
COPENHAGUE – ICANN GDD: Índice de salud del mercado de gTLD – Reunión del panel asesor

Domingo, 12 de marzo de 2017 – 15:15 a 16:45 CET

ICANN58 | Copenhague, Dinamarca

MUKESH CHULANI:

Soy Mukesh Chulani. Buenas tardes a todos. Soy el facilitador. Si hay más miembros del panel asesor que quieran unirse a la mesa aquí en el frente, los invitamos. Esta es la reunión de trabajo del panel asesor del índice de salud del mercado de gTLD. Esta es nuestra sexta reunión de trabajo. Hemos avanzado bastante desde que comenzamos en Hyderabad con las acciones para renovar la dirección del proyecto. Tenemos hasta las 4:45 en la agenda para hoy. La agenda es primero analizar el calendario, en qué momento nos encontramos respecto del alcance del proyecto. Tenemos tres definiciones de categorías diferentes que ajustar: competencia robusta, estabilidad del mercado y confianza.

En las distintas reuniones hemos analizado bastante la categoría de competencia robusta. Siempre aparece primero, por eso esta vez la puse última, para poder destinar más tiempo a las categorías de estabilidad y confianza. Podemos ir haciendo actualizaciones según nos lo sugieran a medida que avancemos. También recibimos los aportes de ustedes a través de la

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 archive, pero no debe ser considerada como registro autoritativo.

encuesta. Revisar los criterios de medición publicados en el informe es como un ejercicio de limpieza de la casa. Tomamos las métricas existentes, revisamos, nos aseguramos de que estemos hablando todos de lo mismo. Tenemos métricas beta existentes ya a la luz de las revisiones de las definiciones de categorías y después de eso vienen los próximos pasos.

El cronograma propuesto entonces deberemos estirarlo un poquito y destinar un poco más de tiempo al análisis del alcance y las definiciones de categorías. Estamos a punto de terminar el análisis de las definiciones de categorías y comenzar a trabajar con las métricas de competencia robusta que es lo que hemos cubierto en el informe beta. Después vamos a trabajar en las métricas de estabilidad. Lo que tenemos, y que después veremos más en detalle, son las métricas existentes publicadas, que es una parte del ejercicio, analizar lo que ya tenemos, ver qué es adecuado o relevante y luego las métricas de remplazo, si es que hay alguna que se necesite especialmente. Eso nos tendría que llevar hasta el mes de mayo. A lo mejor publicaremos una nueva ronda del informe beta con los datos del 2016 pero a mitad de este año calendario deberíamos tener un índice o por lo menos un esqueleto del índice que deberíamos terminar de llenar.

Volviendo a analizar el alcance general, y relacionándolo con lo alcanzado hasta ahora, digamos que nuestro rumbo ha estado definido por el objetivo 2.3 que es respaldar la evolución del

mercado de nombres de dominio para que sea robusto, estable y confiable. Estas son las palabras clave: robusto, estable y confiable. En las últimas sesiones de trabajo hemos decidido incluir los datos de ccTLD. El beta se limitó a los gTLD pero surgió el consenso de ampliar a los datos sobre ccTLD. También trabajamos con cómo llamar a esta iniciativa. Pensamos que quizá no lo estábamos llamando bien por la intención del trabajo. También entonces surgió el consenso de renombrar el proyecto y que se llamará a partir de ahora indicadores del mercado de nombres de dominio una vez que tengamos los datos.

Ahora vamos a comenzar a hablar de los criterios de medición de competencia robusta, estabilidad del mercado y confianza, analizar la relevancia de los criterios que es ese ejercicio de limpieza de la casa que les contaba. Cuando hayamos terminado con eso, explorar otros conjuntos de datos pertinentes, recurrentes, confiables y rigurosos. Steve.

STEVE DELBIANCO:

Steve DelBianco, de la unidad constitutiva comercial. Voy a preguntar algo que quizá no tenga otro momento. Este rumbo es el objetivo 2.3, el ancla. Esa ancla existe pero esto no debe hacernos asumir que es el único proyecto que cumple este objetivo. Quiero apuntar algo que compartí con Jen Gore

también. Hoy a la mañana, el CEO respondió al BC y a otras unidades constitutivas. Cuando buscamos el acceso a otros datos, los datos están incluidos en este proyecto pero ustedes nos respondieron y nos señalaron 20 o 30 veces en una carta la iniciativa de David Conrad. Hicieron referencia a ella. En el grupo de la unidad constitutiva de partes comerciales, es parte de lo que sucede cada vez que llega un nuevo CEO y surge un nuevo proyecto.

