchas gracias.

JONATHAN ZUCK: Gracias, Natalia. Rodney.

RODNEY TAYLOR: Rodney Taylor, CTU. Quisiera reiterar en términos de la estrategia. Hay 20 estados miembros. Son miembros de CTU. Se trabajó en Trinidad y Tobago, y estuve viendo el informe de Albert Daniels para ver información en este informe para ver qué sucede en los países del Caribe que, como son pequeños, sería más efectivo trabajar a nivel regional. Hay algunas ALS en el Caribe que no están muy activas en este momento. Es importante que tengamos una apreciación de las que son activas en la región.

Tenemos en agosto un foro de gobernanza de Internet en Guyana y queremos incrementar la concientización en la región junto con la Cámara de Comercio porque es una oportunidad de negocios. Finalmente, respecto del caso de negocios, por supuesto, hay organizaciones, otras sin fines de lucro y demás que ven el valor de tener un nombre de dominio para incrementar la concientización de

derechos de niños, mujeres y demás. No necesariamente todo es comercial. Tenemos que tenerlo en cuenta. Muchas gracias.

JONATHAN ZUCK: Gracias, Rodney. Amrita, adelante.

AMRITA CHOUDHURY: En términos de las organizaciones es muy difícil ver cuál pero algo que me viene a la mente, hay países más pequeños que pueden ser coalición entre miembros del GAC y GSE, asociaciones de la industria, ALS, que nos ayuden a conseguir que haya más gente en eventos como pasó en la última ronda en algunos lugares y participamos en ello. Hablando en eventos de la industria, de la asociación.

A menudo la gente de las ALS participa haciendo que GSE venga a hablar. Hay trabajo que puede funcionar pero tiene que ser en forma de coalición porque muchas veces hay distintas voces de distintas partes interesadas y eso ayuda a reforzar el concepto. La colaboración es esencial en distintos lugares, países, que tienen distintas razones por las cuales las cosas pueden funcionar o no pero queremos más detalle.

JONATHAN ZUCK: Gracias, Amrita. Satish.

SATISH BABU:

Satish, de ALAC, Asia-Pacífico. El primer comentario sería que pasaron 12 años de la última ronda. Es mucho tiempo. El mercado ha cambiado. Habrá nuevos solicitantes y mercados, empresas que son potenciales que quizá no existían en la última ronda. Hay nuevas cosas que estamos sacando, IDN, por ejemplo, las variantes. Tenemos que evaluar el mercado y ver lo que ha cambiado y adónde debemos apuntar, a qué segmento, en primer lugar.

En segundo lugar, veo como un embudo. Está la concientización, ver el valor, eso ya se comentó, del nombre de dominio y quiénes son los potenciales en la métrica de los nuevos mercados con una matriz del mercado. Se puede hacer con cierto esfuerzo. Se pueden conectar solicitantes con incubadoras, potenciales prestadores de servicios. Hay distintas cosas, distintos mecanismos. Por ejemplo, las redes sociales no se usaron en la última ronda. Quizá esta vez podemos hacerlo. Muchas gracias.

JONATHAN ZUCK:

Muchas gracias. Es un muy buen punto de inicio de la conversación. Vamos a seguirla entre nosotros, tratando de ver cuál es nuestra estrategia en coordinación con GSE. Tenemos que ver lo que están haciendo y que nos inviten a las cosas que están haciendo y nosotros hacer lo mismo a nivel RALO o ALS para tener apoyo y ayuda en forma de materiales. Hay información para respaldar estas ideas. Seguiremos en esta conversación internamente. Es un muy buen punto de partida de la consideración de todo. Los materiales van a representar una gran diferencia. No sé si en su cronograma, que estaba muy pequeño en la

pantalla, si tenían algo que sea menos abstracto, más concreto en términos de casos de estudio. Se dijo algo similar. Cómo se demuestra el valor de un gTLD a un potencial solicitante o a la gente a la que queremos contactar, que no es un solicitante típico.

SALLY NEWELL COHEN:

Sobre los materiales, estamos finalizando el primer conjunto, el inicial, de materiales para estudiar. Los casos de estudio están en desarrollo ahora. Siempre es un desafío que la gente hable de los modelos de negocio pero estamos tratando de conseguir información. Esto sería contenido que se va autorrenovando. Hubiéramos querido terminarlo para esta reunión pero estamos un poco demorados. Esperamos que a fin de mes ya esté.

CLAIRE CRAIG:

Gracias, Sally. Quisiera acotar que en este periodo en el que está hablando de conciencia de la comunidad pareciera ser un periodo crítico en el que tenemos que comunicarnos, participar con la comunidad. En ALAC y en At-Large estamos dispuestos a trabajar en estrecho contacto con ustedes porque es importante que tengamos éxito en la próxima ronda, por lo cual lo que sea que podamos hacer para ayudar, como dijo Jonathan también, trabajemos con las RALO para que esto suceda de la mejor manera que podamos.

JONATHAN ZUCK: Este es un ejercicio de creación de capacidad. Quizá haya que pensarlo no solo en concientización sino cómo entrenar a la gente que tenemos para hablar de manera articulada sobre la propuesta de valor, los ASP, pensarlo de esta manera. Hay gente que quiere participar en este ejercicio de desarrollo de capacidades. Muy bien. ¿Quieren comentar algo para cerrar?

BOB OCHIENG: Estoy de acuerdo en este tema. Volviendo al tema de los KPI, esto no es solamente responsabilidad de una organización. Va a haber un informe conjunto sobre cómo la organización y la comunidad funcionaron en este mensaje, para que este mensaje llegue a las audiencias adecuadas en el momento adecuado para que tomen una decisión informada. Es una alianza desde el principio. Hay que brindar materiales. Haremos todo lo que podamos en nuestro sitio, que ahora está en vivo, de gTLD. Ya sea ASP o RSP que nos ayuden a divulgar las ideas, integrar esto en los planes regionales. Estamos a su disposición para crear capacidad a nivel de RALO a medida que avanzamos y que surge nueva información y trabajemos juntos para implementar estos programas. Muchas gracias.

JONATHAN ZUCK: Muchas gracias. Tal como se dijo en el chat, el modelo que perseguimos muchos de nosotros surgió del grupo directivo de aceptación universal y tiene que ver con esta idea de realmente preparar un paquete de forma tal que sea más fácil ejecutarlo. Esta es

la presentación. Esta es la grabación. Esto es lo que llamamos el documento de las preguntas y respuestas frecuentes para que alguien simplemente pueda tomar todo eso y estar preparado.

Esta conversación recién empieza. Vamos a continuar manteniendo conversaciones internas. Nos alegra que ustedes hayan podido estar con nosotros y compartir sus planes. Esperamos que esto se vuelva algo menos abstracto y más concreto. Esperamos seguir trabajando con ustedes. Tenemos un grupo fantástico aquí y creo que entre todos podemos hacer mucho, especialmente en el área de ASP. Quizá más que en el área de RSP porque son las cosas y las comunidades a las que tratamos de llegar. Muchísimas gracias. Gracias a todos por su tiempo.

[FIN DE LA TRANSCRIPCIÓN]