
HYDERABAD – Espacio de LAC
Sábado, 5 de noviembre de 2016 – 15:15 a 16:45 IST
ICANN57 | Hyderabad, India

VOZ MASCULINA SIN IDENTIFICAR: [Expresión en idioma extranjero]

VOZ MASCULINA SIN IDENTIFICAR: Se suponía que tendríamos intérpretes. Probablemente estén en camino. Podemos hacerlo en inglés.

AGUSTINA CALLEGARI: Bueno, nuevamente en inglés. Mi nombre es Agustina Callegari de Argentina. Vamos a hablarles sobre la iniciativa llamada Taller de Gobernanza, que es un curso sobre Gobernanza de Internet que se imparte para gente joven en América Latina. El curso comenzó como una iniciativa de Mark... no puedo pronunciar su... [inaudible] que fue miembro de NextGen durante la reunión ICANN 53. El año pasado, si estoy en lo correcto, el año pasado... o este año fue. A principios de este año presentaron un curso en Brasil en la Universidad de San Pablo para 50 personas.

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.

Entonces decidimos responder a esta iniciativa en otros países de la región como Argentina y Uruguay, así que hace dos semanas... y Lucas me está diciendo que uno también se realizó en [inaudible]. Y entonces, hace dos semanas hicimos este curso en la Universidad de Torcuato Di Tella en Buenos Aires con más de 50 participantes de todas las partes interesadas y con una gran cantidad de jóvenes que participaron en el curso. Fue un curso de todo el día con diferentes modelos como Gobernanza de Internet para [Principiantes], Cómo funciona Internet, Aspectos sociales y legales de Internet, y también un modelo sobre oportunidades e iniciativas nacionales para la gente allí.

Supongo que me estoy olvidando algo.

[MARTIN]:

Supongo que sólo para terminar y concluir es que, el curso está siendo preparado por un comité de múltiples partes interesadas, si me lo permiten, de jóvenes. Todos tenemos menos de 30. Todos somos parte de la comunidad de la ICANN del programa Fellowship o NextGen, y estamos utilizando esa red para traerlo a nivel regional. Así que tenemos a Brasil, tenemos a Buenos Aires, tenemos a Uruguay, y ya hay [planes] para traerlo a otros países como México, Colombia, Venezuela, Paraguay, Chile. Es para principiantes. Lo puede tomar desde un ingeniero hasta alguien que acaba de terminar la secundaria, y

todavía se encuentra en modo piloto. Y todavía estamos elaborando las versiones finales de lo que queremos hacer y cómo queremos hacerlo. Pero la idea es tener un curso que sea multisectorial, hecho y dirigido por jóvenes, y que tenga como objetivo presentar la Gobernanza de Internet para la vida cotidiana de los estudiantes.

AGUSTINA CALLEGARI: Gracias.

RODRIGO DE LA PARRA: No, gracias, [Martin] y Agustina por esta presentación y felicitaciones por la iniciativa. Va realmente muy bien. Muy, muy prometedor. Ya hay tres ediciones de esta iniciativa. Así que felicitaciones. Sigán haciendo un buen trabajo.

Todavía estamos esperando a Ram y continuaremos con nuestro orden del día. No lo sé, Dustin, si estás listo para tu presentación. Tenemos un invitado especial, Dustin. Nos va a presentar algo que quizás todos conozcan, es el famoso wiki de la ICANN, pero ahora van a poder verlo en español, lo cual es realmente algo muy bueno, un muy buen proyecto. Gracias por hacerlo. Les cedo la palabra, muchachos.

DUSTIN PHILLIPS:

Gracias. Soy Dustin Phillips y ella es mi colega, Jackie Treiber, que está conmigo. Si han visto todas las caricaturas como estas que están flotando por allí... lo que me recuerda que tengo que darle a Rodrigo su... que hacemos eso. Lo que hacemos es jugar a las cartas. Tenemos un recurso para los recién llegados, así como para las personas que ya están involucradas.

Hemos estado trabajando con Dominios Latinoamérica y SSIG para traducir este contenido a español. Y como pueden ver, tenemos 26 artículos y todos son traducciones directas del contenido en inglés, pero básicamente queremos venir aquí y hacerles saber que esto existe en español y que queremos seguir construyéndolo y nos alegra recibir su apoyo de cualquier manera que puedan, en caso de que quieran colaborar. No necesitamos que todo sea una traducción directa. Queremos que también se desarrolle contenido local, así que si hay algo en su región sobre lo que quisieran hablar o escribir, entonces no duden en comenzar un artículo desde cero.

Estamos buscando un poco de entusiasmo y emoción en la comunidad y que nos ayude a construir la versión en español para que sea tan buena como la versión en inglés.

Jackie, ¿tienes algo para agregar?

JACKIE TREIBER: Seguro. También quería mencionar que estaremos en el IGF en Guadalajara y que allí se llevará a cabo un evento de editatón donde también se podrá desarrollar contenido original en español. Así que si alguno de ustedes va al IGF, nos encantaría verlos allí. Esta es una iniciativa realmente emocionante, creo, y es fantástico tener un recurso sobre Gobernanza de Internet en español. Gracias.

VOZ FEMENINA SIN IDENTIFICAR: ¿Aceptan artículos en portugués?

DUSTIN PHILLIPS: No en el sitio en español. Pero estaríamos encantados de trabajar con la comunidad lusoparlante para poner un sitio en portugués también. Nos encantaría eso.

VOZ FEMENINA SIN IDENTIFICAR: Bien. Gracias.

VANDA SCARTEZINI: Tenemos el placer de contar con la presencia de Ram Mohan aquí. Creo que la mayoría de las personas lo conocen muy bien de la Junta Directiva. Nos dará una visión general de lo que está ocurriendo en la India. No sobre la vida en la India, sino sobre el mercado de [afiliados] que está muy bien aquí y por ser indio,

también, es importante que nos hable de lo que siente sobre el mercado y las oportunidades que tenemos en la India. Gracias.

RAM MOHAN:

Muchas gracias y gracias por invitarme a venir aquí. Si buscan India y DNS en Google, encontrarán ya una gran cantidad de datos y estadísticas sobre la India. Así que no voy a detenerme en ese tipo de detalles y esos tipos de cifras. La India es realmente, como ustedes saben, un país de números muy grandes. Esta mañana estuve hablando con gente del Ministerio y me decían que en un día en la India, todos los días, se suman a Internet 70.000 nuevos usuarios. Eso sucede todos los días de cada año.

Es algo significativo. Hay personas con quienes hablo y comentamos cifras como ésta y dicen: "Bueno, así que en el lapso de dos o tres meses hay suficiente gente que se une a Internet que es más que la población total de un país". Pero así es.

El idioma que hablo, el tamil, es una lengua minoritaria en la India. Somos uno de los idiomas más pequeños de la India. Tan sólo tiene 80 millones de personas que lo hablan. Pero si observan el DNS en sí y miran el mercado del DNS en la India, diría que hay tres aspectos claros del mercado del DNS en la India.

Primero, veamos el mercado de nombres de dominio dentro de la propia India. Todavía está dominado en gran parte por .com. Punto-com tiene una marca elevada aquí en la India. Pero a partir de 2005 el gobierno empezó a invertir en .in y abrió las políticas para .in. Y con ello, .in creció a partir de 2005 cuando había 6.000 nombres en .in. Ahora mismo, existen aproximadamente 2,2 millones de nombres de dominio en .in.

Lo otro que ha ocurrido en .in es que el país decidió crear un modelo separado de registro-registrador, y como resultado de ello existen algo así como unos 60 registradores, registradores indios locales, dentro de la India. Y al hacerlo, lo que ha ocurrido es que estos registradores han empezado a [comprender], y muchas de las políticas se moldearon de alguna manera después del tipo de políticas de gTLD. Así que si observan la tecnología pura y la capacidad técnica, muchos de los registradores, si se capacitan para funcionar con .in, prácticamente estarán capacitados para funcionar con .org o están capacitados para funcionar con otros gTLD. Por lo que se actualiza automáticamente esa capacidad.

También ha habido cientos de trabajos que se han creado como consecuencia de eso. Ahora existe un mercado vibrante para los nombres de dominio de .in.

Dejando el mercado a un lado, en términos de usuarios reales, .in es un nombre de dominio un muy sólido y muy utilizado en la India. No solía ser así antes. Pero ahora es un nombre de dominio muy utilizado en la India. Ustedes probablemente habrán visto cuando llegaron al aeropuerto o verán durante todo el trayecto carteles publicitarios en otros lugares. Verán nombres de dominio .in. No solía ser así 10 años atrás. De hecho, cuando llegué a la India en 2004 para tratar de convencer al gobierno de que debían liberalizar, una de las cosas que hice fue mostrar fotografías de instalaciones gubernamentales donde las direcciones de correo electrónico eran todas de Hotmail y Yahoo y Gmail.

Así que está esa parte del mercado de nombres de dominio... vibrante, creciente, con un mercado de nombres de dominio principal con registradores y un mercado secundario de revendedores de nombres de dominio que existe.

Si se fijan en el lado de la red, hay un poco de diferencia. Hace unos años en la India hubo un gran crecimiento en la capacidad del centro de datos y la capacidad de ancho de banda que se construyó, pero lo que sucedió durante un período de tiempo es que había un poco de superabundancia y el mercado se suavizó un poco. Algunos grandes proveedores de centros de datos en realidad terminaron con dificultades financieras.