El proyecto existe y el ancla del proyecto está aquí. Será así hasta que revisemos el plan estratégico y surjan otros objetivos pero no debemos presumir que la única manera de cumplir con el objetivo es continuar con el camino de la implementación que ustedes están manejando muy bien aquí. Quiero preguntar si es posible incluir en el calendario, en esta serie de próximos pasos, tomar una instantánea de cómo es este proyecto, de la iniciativa de datos abiertos, si son accesibles, y preguntar si ese proyecto que puede o no recibir más fondos, si ese proyecto no sería una mejor manera de tirar esta ancla que este proyecto. ¿Alguna reacción al respecto?

MUKESH CHULANI:

Gracias, Steve. Creo que lo que usted está diciendo aquí es ese interés más amplio que tiene la ICANN de ser más transparente con los datos. Como usted también dijo, el objetivo 2.3 existe tal

como está ahora y dentro del plan estratégico actual. No estoy negando la posibilidad de que esto se incluya en una acción más amplia de datos abiertos. La forma en que está presentado también está abierta a discusión. Tuvimos feedback en la reunión de Hyderabad de que quizá un informe anual no sea la mejor manera de presentar esto. Quizá, una vez que tengamos los criterios de medición decididos, quizá decidamos que la mejor manera de hacerlo es a través de datos ricos. Así veremos cómo presentarlo. No creo que esté descartado, para nada, pero yo lo veo más como cómo divulgar, cómo presentar los datos al mundo más que como qué datos tiene sentido presentar.

Esta acción en este momento se trata más de ver cuáles son los datos correctos que hay que presentar, qué corresponde presentar. Datos abiertos es cómo presentar al mundo. Teniendo en cuenta que el objetivo 2.3 estamos asumiendo que quedará en el plan estratégico. Ahora, que vaya a quedar en el nuevo plan estratégico no lo sabemos.

STEVE DELBIANCO:

El 2.3 es un objetivo que está en el plan estratégico. No es necesariamente un compromiso de que cumplir este objetivo sea a través del índice de salud del mercado. Cuando hablo de esta ancla en el plan estratégico quiero que considere que el piloto de la iniciativa de datos abiertos puede ser que remplace

este proyecto como el proyecto que lleve los datos a la superficie y los índices de los que hablamos, los datos que estamos diseñando, estos criterios de medición que estamos diseñando, estas métricas están construidas a partir de los datos que se obtienen de la iniciativa de datos abiertos. Las métricas estarán arriba de la iniciativa de datos abiertos u Open Data, que serán publicados por ICANN a medida que se actualicen regularmente.

Estoy seguro de que el trabajo no desaparecerá. La métrica, cuando lleguen a la iniciativa Open Data, habrá mucha gente trabajando sobre estas métricas con la frecuencia que resulte necesaria. Existe la necesidad de tener un proceso semestral, trimestral del personal que hará los pasos de compilar los datos y publicar la métrica. Si la métrica es simplemente un API, puede hacerse automáticamente, de manera continua en tiempo real. El 2.3 entonces puede ser que quede pero este proyecto quizá no sea el proyecto que cumpla el objetivo 2.3. A lo mejor es otro.

MUKESH CHULANI:

Debo decirlo porque en registro no consta que yo estoy asintiendo con la cabeza. Reconozco que este proyecto quizá no sea el que cumple el objetivo. Hay otras categorías que forman parte de las cosas que tratamos en Hyderabad y que tiene que ver también con qué datos seleccionamos. Si son datos que pertenecen, usando este término con cuidado, a ICANN o a un

tercero. Si son datos que son comprados a otra fuente, a lo mejor lo vamos a presentar en una plataforma de Open Data. Son consideraciones que haremos cuando llegemos a elegir los criterios de medición. Si son datos que ya tenemos internamente, será una cosa y si no los tenemos, los adquiriremos. Cómo van a ser divulgados son consideraciones importantes pero tomamos nota de lo que usted dice.

STEVE DELBIANCO: Debo decir, con respecto a este punto, que la iniciativa de Open Data es solo respecto de datos que genera ICANN. Tenemos otros para datos externos que requieren un seguimiento, que no necesariamente generará la iniciativa Open Data.

MUKESH CHULANI: Sí. Depende de los datos que nosotros seleccionemos.