Sin embargo, a gran escala, si observamos dónde está la India, todavía está un poco más en el negocio de centros de datos convencionales. Así que si miran las oportunidades dentro de la India, creo que hay una gran oportunidad orientada a la nube. Los grandes actores que son muy grandes en otras partes del mundo, todavía no están todos en la India. Así que desde la región de América Latina si hay buenos tecnólogos y buena tecnología, creo que hay una oportunidad aquí.

También saben que desde el simple punto de vista de los idiomas se habla portugués aquí en la India. Se habla español aquí en la India. Para aquellos de ustedes que tengan un par más de días, vayan a Goa y encontrarán que todo está en portugués, y otras cuestiones similares. Aquí se habla francés. Cuando se escucha a la gente decir que la India tiene múltiples idiomas, no son sólo los idiomas de la India. Existe el vestigio de su pasado colonial en realidad y hay un gran nivel de coexistencia en esa área.

Pero creo que lo que eso también significa es que desde una perspectiva latinoamericana, tanto culturalmente como lingüísticamente, existe un denominador común. Y si observan la inversión en la región de América Latina y viceversa, si van a esos lugares especialmente en la India... si ustedes van a Goa o las islas Nicobar o si van a Pondicherry o a otros lugares como esos... encontrarán que hay áreas de inversión especial que los

gobiernos han establecido para fomentar la inversión que no tienen que ver sólo con los idiomas de la India o con un enfoque en la India.

Lo último que pensé que también deberían saber es que si comparan el crecimiento de IPv4 frente al de IPv6 y ese tipo de cosas son la captación aquí en la India, como en muchas otras partes del mundo v4 es mucho más dominante que v6. Pero una de las cosas que creo que es una enorme oportunidad y que hay una tremenda cantidad de inversiones que se están concretando es en las ciudades inteligentes y pueblos inteligentes. Permítanme dedicar un minuto para hablar sobre esto.

India tiene más de 200.000 pueblos pequeños, y el gobierno está vertiendo una gran cantidad de inversiones en lograr que esos pueblos no sólo estén conectados, sino que en realidad estén digitalmente vivos. Pero para llegar allí, en realidad necesitan tanto la asistencia técnica, como algunas inversiones, si se quiere, para aumentar la capacidad en esas áreas. Las ciudades inteligentes y pueblos inteligentes son una iniciativa importante y si se fijan en la colaboración, diría que probablemente sea el área número uno para colaborar.

De hecho, hace un par de días, ayudé a trabajar con el Hackatón aquí cerca y déjenme decirles que he estado en otros

Hackatones. En este Hackatón, se presentaron 800 personas. En total había unos 70 equipos que se presentaron. Tuvieron que reducirlo. Se redujo a 25 equipos y eventualmente hubo 12 que se preseleccionaron.

Nuevamente, son números. La escala es enorme, pero la inversión también es enorme. Por lo tanto, si se fijan en IOT y la conexión con redes de malla de IOT y la conectividad digital real, hay una gran inversión y encontrarán un enorme nivel de interés e inversión tanto del gobierno estatal como de las autoridades del gobierno central. Y cuando digo inversión, si miran al gobierno del estado donde estamos ahora, por ejemplo, están invirtiendo en IOT y construyendo la red de una ciudad inteligente. Están invirtiendo más de mil millones de dólares en tan sólo en esa área. Así que hay muchas oportunidades. De hecho, en T-HUB, que es una incubadora no muy lejos de aquí, invitan a los empresarios a que vayan y construyan sistemas allí y proporcionan un ecosistema muy bueno.

Una vez más, se están haciendo fuertes inversiones y se invita a las personas para que vengan y hagan el trabajo, pero también están buscando asociaciones. Así que creo que todos ellos están donde va la próxima generación.

Si observan el país en sí mismo, creo que lo que verán es una combinación de dos cosas. La primera, que este es un país que

ha saltado por completo la generación de dispositivos cableados. Se ha pasado directamente de las personas que no están en Internet a estar directamente en un teléfono inteligente. Y un teléfono inteligente aquí en la India cuesta alrededor de \$40. Así que aquí se pasa directamente de no tener Internet a estar en un teléfono inteligente. Y eso está potenciando a una generación de pequeñas empresas que en realidad no conocen las cosas convencionales que sabemos sobre Internet. Su convención sobre Internet es en realidad más de un mundo que está dominado por WhatsApp, que está dominado por Viber, que está dominado por las redes sociales y el comercio que funciona por encima de las redes sociales. Una vez más, es una generación que se está trasladando a la tecnología digital móvil en lugar de digital en primer lugar.

Los próximos quinientos millones de personas en Internet va a venir de aquí, tan sólo de este país. Y casi todos ellos van a empezar a entrar en Internet y experimentar Internet y comerciar en Internet, etc. directamente en el móvil. Así que las soluciones móviles, las soluciones de pago móvil, y cosas por el estilo son un gran éxito aquí en la India.

VANDA SCARTEZINI:

Gracias, Ram. Permítanme comenzar un poco con eso. Una cosa que pudimos ver en los últimos años fue el crecimiento de las

empresas locales que salen al exterior. Y hay una gran cantidad, al menos en Brasil, muchas organizaciones que están muy abiertas a establecer acuerdos. Y en Brasil, por ejemplo, muchas empresas utilizan instalaciones de la India, incluso con la complejidad de la zona horaria. Pero mi experiencia con los chicos técnicos de la India es que no les importa las horas del día así que están muy abiertos para trabajar en cualquier momento que sea conveniente para el cliente.

RAM MOHAN:

Sí, creo que hay una obviedad acerca de que tal vez no sólo son los indios, sino que la India y los indios, se puede esperar que trabajen en cualquier momento, y se puede esperar que coman en cualquier momento.

K. S. RAJU:

Así que [por favor] unas palabras de [inaudible] LAC [inaudible] conferencia. Soy K.S. Raju, un [inaudible] NETmundial. Estaba en otro [inaudible] modelo de múltiples partes interesadas y conectividad para pueblos rurales y conectividad [inaudible] sostenible. Y uno de los fundadores de [inaudible] inteligentes en la India. Qué ocurre hoy en vez de en el pueblo, lo que ocurre en la ciudad de alta tecnología o con uno de los fundadores de la ciudad de alta tecnología cuando la ciudad [de alta tecnología] se construyó desde cero. Lo que estamos

[construyendo] aquí. Seis millones de personas se están conectando a través de redes inalámbricas y de banda ancha.

Lo que estamos buscando es uno más en cada distrito y ciudad donde estamos creando agrupaciones. La agrupación es [inaudible] agrupación de pie y [cualquiera que sea]. En algunas áreas también estamos llegando [con] un plan. Tenemos una agrupación de español, agrupación de portugués, lo que sea. Y para todos los empresarios, Internet es plana. Internet es global. Y menos como la economía global debería ser local. Y este [religioso] se puede conectar. Y todos los [autores] de América Latina y la India. Todos [inaudible] lo mismo. Tenemos historia [inaudible]. Llegamos a América Latina, tenemos historia. Y en la India [tenemos] la historia.

Las culturas pueden agruparse y las culturas pueden convertirse en actores globales que [económicamente] han crecido. El futuro a nivel global es la agricultura, el ecosistema agrícola que se está afectando. Y si se vincula con el ecosistema, la gente y la economía, el mundo florecerá al igual que esta industria de negocios de \$4,5 billones.

Y las personas son personas de clase media. Y para las personas están [enganchadas], los pueblos están [enganchados] y la clase media está [enganchada], y si les dicen que lo harán, ellos

generarán el dinero. Y lo que sea que podamos hacer en América Latina, India puede hacer mucho. Muchísimas gracias.

VANDA SCARTEZINI: Gracias, Tony.

VOZ MASCULINA SIN IDENTIFICAR: Sí, quisiera expresar que estoy completamente de acuerdo con lo que dijo Ram sobre IOT. Hacia allí vamos. En Argentina, nuestra Asociación CABASE ya ha inaugurado un centro de coordinación, un mercado, para IOT con giras que estamos haciendo y estamos agregando infraestructura compatible con IOT a nuestros puntos de intercambio de Internet. Esa es la forma en que creo que tenemos que seguir, y estoy totalmente de acuerdo con Ram.

RODRIGO DE LA PARRA: Creo que podemos responder una pregunta más antes de empezar. Existen muchas similitudes entre las culturas y hay puntos en común como han dicho, para hacer cosas juntos. Una última pregunta de Andrés y luego empezamos con el otro.

ANDRÉS PIAZZA: Perdón, ¿la interpretación sigue funcionando?

RODRIGO DE LA PARRA: Sí, tenemos interpretación ahora. Así que si desea ponerse los auriculares y sentirse más cómodo hablando en español o en inglés puede [hacerlo].

ANDRÉS PIAZZA: Entiendo. Mi pregunta es sólo para Ram con el fin de conocer la tasa de crecimiento de los ccTLD y también sobre cuáles son los impulsores de su crecimiento... aparte de la creciente cantidad de miembros o usuarios de Internet en su país, pero estoy seguro de que hay algunos otros impulsores y si usted puede comentar algo al respecto. Muchísimas gracias.

RAM MOHAN: Gracias. Es una pregunta estupenda. Creo que el motor fundamental ha sido la liberalización de la política y el hecho de que el gobierno se ha quitado del medio del mercado. Lo que el gobierno ha hecho es, ha dicho que .in está disponible para todos, y lo que hizo el gobierno fue antes de la liberalización, desde el precio de un nombre de dominio .in para el mercado era mucho mayor. Costaba 1.500 rupias. Y lo redujeron a 350 rupias. Así que lo redujeron a más de un tercio por lo que hizo que sea mucho más asequible, en primer lugar.

En segundo lugar, lo que el gobierno también hizo fue en términos de políticas estables y creo que han hecho un muy

buen trabajo. Existe un Procedimiento de Resolución de Disputas que integra los requisitos locales. Hay una protección de marcas comerciales que integra los requisitos locales. Así que lo que ha significado es que las empresas locales no tienen que pensar, "Ah, tengo que ir a la INTA para disputar alguna cuestión. No tengo que registrar mi marca en Europa o en Estados Unidos". Si estoy aquí y si estoy trabajando a nivel local, puedo hacer que eso suceda.

Lo otro, lo último que hizo el gobierno fue hace unos tres años que iniciaron una campaña de publicidad en televisión y las redes sociales. Deberían buscarlo en Google. Hay vídeos de YouTube que están allí de la campaña publicitaria de .in. Y son geniales. Lo que hicieron fue que tomaron pequeños empresarios reales, por ejemplo, tomaron a alguien que estaba enseñando danza... danza india, esta mañana vieron una de esas danzas, que ella estaba enseñando a través de Skype... y lo que había hecho fue que ella tenía más gente que le pedía clases y así que puso un sitio web y el sitio web estaba en .in. Y así que hicieron de eso una historia y ellos dijeron, "Aquí tienen una historia real. Una empresaria, que está en el rubro del arte y que fue capaz de expandir su empresa por estar en línea". ¿Qué eligió ella? Ella eligió .in. Apela a lo emocional y además apela a lo intelectual. Y creo que fue muy eficaz.

RODRIGO DE LA PARRA: Muchísimas gracias, Ram. Creo que hemos aprendido mucho sobre la industria del DNS y algunas tendencias en la India. Lamentablemente, tenemos que seguir adelante con el orden del día. Ya estamos atrasados cinco minutos. Pero primero permítanme dar las gracias a Ram por estar aquí y compartir su conocimiento y démosle un fuerte aplauso.

VANDA SCARTEZINI: Así que a continuación, vamos a tener una presentación muy interesante de nuestra parte.

RODRIGO DE LA PARRA: Sí, así que si quieren ponerse de pie y obtener algunos auriculares voy a tratar de empezar a hablar en español, también. Así que eso es algo que podemos hacer.

Nos complace mucho estar en esta reunión porque vamos a presentar dos proyectos que forman parte de nuestra estrategia. Estos dos proyectos se han ido consolidando bastante bien con el compromiso de nuestros amigos del entorno multisectorial y estos proyectos se han materializado. Son una realidad concreta y tangible hoy en día.

Tan sólo quería decir que estamos muy contentos de presentarles dos de los principales proyectos de nuestra

estrategia regional, y que estaremos muy contentos de empezar a realizar entregas enérgicamente sobre estos resultados.

Mark está representando a este consorcio que formó un excelente estudio y capturó la realidad del sector del DNS en nuestra región. Así que muchas gracias por estar aquí y le cedo la palabra.

MARK:

Es un placer estar aquí. Nuestro objetivo aquí es hablar durante unos 20 minutos y luego, después de esos 20 minutos, ceder la palabra para preguntas para que también pueda haber una conversación.

Permítanme contarles un poco sobre el grupo que realizó este trabajo en el último año.

Tal vez podría mostrar la siguiente diapositiva.

Lo que vamos a hacer aquí es hablar sobre un informe que la ICANN tiene disponible en el informe preliminar. Acaba de pasar por un período de comentario público. Hemos recibido algunos comentarios públicos muy interesantes. También hicimos una presentación en República Dominicana y obtuvimos una gran cantidad de comentarios excelentes allí. Lo que estamos haciendo ahora es tomar los comentarios que obtuvimos para el informe, incorporar eso en un informe preliminar final, y se lo

vamos a dar a Rodrigo, y él publicará un informe preliminar final en poco tiempo.

Quiero dedicar tan sólo un minuto para presentarles a los compañeros que trabajaron en el proyecto. Hay cuatro organizaciones principales en el consorcio. Está Oxford Information Labs: un grupo que básicamente era el responsable del análisis de grandes cantidades de datos del DNS. Básicamente tomaron datos de WHOIS, tomaron datos de archivos de zona, tomaron enormes fuentes de datos, lo redujeron y buscaron cuáles eran las tendencias y cuál era la realidad en la región de América Latina, el Caribe y Sudamérica.

La LACTLD fue esencial para este trabajo. [Inaudible] aquí pero también Carolina Aguirre fue parte de nuestro trabajo. Una de las cosas que ocurrieron allí fue que la LACTLD realizó encuestas para entrevistas directas con personas sobre el terreno y en la región... registros, registradores, personas de ese ecosistema, ISP y también grandes empresas... fueron entrevistados todos directamente. EURid, el ccTLD europeo de .eu, también aportó su experiencia en los registros. Básicamente, proporcionaron parte del trabajo de la encuesta en términos de hablar con los registradores y averiguar cuál era la situación para los revendedores globales y los registradores globales.

Y finalmente, nuestra propia organización, que tiene experiencia en el DNS técnico, hizo algunos de los trabajos de fondo de los que Stacie hablará y luego también el trabajo técnico detallado que examina, por ejemplo, los efectos de tener servidores de correo en la región, los efectos de tener IPv6 y las DNSSEC y demás.

Tal vez si pudiera pasar a la siguiente diapositiva. Gracias.

Lo que vamos a hacer en segunda instancia aquí es que, en el informe que nuevamente Rodrigo ha puesto a disposición en línea, una de las cosas que ustedes puede ver en ese informe es la metodología: cómo abordamos nuestro trabajo. Eso es muy importante, pero por el poco tiempo que tenemos juntos y para asegurarnos de que podamos tener una conversación y hablar sobre algunos temas, hemos dejado la metodología en los documentos y no vamos a hablar mucho al respecto. En cambio, hoy vamos a hablar realmente aquí sobre de dos cosas.

En primer lugar, la investigación y los antecedentes que realizamos y los hallazgos que obtuvimos a raíz de eso. Y luego [Sentra] va a hablar un poco sobre las recomendaciones que surgieron de allí.

El equipo de la ICANN fue excelente, absolutamente excelente. Ellos pusieron esto en el contexto de hacer que este ecosistema funcione mejor para toda la región y creo que los resultados del

informe reflejan la excelente ayuda que recibimos del personal de la ICANN y también el excelente apoyo que recibimos de la comunidad en su conjunto.

Pero para informar sobre ese trabajo, una de las cosas que hicimos fue dar un paso atrás y echar un vistazo a Internet en el contexto de la región en general. Y para hablar de eso, permítanme presentar a Stacie Walsh.

STACIE WALSH:

Hola a todos. Gracias por invitarnos aquí. Soy Stacie Walsh. Si pudiéramos ver la siguiente diapositiva, por favor.

Voy a comenzar hoy hablando del entorno de Internet que encontramos en la región de ALC. Realmente, lo interesante de esto es que descubrimos que el desafío fundamental no estaba necesariamente en el lado de la oferta, sino en el lado de la demanda, y eso es para la industria de nombres de dominio así como para Internet en general. Y por lo tanto, esa la idea que la gente necesita ver un valor en conectarse y tener un nombre de dominio y además las habilidades para actuar en ese mercado.

Por ejemplo, el costo de la conectividad en la región no es prohibitivo. En realidad, cuando miramos los promedios a nivel mundial, los 13 países seleccionados que estábamos observando estaban en el promedio mundial de costos o por

debajo del mismo. Pero podría ser mejor. Todavía podría ser un poco más barato, más fácil, para que la gente se conecte.

Otro factor que consideramos fue el idioma, y hubo una falta de contenido local relevante que creemos que representa una barrera para la adopción. Y eso incluye todo desde lo social, cultural, empresarial y también el uso del sector público de Internet en los idiomas locales.

En términos de economía, esta región es muy grande, variada y descubrimos que no había necesariamente una fuerte conexión entre la facilidad percibida de hacer negocios en un país y la solidez de ese país en su PIB o economía del conocimiento. Creemos que esto está directamente relacionado con la política local, y eso no es sólo política digital, sino que también son políticas de mercado y competencia que generarían un entorno comercial estable para apoyar a las empresas emergentes, la innovación y la inversión interna.

Y finalmente, en términos de conectividad, cerca del 33% de la población está conectada a través de banda ancha móvil. Por lo general, la penetración de banda ancha móvil es el doble que la de banda ancha fija, lo que significa que las personas se conectan a través de dispositivos móviles. En ese caso, están teniendo mucho menos contacto con nombres de dominio. Y eso nos lleva de nuevo a nuestra idea de la cuestión del lado de

la demanda de no ver un valor percibido en el área de nombres de dominio y las habilidades necesarias para participar.

La siguiente diapositiva. Perfecto.

Una parte sustancial de nuestra investigación se basó en un análisis cuantitativo en el que analizamos 12,5 millones de nombres de dominio, de los cuales 8 millones eran de ccTLD y 4,5 millones eran de gTLD. Esto representaba alrededor del 4% de los dominios registrados en el mundo. Y lo que encontramos fue que las tasas de crecimiento de la región en la captación de nombres de dominio estaba casi alineada con los promedios globales que creo se encuentran en el entorno del 8% en el momento.