JAY DALEY: Hay una sesión de un tema de alto interés sobre ICANN basada en datos el jueves a la mañana. La iniciativa de datos abiertos seguramente ahí estará presente porque tiene que ver con este tema. Usted dijo que es solo una cuestión de cómo se presentan, y creo que no, que es más. La gente puede confiar en este índice del mercado, estos indicadores del mercado. Para que la gente confíe en los indicadores es necesario reproducirlos. Solo se

pueden reproducir si los datos subyacentes están disponibles y son abiertos. Si se compran datos de terceros, que no pueden ser publicados, hay que resumirlos y hay que extraerlos para un indicador, ahí hay una cuestión de confianza importante. ¿Podemos confiar en una persona a quien se le compró datos? Ese es un gran interrogante. El tema de la confianza de estos indicadores tiene que estar incorporada desde el principio. Esto nos lleva a tomar una decisión acerca de cómo hacer la publicación. Es necesario publicar la mayor cantidad posible de datos para generar esta confianza.

MUKESH CHULANI:

Tomamos nota de su comentario. Esto depende de si los datos están dentro de las cuatro paredes de la ICANN. Si está, es interno el dato. Uno va a estructurar lo que hará según si se puede publicar o no. Si el panel asesor nos dice, por ejemplo, está la decisión de no incluir los datos sobre ccTLD. Podría ser que la granularidad sea mucho más limitada respecto de los datos que tiene ICANN dentro de sus cuatro paredes. La presentación de estos datos puede ser distinta, aun cuando esté en la misma plataforma de Open Data pero a lo mejor no tendrá la misma granularidad. Es una cuestión de determinar qué hay disponible cuando llegemos a elegir los criterios de medición. Si está dentro de las cuatro paredes de la ICANN, la granularidad será superior. Si son datos comprados externamente, a lo mejor

tienen que presentarse en una forma diferente. Si viene dentro de la acción de datos abiertos, a qué nivel decidir, dependiendo del costo, de la frecuencia, del rigor. Como usted dijo, está el tema de la reputación del proveedor. Muchos aspectos a considerar.

JAY DALEY:

Creo que hay que tener precaución a la hora de comprar datos. En el largo plazo, quizá la mejor solución es que haya factores contractuales a incorporar. Lo problemático podría ser que ICANN diga que va a comprar datos a Dun & Bradstreet sobre compañías para evaluar la solvencia u otro aspecto de una compañía para el aspecto de estabilidad, porque nunca se va a publicar de esa manera y siempre habrá una cuestión de si la medida de una persona externa, cómo se compara con la medida de otra. Si bien reconozco que comprar datos es una manera válida de trabajar esto, también habría que incorporar un segundo nivel de análisis teniendo en cuenta que hay prioridades que no pueden manejarse a través de los datos internos porque la prioridad tiene que ser la confianza en los indicadores, que tiene que ver con su reproducibilidad.

MUKESH CHULANI:

Gracias. Buen comentario. Olivier, hace rato que estás mirando. ¿Quieres acercarte antes de que te acomodes ahí? Como Steve y

Jay mencionaron, antes de redefinir las categorías y seleccionar los criterios de medición, también tenemos la tarea de evaluar de dónde sacamos esos criterios de medición, cuáles son las fuentes, si son confiables, rigurosas, etc. Eso también es parte del alcance de esta acción. Hemos trabajado entonces hasta ahora en las definiciones de categorías para estas tres áreas que mencioné. Este es el trabajo que resume lo que hemos realizado para lo que es estabilidad del mercado. Es trabajo en curso. No está finalizado pero nos estamos acercando a finalizarlo. Teníamos un informe de definición original que indicaba que la estabilidad del mercado podía definirse como más registradores de gTLD y operadores de registro de gTLD que ingresaran al mercado, más que los que se iban. El panel asesor, con buena lógica, indicó que la disminución o la consolidación en el mercado no significaba que necesariamente era un mercado inestable, lo cual es muy lógico.

En la revisión revisada sugerimos que íbamos a suprimir esta definición. La segunda definición de estabilidad... Les pido disculpas por el tipo de letra tan pequeño. Decía que los proveedores de servicio son confiables. Definen expectativas consistentes y cumplen niveles de servicio, y viene una lista de grupos de interés posible, para registratarios, usuarios de Internet y la comunidad global, incluidos los operadores de registro, los registradores, los organismos de aplicación de la ley

y los titulares de propiedad intelectual. Hay un asterisco en un tipo de letra aún más pequeña. Aquí estoy poniendo a prueba su visión. No tenemos un criterio de mención en el informe beta.

Lo revisamos para centrarnos más en la estabilidad. Surgió una muy buena sugerencia de considerar por qué no la inestabilidad en este caso si no podemos dar vuelta a la definición. Quizá invertir la definición sea la mejor solución. Ahora los registros y los registradores cumplen de manera consistente sus obligaciones contractuales, previniendo así la inestabilidad que perjudica a los registratarios. Si está en azul, indica que es una propuesta de definición. Estamos mostrando aquí un cambio. Aquí lo abro al panel asesor para conocer sus opiniones sobre las definiciones revisadas, para saber si consideran que tiene sentido o si hay que hacer algún cambio.