Punto-com sigue siendo el gTLD más popular en la región y .xyz es el nuevo gTLD más popular. Un hallazgo interesante que tuvimos fue el elevado uso de servicios de privacidad y representación (proxy) en las Islas Caimán y Panamá. Nosotros propusimos que esto tiene que ver con los paraísos fiscales y los servicios que estos proveen en esta región. Y por último, sólo el 13% de los registradores de gTLD tienen realmente un registrador en la región.

La siguiente diapositiva, por favor. Perfecto.

En términos de alojamiento, idioma y tipo de contenido, alrededor del 10% de los sitios web más populares están alojados en la región, pero encontramos un salto de hasta el 20% en países con ecosistemas de Internet más desarrollados, como Argentina, Brasil, Chile y Colombia. Sin embargo, el inglés todavía domina como idioma en términos de contenido que, como ustedes saben, no refleja el idioma local. Y también creemos que el elevado porcentaje de sitios estacionados en el Caribe podría estar relacionado con los paraísos fiscales que mencionamos hace unos minutos.

En términos de los usos que la gente le está dando a Internet para el contenido real en los sitios web, es extremadamente variado en toda la región. Cualquier cosa que se imaginaran encontrar en el turismo, las telecomunicaciones, la propiedad y, por supuesto, el sector público, estaba todo allí. Pero luego, si lo dividimos en subregiones, descubrimos que en el Caribe, el contenido se inclinaba más hacia el turismo, las playas y el ocio, mientras que en Centro y Sudamérica se concentraba más en el comercio y la venta al por menor.

Y con eso, le cedo la palabra a Mark para que hable sobre algunos de nuestros hallazgos.

MARK:

Una de las cosas que Stacie mencionó fue que trabajamos muy, muy, duro en el análisis cuantitativo. Realizamos muchas encuestas, realizamos muchas entrevistas, pero una de las cosas en las que trabajamos muy duro fue en examinar los datos reales en la región y ver qué nos decían los datos sobre la industria de nombres de dominio en la región.

Una de las cuestiones es que la región ha participado en el programa de nuevos gTLD. Ha sido un participante activo. Por ejemplo, en la región hay ocho nuevos gTLD que son gTLD de marcas, hay 10 que son aplicaciones genéricas de gTLD que tuvieron éxito y hay dos que eran nombres geográficos. El panorama de los ccTLD es muy variado. De hecho, es uno de los lugares en el mundo donde se encuentra una variedad enorme. Y para que puedan ver las estadísticas aquí.

En el Caribe hay muchos, muchos ccTLD y luego, a medida que uno se desplaza por la región, una de las cosas que se encuentra es que, por supuesto, hay siete en Centroamérica, uno en Norteamérica, una especie de valor atípico hay en México, y luego hay 13 en América del Sur.

Las conclusiones que se obtienen al observar los datos son realmente bastante interesantes. Una de las cosas que realmente estamos recomendando es que más del 70% de los registros de TLD en la región dependen enteramente de las

tarifas de registraci3n de dominios para su existencia organizacional. Déjenme ir m1s despacio y decirles eso de nuevo porque es una caracter1stica extremadamente importante de la regi3n. No es tan s3lo la mitad, es casi tres cuartas partes de los registros de la regi3n que dependen totalmente de las tarifas de registraci3n de nombres de dominio para su 3xito, por lo que si hay alg3n problema all1 el negocio est1 en problemas.

La mayor1a de los ccTLD de la regi3n tienen un sistema de registro directo. Lo que eso significa, por supuesto... y cada pa1s, cada ccTLD, cada pa1s es diferente, por supuesto... pero eso significa que hay una integraci3n muy estrecha entre los registros y los registradores precisamente en esos lugares.

Vemos, de hecho... y Stacie mencion3 esto cuando estaba hablando de los antecedentes... que los ccTLD realmente desempe1an un rol significativo aqu1. Tienen una cuota de mercado enorme en muchos de los pa1ses y, por ejemplo, especialmente, como Stacie estaba hablando antes, especialmente en los lugares donde hay ecosistemas de Internet muy desarrollados... lugares como Colombia, Brasil, Argentina, Chile, etc. M3xico ser1a otro ejemplo de eso. Sin embargo, una de las cosas que descubrimos cuando est1bamos haciendo las encuestas fue que s3lo seis de los 18 registros encuestados tienen sitios web en otro idioma que no sea el idioma oficial de su pa1s. Esto significa que en pa1ses donde tienen una base

lingüística diversa, no tienen una forma de traspasar los mercados realmente.

Otra cosa al respecto es que eso significa que muchos ccTLD están muy interesados sólo en su país y no tratan de comercializar más allá de eso. Pensamos que ese fue un hallazgo muy interesante.

La Encuesta de registradores describió un entorno de ccTLD realmente interesante. Hay un par de cosas que decir al respecto. Una de las cosas es que el mercado de ccTLD tiene mucha diversidad en términos de cómo se ejecutan los ccTLD, cómo se comercializan los ccTLD, etc. Y de los 18 registradores entrevistados, 13 ofrecían al menos una extensión en la región, y cuatro de los registradores ofrecían de hecho los 13. Así que si examinamos eso... voy a dar un paso atrás en ese apartado... eso significa que estamos viendo registradores en entornos comerciales que en realidad apoyan algunos pero lamentablemente no todos los ccTLD de las regiones. Eso es lo que está relacionado con ese apartado.

También vemos que los registradores de la región tienen un interés muy limitado en hacer negocios transfronterizos. No está sucediendo nada de eso en absoluto. Los registradores internacionales, por ejemplo... voy a elegir uno aquí... GoDaddy, muy, muy a menudo muestra su lista de precios en dólares

estadounidenses o a veces en euros. Eso no es muy amigable para la región. Si en realidad estoy tratando de registrarme, y estoy en Brasil, no estoy muy interesado en pagar en dólares estadounidenses. No estoy muy interesado en pagar en Euros. Y así que sólo había un registrador mundial que en realidad aceptó una moneda local, y que resultó ser pesos en México.

Una de las cosas que descubrimos en nuestras encuestas entre los registradores internacionales fue que tenían una visión muy positiva sobre el potencial de mercado de la región. Cuando hablas con la gente... y no puedo dar nombres en este caso en particular... pero cuando se piensa en grandes registradores internacionales y se les pregunta: "¿Está lista esta región? ¿Esta región es un mercado en el que los nombres de dominio van a marcar una diferencia?" La mayoría de los registradores internacionales con los que hablamos dijeron que pensaban que verían pequeñas y medianas empresas entrar en juego y comenzar a utilizar nombres de dominio. Pensaron que había sólidas perspectivas de negocio en la región.

Una de las cosas que podrían preguntarme y una de las cosas que documentamos en el informe es, cuáles son las cosas que hacen que la industria de nombres de dominio crezca en la región. Esa es una de las cosas que nos pidieron hacer. Hicimos encuestas y en realidad hablamos con líderes en la industria. Estas son algunas de las cosas que hemos descubierto.

Una de las cosas en esta región que es de crucial importancia es generar una conciencia por parte de los usuarios de los nombres de dominio. Muchas personas de cierta generación ni siquiera saben acerca de los nombres de dominio debido a que su acceso a Internet es a través de dispositivos portátiles en los que es posible que ni siquiera tengan que escribir un nombre de dominio o podrían usar las redes sociales todo el tiempo. Generar una conciencia por parte de los usuarios del valor de los nombres de dominio es de crucial importancia en la región.

Otra cosa que descubrimos fue que una de las cosas que sucedían es que los registradores acreditados por la ICANN están... uso esta palabra deliberadamente, pero... como que desapareciendo. Estamos empezando a no ver como muchos de ellos en la región atienden las necesidades especiales de la región, y tenemos que encontrar una manera de cambiar eso, encontrar las barreras y realmente cambiarlo. Y en nuestras recomendaciones tenemos algunas ideas en esa área.

También tenemos que tener políticas de registro que sean relativamente abiertas y simples. En algunos lugares de la región en realidad es difícil registrarse o las barreras de entrada son relativamente altas. Y hay otros lugares en la región en los que no se pueden realizar pagos en línea para registrarse. Así que imaginen lo siguiente, desean registrar en realidad un nombre de dominio o tal vez un ccTLD y llegan a tal punto que

en realidad pueden registrarlo y ahora quieren pagarlo y ahora tienen que hacer algo especial con un banco o hacer algo muy especial en términos de pago. Aceptar el pago en línea facilita un crecimiento en la industria.

Siempre podemos hablar de tarifas, pero una de las cosas que Ram mencionó en el caso de .in fue que el gobierno redujo las tarifas y el efecto que eso tuvo en .in. Creemos que ese efecto va a tener lugar en la región. Tenemos evidencia de ello. Tenemos evidencia histórica de algunos ccTLD que cambian sus precios y que tienen un efecto económico directo en el ccTLD y en la cantidad de registros.

Para continuar con el primer apartado, generar conciencia por parte de los usuarios también implica hacer un buen marketing y, por lo tanto, creemos que el marketing eficaz resulta de especial importancia en la región.

Finalmente, lo último que es un poco de algo técnico. Una de las cosas que quisiéramos ver es la activación más rápida del nuevo registro de modo que si puedo solucionar el problema de facilidades de pago en línea, una de las cosas que quiero hacer es ser capaz de registrarme, pagar y utilizar mi nombre de dominio lo más rápido posible. Eso es algo que en la región sigue siendo un problema.

Antes de entrar en recomendaciones específicas que realizamos en el informe... y realizamos recomendaciones específicas... quiero presentar a [Sentra] aquí para dar una especie de giro Caribeño a esto también y luego hablar de los registros. Gracias, [Sentra].

[SENTRA]:

Gracias. Tan sólo en cuanto a considerar las recomendaciones, encontramos que para muchos de los ccTLD del Caribe, lo que Stacie mencionó en lo que respecta a la popularidad de los sitios .com en contraposición a los ccTLD era frecuente. En parte, esto se debe a la percepción de que .com era más barato o que daba una mejor impresión de la empresa en términos de ser más profesional o tener un perfil internacional. Una vez más, esto se remonta al marketing y realmente la promoción de la marca de los ccTLD locales y la creación de un sistema de nicho.

¿Estamos en las recomendaciones ya? De acuerdo, tiene que volver. Se saltó algunas. Si pudiera volver atrás dos más. Tan sólo estaba hablando sobre esto un poco todavía.

En cuanto a la redefinición del [mar] de canales y el aumento del número de registradores acreditados por la ICANN, se encontró que en los ccTLD pueden haber utilizado registradores existentes, debido al nuevo sistema de gTLD recibimos comentarios que estos registradores están realmente

empujando a los nuevos gTLD en lugar de los ccTLD, y vieron una diferencia notable en términos de nuevos registrados en base a eso.

Esas son simplemente mis observaciones de la muestra que había entrevistado en cuanto a los mercados del Caribe. Mucho de lo que ya ha dicho Mark era cierto también como en términos de no tener las facilidades de pago en línea. Una gran cantidad de ccTLD tendrían que dirigir fondos a través de EE.UU. que limitó sus facilidades, así como la capacidad de adaptación en términos de la obtención real de esos ingresos.

Así que ahora podemos seguir adelante.

Encontré que esta diapositiva es un tanto interesante porque es como distintas piedras en el agua y cada una intenta estar conectada, pero realmente no lo logran. Estas recomendaciones están realmente relacionadas con ¿cómo creamos y construimos este mercado para que cada piedra sea un peldaño en lugar de una entidad separada?

La recomendación en el informe... esto es tan sólo un resumen y los detalles completos se encuentran en el informe para una lectura complementaria, que creo que el informe también se proporcionará en español por lo que será mucho más fácil de acceder. Existe un aumento en la comunicación entre los registros y los registradores. Esto es con el fin de aumentar la

conciencia relacionada con el crecimiento. Así que para lograr que las dos partes se muevan para hacer que los ccTLD o los TLD sean muy accesibles para los mercados que están destinados a atender.

Diversificación a través de servicios de valor agregado. Encontramos que si se crea un mercado completo alrededor del TLD, no es tan sólo un servicio por única vez el que están proporcionando. Crea la industria en su conjunto y no sólo el TLD que crea la empresa y la marca local.

El marketing de nicho frente al masivo. En uno de los casos me encontré con .ag. AG es Antigua y Barbuda, pero .ag es también el equivalente de .com o .co en alemán. Por lo tanto, una gran parte de su nicho era una gran cantidad de empresas alemanas y comprender dónde está ese nicho, en realidad puede no ser local, pero también puede haber algún nivel de comunidad que se puede acceder y crear realmente su marca y aprovechar.

Así que hay que repensar los fundamentos del ecosistema y cómo el TLD encaja dentro de ese ecosistema. Los ccTLD deberían participar activamente en las estrategias de promoción y marketing. No sólo depender de que los registradores o registros lo haga por ustedes, sino que siendo en realidad los que se encuentran a la vanguardia en cuanto a fomentar su estrategia de marketing.

Los ccTLD deben considerar si el modelo de registro o registrador es adecuado o viable. Debido a que algunos de los mercados son tan pequeños, resulta realmente difícil agregar esa capa de un modelo de registro o registrador con el fin de llevar a casa a su verdadero mercado. Así que en vez de salir en términos de difusión y alcance, ya sea que tenga un registro local o que lo hagan ustedes mismos, podría ser una mejor opción.

Aumentar las comunicaciones entre los registros y... perdón, siguiente diapositiva.

Así que parte del crecimiento exitoso y la difusión y alcance se logra a través de campañas en las redes sociales. Y esto hará [inaudible] para los ccTLD más pequeños de América Central... y creo que Mark realmente hablará un poco acerca de esto... y trabajar como un grupo o consorcio que pueda optimizar [inaudible] recursos de ventas y marketing, y en particular para los ccTLD del Caribe descubrimos que mediante el intercambio de experiencia, el intercambio de conocimientos técnicos, hemos sido capaces de actuar realmente como una unidad más fuerte y prestar un mejor servicio.

Marcos, le devuelvo la palabra.

ANDRÉS PIAZZA: Hemos estado en el teléfono durante mucho tiempo. Mi nombre es Andrés. Soy el Gerente de la LACTLD, y quería también hacer comentarios sobre las declaraciones [de Sentra] en relación a la traducción al español. Por ahí, hay [inaudible] la LACTLD elabora cada seis meses un informe y es uno de los principales [inaudible] de este informe de este año es el artículo de Carolina. Carolina ha sido nuestra asesora en este consorcio y ha hecho un resumen del informe de cinco páginas de este estudio [inaudible] también en español así que esto es algo muy útil. También quería darle las gracias por su trabajo.

RODRIGO DE LA PARRA: Creo que no hemos terminado todavía. Vamos a tener un poco de espacio para preguntas y respuestas.

ANDRÉS PIAZZA: Disculpen.

MARK: Pero gracias por la información, porque creo que es importante y me alegro de que ese resumen se encuentre en el boletín informativo de la LACTLD. Creo que lo que esperábamos era llegar a un punto en el que tengan preguntas o comentarios/observaciones. Terminaré diciendo esto, fue un placer trabajar en la comunidad. Fue un placer interactuar con

la comunidad. Creemos que realmente se puede accionar sobre algunas de las recomendaciones, algo en lo cual la ICANN y la comunidad pueden trabajar conjuntamente para hacer realidad algunos cambios positivos.

Sabemos que el informe recientemente pasó por un período de comentario público. Es nuestro trabajo tomar los comentarios que recibimos a través del período de comentario público, pero además los que recibamos hoy en el espacio del LAC, los comentarios que hemos escuchado de República Dominicana, reunirlos a todos y presentar una versión final a Rodrigo para que pueda entonces publicarla. Y ese es el camino que estamos siguiendo. Pero sin decir nada más, déjenme ceder la palabra para que otras personas puedan hablar.

VANDA SCARTEZINI: ¿Quién está primero? ¿Tony? ¿Tracy? ¿Eduardo?

TRACY HACKSHAW: Hola. Buenos días. Soy Tracy Hackshaw de Trinidad y Tobago. Tengo una pregunta acerca de lo que generalmente está [debajo] del Caribe acerca de la infraestructura dentro de la región para los servicios de valor agregado. Me resulta obvio que los ccTLD más pequeños en algún momento se saturarán en

cualquier caso para sus mercados. Así que es obvio que los servicios de valor agregado serían el camino a seguir.

¿Existe alguna oportunidad o hay alguna recomendación para seguir adelante? ¿O ha de entenderse que los países más pequeños y, desde luego, en el Caribe se vean afectados de manera significativa en términos de infraestructura para alojar realmente sitios web o hacer ese tipo de oferta de servicios de valor agregado?

En gran medida, en el Caribe la mayoría de los servicios de alojamiento se ofrecen a través de Estados Unidos o situaciones de tipo extraterritoriales, entonces, si es que ustedes están ofreciendo un servicio de valor agregado, lo que puede terminar ocurriendo es que terminan en la reventa de un servicio de GoDaddy o servicio empresarial de alojamiento web que es muy poco amistoso para los intereses de crecimiento de la industria, etc. Desde donde [inaudible] proviene, que lleva un sombrero que yo tenía antes, resultará muy útil conocer si hay algún consejo realmente fuerte que provenga de esa parte del mundo. ¿Cómo se puede hacer crecer las infraestructuras del mercado que luego, supongo, apoyarán o se inclinarán o ayudarán a apoyar, supongo, la saturación de un entorno únicamente de DNS? Gracias.

MARK:

Es una gran pregunta, y mi respuesta no va a complacerlos. Yo diría que en primer lugar lo que hay en el informe no son tanto recomendaciones sobre los servicios de valor agregado como ejemplos en los que otros países y otras regiones han tenido éxito. En un entorno en el que se ha limitado la infraestructura, el alojamiento web, por ejemplo, podría no ser la opción que escogerían, pero es posible elegir otras opciones y, por lo tanto, lo que intentamos hacer era proporcionar algunos ejemplos de lo que serían esas opciones.

Cómo se avanza con la infraestructura y cómo mejorar realmente la infraestructura subyacente, especialmente en los países más pequeños... por ejemplo, en el Caribe y en América Latina como ejemplo... eso va más allá del alcance del informe. Eso es un gran problema, creo. Es necesario resolver el problema de infraestructura antes de que se pueda resolver el problema de valor agregado.

Pero uno de nuestros... y creo que usted y yo estaríamos de acuerdo en esto... una de las cosas que vimos fue que vimos que los ccTLD funcionan como una empresa completamente dependiente de una fuente de ingresos. Y, por lo tanto, si alguna vez algo saliera mal con esa fuente de ingresos, esa empresa estaría en serios problemas. Lo que queríamos hacer era levantar la mano y decir: "Tenemos que pensar en eso," y luego,

en segundo lugar, pensar en qué servicios de valor agregado han funcionado en otros lugares del mundo.

Así que para responder a su pregunta, lo que realmente hacemos es proporcionar ejemplos, y no tengo una respuesta. No tengo una varita mágica tampoco. No tengo una respuesta a la pregunta de cómo mejorar la infraestructura.

[SENTRA]:

Como dijo Mark, no está de forma explícita en el informe pero dará sugerencias en cuanto a la forma de actuar como un consorcio. Así que tal vez cada ccTLD pequeño que trabajen en conjunto podría lograr esos servicios y aplicarlos como un todo después de firmar un memorando de entendimiento o algo por el estilo que sea similar. Así que no creo que sea imposible, pero tenemos que encontrar soluciones creativas.

VANDA SCARTEZINI:

Gracias. Tony, su tiempo.

TONY:

¿Puedo hablar? Gracias. Tan sólo una cosa, Mark. Vi este informe en Santo Domingo cuando se mostró por primera vez, y hay algo que no se ha puesto de relieve aquí pero que fue lo que me quedó de aquella ocasión y es que la región está en problemas

en cuanto a desarrollarse con éxito con los nombres de dominio. ¿Están de acuerdo con eso?, y luego continuaré. Simplemente sí o no.

MARK: Sí o no son todas las opciones que me dan. Creo que no caracterizaría a la región como que está en problemas. Yo caracterizaría a la región como que tiene algunos desafíos reales que se encuentran en lugares específicos.

TONY: Gracias. Eso era lo que quería escuchar. Bien. Voy a hablar desde la perspectiva de un registro, ya que la mayoría de ustedes saben. eCOMLAT, a quien yo represento, es un registro para .lat. Hemos puesto en marcha hace un año, y puede que sea interesante ya que estamos examinando este estudio del DNS del LAC para que puedan escuchar lo que hemos descubierto en un año.

En primer lugar, descubrimos que no hemos tenido éxito, lo cual ha sido doloroso. Pero estamos trabajando para corregirlo ahora. Y es posible que nos hubiese servido de ayuda descubrir antes si nos hubiésemos dado cuenta de lo que implicaba nuestra relación con los registradores. Creo que todo el mundo debe darse cuenta de que el mercado de registradores tiene

algunas peculiaridades. No sé si eso es una palabra en inglés... peculiaridades en español.

En pocas palabras, la industria de los registradores tiene cuatro actores dominantes. GoDaddy tiene un 31% del mercado, Enom cuenta con un 8,5%, Tucows un 7,8% y Network Solutions un 6,3%. Eso suma 53,6% en cuatro empresas. Estas cuatro empresas representan la mayor parte de los revendedores. Los revendedores son empresas de alojamiento, ISP, empresas que desarrollan proyectos de Internet, que revenden nombres de dominio y representan una cantidad significativa de las ventas de estos registradores.

Así que tenemos la situación del huevo y la gallina porque vengo con un nuevo TLD en América Latina. Cuando acudimos a estas cuatro empresas, nos mandan a freír espárragos. Así que podemos decir: "Bueno, ustedes no tiene que resolver nuestro problema. Tenemos que hacer nuestro propio trabajo". Puedo aceptar eso.

El problema reside en que si hacemos una gran campaña de marketing y llevamos a la gente a comprar el .lat, los revendedores que reciben órdenes para .lat van a acudir a su registrador de origen... GoDaddy, estas cuatro que he mencionado... y, por supuesto, ellos no llevan .lat y por lo tanto los revendedores no podrán venderlo. Ese es un factor que

puede... creo que podemos considerar que puede ser un factor... que puede retrasar la mejora de las ventas o el despliegue de nuevos gTLD en América Latina.

Nos llevó un año averiguar sobre esto, y hubiese sido muy útil si tal vez estuviera en la Guía para el solicitante, donde nos dijeron que el único canal de ventas al cual podemos acudir son los registradores. También nos deberían haber dicho que los registradores no están obligados a llevar nuestro nombre de dominio, y que consideremos seriamente esto cuando presentemos la solicitud.

Nada más que eso quería decir en este momento.

VANDA SCARTEZINI: Gracias. Así que, muchachos, por favor, no tenemos mucho tiempo. Así que sean precisos en las preguntas. ¿Ricardo?

RODRIGO DE LA PARRA: Así que tenemos en la lista a Ricardo, Eduardo, Pablo y [Rubens].

VOZ FEMENINA SIN IDENTIFICAR: [Expresión en español]

VANDA SCARTEZINI: Tenemos que ser breves, concisos e ir al grano. Por favor sean breves. De no ser así, nos quedaremos sin tiempo.

[RUBENS KUHL]: Casi el 60% de los ccTLD, según el estudio, tiene una sola fuente de ingresos derivados de los dominios. Esto significa que estos ccTLD son muy pequeños o de lo contrario están prácticamente arruinados como los nuestros. Y debido a que no se lo damos a un registrador, en Colombia tenemos un solicitante de registro y varios registradores, vemos que no hay mejor opción en términos de un modelo que permita a la región aumentar el número de gTLD disponibles. Tengo la impresión de que los ccTLD están en un nivel inferior. No pueden participar en actividades de marketing. No pueden subir un nivel. Y por lo tanto vemos que no hay una prosperidad en el mercado de TLD en nuestro país con respecto al mercado de ccTLD.

Mi segunda pregunta es la siguiente: ¿cuál es la recomendación en cuanto a que los ccTLD o la mayoría de los ccTLD dependen del gobierno, y los gobiernos pueden prestar atención a la recomendación o no? La recomendación que contiene este estudio. Por eso me pregunto qué grado de un esfuerzo podemos asumir para que ambas recomendaciones se implementen realmente. Gracias.

MARK:

Déjame responder la segunda pregunta primero. Creo que una de las cosas que vemos en la región es una cooperación muy saludable entre los ccTLD en cuanto a tratar de incorporar las mejores prácticas para soportar y convencer a los gobiernos de que deben aplicar esas mejores prácticas. Y creo que con el transcurso del tiempo eso tiene el efecto de cambiar los enfoques de los gobiernos en relación a los ccTLD, y también las normas y reglamentos bajo las cuales tiene que operar el ccTLD. No tengo ninguna ilusión de que un ccTLD pueda por sí solo cambiar la mentalidad de un gobierno. Eso lo comprendo. Pero lo que vemos en la industria durante digamos cinco a seis años es que los ccTLD han comenzado a incorporar las mejores prácticas, han empezado a decir, "Tenemos que promocionar nuestro ccTLD o no hará nada", y los gobiernos cada vez más escuchan realmente.

Creo que uno de los motivos es porque hemos visto algunas historias de éxito en las regiones... Colombia es un éxito, Argentina, Brasil... en realidad podemos señalar algunos éxitos en los que el ccTLD tiene éxito y el gobierno ha permitido que el ccTLD florezca.

Creo que uno de los puntos de su pregunta (y creo que es realmente cierto) es que eso es mucho más difícil en los ccTLD más pequeños que en los más grandes. Y, por lo tanto, creo que eso habla de una de las cosas que [Sentra] dice es lo que

creemos... y es una de las cosas que está en nuestras recomendaciones... es que los ccTLD que trabajan juntos para realmente generar conciencia en los gobiernos y lograr que entiendan un poco mejor el recurso que significa el ccTLD, es algo que ha tenido éxito en otras partes del mundo. Pensamos que sería un éxito también en las islas del Caribe y América Latina y en las pequeñas naciones de América del Sur.

VANDA SCARTEZINI: ¿Eduardo?

EDUARDO SANTOYO: Gracias. Voy a hablar en español también. En primer lugar, agradezco la iniciativa de la ICANN y este estudio profesional. Creo que es un gran aporte de información útil para nuestro debate con la intención de mejorar el mercado del DNS y la infraestructura en la región.

En primer lugar, me gustaría dirigir su atención hacia uno de los elementos en la primera o segunda diapositiva. El diagnóstico que muestra que el mayor trabajo por delante radica en la demanda y no la oferta. Porque esto nos enfrenta al hecho de que aunque hay alguna infraestructura básica de servicios del DNS en la región, todavía hay cierta capacidad de que se genere

en el lado de la demanda para que pueda haber una mejor absorción de este mercado en términos generales.

Desde esa perspectiva quisiera decir que hemos estado debatiendo y utilizando el informe en la LACTLD. Hemos estado trabajando internamente en un análisis a posteriori, un análisis retrospectivo, y creemos que este estudio aporta algunos elementos importantes que deben analizarse. Estamos de acuerdo en que tal vez una de las estrategias más eficaces para combatir o contrarrestar la baja tasa de crecimiento sería una estrategia de nicho de mercado en lugar de una estrategia de mercado masivo.

En este sentido, creemos que el modelo de registro-registrador podría ser una solución en algunos casos pero no en todos porque a veces es difícil pedirle a un registrador a nivel mundial que preste atención a un nicho de mercado local que no es lo suficientemente atractivo para ese registrador.

En ese sentido, creemos que es importante que todo el mundo sea capaz de revisar su propio entorno y definir de acuerdo con sus propias políticas públicas y de acuerdo con sus políticas locales cómo administrar el modelo de ccTLD según corresponda.

A ese respecto, este estudio aporta pautas para el debate que vale la pena considerar en una evaluación individual sobre una base de caso por caso.

Pero una vez más, quisiera dirigir su atención a la primera o segunda diapositiva. Estamos totalmente de acuerdo con las conclusiones. Tenemos que trabajar en estimular el crecimiento de la demanda de servicios del DNS en lugar de centrarnos en la creencia de que el único mercado del DNS radica en los ccTLD. Tenemos pequeños registradores locales que necesitan fortalecerse y necesitan crecer. Tenemos una industria de alojamiento deficiente en la región que necesita crecer. Tenemos una industria de desarrollo de contenido y aplicaciones que todavía es pequeña y necesita fortalecerse. Y necesitamos una mayor demanda local para estimular eso, confeccionarla y personalizar la demanda local.

Por supuesto, vale la pena señalar que es necesario dirigir la atención a los ccTLD, pero tenemos que prestar atención al resto de la industria también. Gracias.

PABLO RODRIGUEZ:

Gracias por la oportunidad. Para que conste en el registro, soy Pablo Rodríguez del registro .pr en Puerto Rico. Quisiera comenzar mi explicación dándoles las gracias por la iniciativa de

este estudio, que es bastante interesante y sin dudas denota varios puntos importantes dentro de la región.

También aprecio esta validación de miembros que están haciendo en términos de calificación de los hallazgos del estudio. También quisiera dar las gracias a Eduardo Santoyo porque ha preparado el camino para mi comentario. Al igual que él y como Tony también mencionó, no podemos tomar esto desde el fondo e intentar creer que podemos inventar una plantilla que pueda adaptarse a todos los gustos. La mayoría de los modelos de negocios de los ccTLD exitosos se basan en la población. Así que si tuviéramos que examinar aquellos ccTLD que tienen mucho éxito podemos pensar en Brasil, podemos pensar en México, podemos pensar en Chile, podemos pensar en Argentina, y ¿qué es lo que tienen en común? Poblaciones enormes.

Ahora bien, consideremos las islas. ¿Podemos hacer eso? Tenemos islas con 100.000 personas. Tenemos islas, como Puerto Rico, con 3,6 millones y disminuyendo. Seguimos teniendo una dificultad con la población. Entonces, ¿cuál es el porcentaje de la población que está interesado en comprar un nombre de dominio, comprar alojamiento web y crear un puesto de trabajo? Hay una serie de factores externos fuera del poder de los ccTLD que no podemos controlar. Y eso sería la situación económica del país, que sería la medida en que nuestra

población sea consciente de lo que es un nombre de dominio, y ¿cómo afectará eso a su medio de vida? ¿Cómo pueden poner esta integración de tecnologías de Internet para hacerse cargo de sus propios destinos?

Pues ahí es donde estoy de acuerdo con ustedes en que tenemos que hacer más como ccTLD. Quisiera señalar que en Puerto Rico, antes de que se publicara este estudio, hemos participado en promocionar exactamente eso. Hemos estado promoviendo el nombre de dominio .pr en centros comerciales y hemos hablando con las amas de casa para decirles: "¿Sabía usted que existe un nombre de dominio que la representa en el Internet? ¿Sabía usted que puede aprovechar este nombre de dominio y las tecnologías de Internet para desarrollar nuevas líneas de recursos de capital para usted? Así que lo que estamos tratando de decir aquí es que no podemos considerar estos hallazgos e intentar desarrollar una plantilla. Cada uno de nuestros países tiene que encontrar su propio camino, porque los modelos de negocios no son exportables.

Y otras cosas que tenemos que hacer, hemos participado con el alojamiento, estamos promoviendo el alojamiento, estamos promoviendo otras líneas de servicios y enseñarle a nuestra gente cómo podemos hacer esto. Por lo tanto, es importante participar en las líneas de trincheras y ayudar a las personas e

informarlas sobre lo que se puede hacer. Y eso es lo que está haciendo .pr. Gracias.

VANDA SCARTEZINI: Bien, gracias. ¿[Rubens]?

[RUBENS KUHL]: Gracias, Vanda. Me gustaría hablar en portugués pero veo que no hay traducciones del portugués, así que seguiré hablando en inglés.

VANDA SCARTEZINI: Es un país pequeño y [no] es representativo aquí.

[RUBENS KUHL]: Sí, es un país muy pequeño. La mayor parte del estudio era sobre el análisis cuantitativo y noto que algunos análisis de uso se realizaron sólo para los gTLD debido a la disponibilidad de los archivos de zona de gTLD. Quisiera señalar que hay muchos servicios por ahí que realizan la investigación estadística y el análisis con la inclusión de los ccTLD incluso sin obtener archivos de zona. Por ejemplo, hay un servicio en Brasil llamado HostCenter. Incluso sin obtener un archivo de zona de ese registro .br, se las arreglan para cubrir el 71% de los dominios porque hay otras maneras de obtener nombres de dominio

como el rastreo web, al igual que la resolución de DNS especulativa, etc.

Descubrí que esto termina por de hacer que el estudio sea un tanto sesgado hacia el análisis de gTLD debido a la disponibilidad de los archivos de zona, y esto era algo que podría corregirse porque hay maneras de hacer eso, incluso sin esa fuente principal de información porque el DNS es un sistema público después de todo. Por lo tanto, pueden llegar a tener esta información. Así que esto se podría haber hecho.

Lo otro que me gustaría señalar es que hay dos de las ideas de negocio que están en conflicto. Una de ellas es tener servicios de valor agregado y la otra es tener modelos de registro-registrador. Los registradores generalmente no están contentos con el hecho de que los registros tengan servicios de valor agregado porque piensan que ellos tienen el derecho a los servicios de valor agregado y el registro debería limitarse al negocio de los dominios. Así que está bien porque algunos de los comentarios no se tendrán en cuenta [hacerlo todo]. Podría haber sido una advertencia como por ejemplo decir: "Oigan, algunos de éstos son incompatibles entre sí, no son tan compatible como podrían serlo". Gracias.

MARK: Muy, muy, rápidamente. Muy rápidamente, sí. Muy rápidamente.

Permítanme tan sólo hablar de eso. Éramos conscientes del problema con los archivos de zona. Lo que intentamos hacer fue complementar eso con otros datos. Así que reunimos muy grandes [trincheras] de datos de WHOIS y tratamos de hacer evaluaciones de esa manera y utilizar los datos de WHOIS para luego realmente tener apuntes de nuevo para el DNS. Así que tratamos de utilizar una forma diferente de encontrar realmente esos datos.

Si se fijan en la sección de metodología del informe pueden decidir si eso fue o no un éxito. Pero sí observamos lo mismo que usted señaló, y es que no tener los archivos de zona para algunos de los ccTLD significa que se tiene que encontrar otra manera de obtener los datos. La forma en que tratamos de hacerlo fue a través de la obtención de grandes cantidades de datos de WHOIS y luego utilizar eso para identificar los nombres de dominio que se encontraban en la región.

Ustedes pueden decidir si eso tuvo éxito o no. En cuanto a su segundo punto sobre la incompatibilidad de algunas de las recomendaciones, me voy a ocultar detrás de una de las recomendaciones, y es que las recomendaciones no son un enfoque de modelo único para todos. Creemos realmente... y estoy de acuerdo con nuestro colega de Puerto Rico... que existe una enorme diversidad. Lo que funciona para Brasil no va a

funcionar para Honduras. Y es por eso que se ve una especie de diversidad en cuanto a las recomendaciones.

RODRIGO DE LA PARRA: Muchísimas gracias, Mark. Este es un estudio estupendo. Hay muchos desafíos por delante. El período de comentario público está todavía en marcha y hay que abordar rápidamente una de las iniciativas que ya existen con el fin de resolver en parte estos problemas o desafíos. Así que cederé la palabra a Nicolás Caballero.

NICOLÁS CABALLERO: Es genial estar hablando en español, eso se siente muy bien. Gracias. Como dijo Rodrigo, una de las iniciativas está en fase de construcción, de ahí la imagen en la diapositiva.

Esta imagen es de Buenos Aires en junio de 2015, creo. Disculpen, mi nombre es Nicolás Caballero. Pertenezco a Senatics en Paraguay. Represento a Paraguay en el Comité Asesor Gubernamental.

Volviendo atrás en el tiempo y con el fin de aportar un poco de antecedentes, ven a un caballero a la derecha que lleva anteojos. Ese es el Ministro de Senatics de Paraguay y ven a otro caballero a la izquierda. Ese es Fadi. Luego se puede ver a Rodrigo de la Parra, Daniel Fink, Rodrigo Saucedo, todo el

equipo de la ICANN. Esta imagen fue tomada con motivo de la firma de un Memorando de Entendimiento entre la ICANN y Senatics de Paraguay. Este es un Memorando de Entendimiento bastante amplio, bastante general.

La idea inicial era desarrollar la industria del DNS en Paraguay y tal vez ir un poco más allá. Así que, básicamente, el Memorando de Entendimiento se firmó a los efectos de apoyar el modelo global de múltiples partes interesadas... en español necesitamos muchas palabras así que utilizaré la palabra en inglés porque es sólo una... y apoyar a la industria de nombres de dominio en Paraguay y tal vez en la región. Esa era la idea original de este MoU.

Así que si nos fijamos en el Plan Estratégico para América Latina y el Caribe en la ICANN vemos que todos los elementos encajan perfectamente en nuestros planes, tales como reducir las barreras a la participación de actores económicos en la región, aumentar iniciativas de participación de miembros de la comunidad, desarrollar seminarios web para la creación de capacidades, desarrollar estrategias o iniciativas de aprendizaje en línea... y por cierto, nuestro primer seminario web en Asunción se ha grabado y estará disponible... promover los registros de back-end en las regiones, apoyar a los registros y registradores en la región, etc., etc. Así que esta es información pública de la ICANN.

No voy a abordar el estudio porque se analizó a fondo anteriormente, así que pasemos a la siguiente diapositiva, por favor.

Aquí vemos varias capas en la cadena de valor del DNS, y vemos la capa de coordinación, venta al por mayor, distribución, reventa, y la capa del consumidor. Así que vemos a todas las partes interesadas. Básicamente, cuando nos centramos en la capa de registradores, vemos... o inicialmente pensamos que era donde estaríamos operando. Pero esa no va a ser nuestra única acción o iniciativa porque se han propuesto varias iniciativas en una etapa posterior.

Aquí vemos un índice de salud incluidas las métricas de gTLD y vemos factores interesantes en la pantalla... porcentaje de los registradores mundiales de dominios de primer nivel por región de la ICANN a partir de diciembre de 2015 y el porcentaje de registradores únicos. Observamos que LAC tiene 17 de los 457, y lo observamos por cada región en el mapa, y claramente la gran ventaja e iniciativa radica en América del Norte, Asia, Australia y el Pacífico.

Esto es tan sólo una referencia que les estoy dando. Hay varias capas superpuestas y algunas capas pueden omitirse o no considerarse. Estábamos hablando sobre los nuevos gTLD por región: 482 en América del Norte, 356 en Europa, 194 en Asia,

Australia y el Pacífico, y 16 en América Latina y el Caribe a partir del 30 de junio de 2016. Esto puede haber cambiado pero los porcentajes no han cambiado significativamente en los últimos cuatro o cinco meses.

Básicamente, la razón fundamental para la firma de este Memorando de Entendimiento con la ICANN para Paraguay fue el siguiente. Permítanme darles un ejemplo concreto. Tenemos aproximadamente 17.000 dominios en 23 o 24 años de nuestra operación de ccTLD. Eso puede ser correcto. Puede ser incorrecto. Podemos analizarlo, debatirlo. Pues bien, con nuestro Ministro pensamos que teníamos dos opciones: o bien sentarnos a llorar o hacer algo. Por lo tanto, nos centramos en Egipto y su NTRA, tienen un Centro Empresarial que se basa en su NTRA así que participamos en las conversaciones con Manal Ismail, Fahad, y otros miembros del equipo de Egipto y queríamos emular a su idea, teniendo en cuenta que Paraguay no es Egipto. Ellos tienen el Canal de Suez, nosotros somos un país sin salida al mar en el Paraguay. Tenemos serios problemas de conectividad, etc., etc., pero no voy a ahondar mucho en eso.

Esta es la versión preliminar 1.0 y aquí vemos varias partes interesadas que participaban en los orígenes de este CEILAC. Tenemos un comité asesor. Podemos ver todos los nombres en la diapositiva. Los leeré en voz alta, pero los pueden ver en la pantalla. Carlos Gutiérrez también está allí y [Adella] también

está allí, y otras personas que no voy a mencionar, pero que también están comprometidas. Esto está en fase de construcción. Esta no es una lista definitiva en absoluto. Puede ampliarse.

Así que, ¿cuáles son nuestros principios fundacionales? Desde el principio... así que copia a la izquierda derecha desde el principio es material de aprendizaje que es abierto, gratuito, y que está disponible para todos los participantes y miembros asociados, grabar las sesiones de creación de capacidades, centrarse en los programas de aprendizaje que pueden adaptarse a cualquier plan de estudio en la región. También nos centramos en la escalabilidad y en fomentar una adaptación regional y una generación de material relacionado. Es una especie de sistema abierto de franquicia.

Hasta el momento, tenemos registros, operadores de ccTLD, gTLD, registradores, ISP, proveedores de back-end, profesionales de marketing digital, profesionales de contenido y medios. Estos son todos nuestros participantes.

Este es nuestro logotipo, el logotipo de CEILAC diseñado por... ¿dónde está? Alex [Daz]. Ella estaba aquí hasta hace un minuto. Así que Alex amablemente diseñó este logotipo y nos gustó mucho a todos. Hay un problema con el acrónimo. En español lo llamamos Centro de Emprendimiento e Internet. En lugar de [y,

de] es sólo una preposición. No tiene mucha diferencia. Así que hicimos un llamado a la participación de los solicitantes para estar a cargo de la primera iniciativa de creación de capacidades porque queríamos empezar a hacer algo de inmediato.

Esta es la agenda. Aspectos empresariales y legales del DNS, aspectos comerciales y empresariales del DNS y operaciones del DNS. Nuestro querido León Sánchez se unió a nosotros junto con McKailey Nalem de Black [inaudible] Solutions. Ellos nos acompañaron en esta iniciativa.

A continuación tenemos un resumen de las solicitudes recibidas por región. Es evidente que la mayoría provenía de Paraguay seguido por Brasil y nuestro querido colega de Costa Rica dijo que sobre la base de nuestro país y nuestra población, podemos ver el porcentaje de solicitudes. Bueno, esto se aplica a todo... los índices de penetración, dominios, etc., y esto también se aplica al número de solicitudes recibidas.

Todavía tengo un poco de tiempo, me han dicho. Ah, pido disculpas. Puerto Rico está pidiendo la palabra. Pido disculpas. Ah, pido disculpas. Usted era el colega de Puerto Rico. Lo siento. Me confundí con su país. Lo siento.

Estos son la mayoría de los aspectos legales y los solicitantes por sectores. Tenemos estudios jurídicos, seguidos por los ISP,

luego tenemos operadores de ccTLD, etc. Esta información está disponible en línea.

Aquí vemos un desglose según el género. Esto es igual que como cuando era un estudiante en la universidad: 58 hombres y dos mujeres. Vemos una ligera mejora: 66%, con respecto al 33%, y vemos un desglose por sectores también.

Aquí vemos algunas otras personas que son responsables de esta iniciativa: Sally Costerton, Rodrigo de la Parra y yo, el día de la inauguración del CEILAC en la ceremonia de inauguración. Y vemos a los estudiantes de 11 países latinoamericanos, y los estudiantes de Paraguay, y McKailey, y Daniel Fink. Hizo un gran trabajo junto con León y McKailey. No sé si McKailey se encuentra en la sala. De acuerdo, pero León está allí. Vemos a Oscar [Misano] y otras imágenes que no pude incluir por cuestiones de tiempo, vemos a Andrés Piazza y a varios participantes que están también hoy con nosotros.

Como ya he dicho, se trata de una iniciativa en fase de construcción. Cualquier institución individual o empresa serán más que bienvenidos a unirse a nosotros para participar. De hecho, llevamos a cabo varias reuniones con empresas y con representantes del sector privado, así como con otras personas, por ejemplo, en países (República Dominicana y Ecuador) que están interesados en replicar esta iniciativa. Por lo tanto, si

creen que nuestra experiencia será útil, estaremos más que encantados de ayudarlos.

Y ahí se ve de nuevo la imagen de "En fase de construcción".

Y, por último, ésta es nuestra dirección en Internet... el sitio web también está en fase de construcción y hemos registrado un segundo dominio, el de abajo, porque había un problema con CEILAC.lat y creo que ya se había ocupado el dominio. Debemos revisar eso. Así que la invitación está abierta. Invitamos a cualquier persona, institución o empresa, a unirse a nosotros, a participar con nosotros. De hecho, hemos realizado varias reuniones ya. Muchas gracias por su atención.

VANDA SCARTEZINI:

Quisiera agradecerles a todos los que están aquí presentes. Fue realmente interesante ver la [inaudible], escuchar a Ram, y [escuchar] también al centro que realmente es una buena experiencia la de allí. Así que muchas gracias y me gustaría darle un minuto a Olga para anunciar la nueva Escuela de Gobernanza de Internet.

OLGA CAVALLI:

Gracias, Vanda. Me gustó su presentación, Nicolás. Me gustó mucho. Permítanme hablar sobre la novena Escuela de Gobernanza de Internet. Se va a llevar a cabo en Río de Janeiro

en abril entre el 3 y el 7 de abril. Tenemos un sitio en Internet, pueden ver la dirección web. Lo vemos en español, en inglés y portugués. El formulario en línea también está en español, inglés y portugués.

Participaremos en esta iniciativa con la Fundación Getúlio Vargas en Río de Janeiro. Esperamos con ansias recibir muchas solicitudes para las becas. Y como ustedes saben, si se acaban las becas podemos participar como participante remoto. Tuvimos una cantidad de participantes remotos en Washington, así que envíenos sus solicitudes. Serán más que bienvenidos. Podríamos otorgar algunas becas a participantes de Paraguay. Muchísimas gracias por darme esta oportunidad de hacer este anuncio.

VANDA SCARTEZINI: Vamos a dar por finalizada la sesión. Gracias.

OLGA CAVALLI: Llevaremos a cabo una Escuela de Gobernanza de Internet en febrero en Argentina junto con la Delegación de la ISOC en Argentina y compartiremos más detalles en el IGF en Guadalajara.

[FIN DE LA TRANSCRIPCIÓN]