STEVE DELBIANCO:

En relación con lo que dijo Jay recién, una señal para nosotros a medida que trabajamos es que los criterios de medición en la columna de definiciones revisadas incluye los datos externos fuera de las cuatro paredes. Tenemos que volver a este tema después. Los datos brutos van a ser publicados aun cuando sea en forma anónima.

MUKESH CHULANI: Buen punto. Incluso en el informe beta hay un informe de conveniencia. Los datos que están en este informe son datos que existen fuera de las cuatro paredes. En el apéndice del informe hay toda una serie de criterios de medición que no están dentro de las cuatro paredes, que quedan ahí por ahora. Debemos continuar con este proceso. No lo olvidaremos. Stephanie.

STEPHANIE DUCHESNEAU: Quería decir algo similar a lo que decía Steve. A medida que trabajemos con los criterios, ¿es posible saber qué indicadores se usará para cumplir con las obligaciones contractuales, cómo se va a medir esto desde el grupo?

MUKESH CHULANI: Ese es el próximo paso, sí. en el primer paso, tenemos los tres objetivos: competencia, confianza y estabilidad, que significan que primero tenemos que decidir y luego analizar qué indicadores ya existen y establecer qué es lo que tenemos ahora y qué tendremos después.

STEPHANIE DUCHESNEAU: ¿Lo que usted dice es que el panel asesor todavía no está en posición de evaluar esto o lo veremos después en la presentación?

MUKESH CHULANI: Tenemos ya feedback inicial para discusión sobre lo que hemos publicado en el informe beta y si seguirá siendo adecuado a la luz de los cambios.

STEPHANIE DUCHESNEAU: Sería útil incluir por lo menos este tema, por lo menos a un nivel de conversación.

MUKESH CHULANI: Por supuesto.

KRISTINE DORRAIN: Mi pregunta es por qué la definición revisada eliminó las expectativas de servicio de la comunidad global y las reemplazó por las de los registratarios.

MUKESH CHULANI: Es una buena pregunta. Vamos a ver eso en la próxima diapositiva. Debido a que se trata de obligaciones contractuales, la bisagra es aquellos con los que tenemos algún acuerdo contractual. Ese es el límite para las partes contratadas pero todo lo demás, hemos pasado esos grupos a la próxima definición que es la de confianza. Ahí van a volver a surgir.

STEPHANIE DUCHESNEAU: Muchas gracias.

MUKESH CHULANI: Hay un comentario. Jim, ¿usted iba a decir algo?

JIM PRENDERGAST: Creo que hay un comentario online.

AMY BIVINS: Hay un comentario en el chat de John McCormack. Dice: “La ICANN tiene enormes cantidades de datos crudos que pueden satisfacer los requerimientos de estos criterios de medición. Simplemente no están en un formato organizado o usable”.

MUKESH CHULANI: Muchas gracias por ese comentario.

STEVE DELBIANCO: ¿Puedo pedirle, John, que hable un poco acerca de la iniciativa de datos abiertos, que nos ayude a entender si usted piensa que satisface estos criterios de la enorme cantidad de datos crudos a los que tenemos que tener acceso? Necesitamos más información en este comité asesor. Tenemos que hacer investigación acerca de este proyecto paralelo. Muchas gracias.

MUKESH CHULANI: Jim, ¿quería agregar algo?

JIM PRENDERGAST: Al leer esto, los registros y los registratarios cumplen con las obligaciones contractuales evitando así la inestabilidad, hay muchas cosas que el equipo de cumplimiento contractual monitorea en términos de las obligaciones contractuales que no tienen nada que ver con si uno puede seguir operando como empresa o no. conservar un punto de contacto para uso indebido es algo que el departamento de cumplimiento contractual tiene en cuenta pero eso no indica si mi empresa es rentable y sigue prestando servicios a mis clientes.

Estoy mencionando esto porque no tengo una respuesta para esta pregunta. Quizá alguno de ustedes sí la tengan pero hay otras cosas más allá de no cumplir con las obligaciones contractuales que podrían generar un perjuicio para los registratarios. Por ejemplo, el hecho de que un registro deje de operar. Yo tengo un dominio registrado en ese TLD y de pronto mi empresa ya no tiene lugar en Internet. Es decir, esto tiene que ver con las obligaciones contractuales.

MUKESH CHULANI: Ese es un buen punto, Jim. La inestabilidad no está relacionada solamente con lo que está incluido en el contrato. Ese es el punto de partida con el que comenzamos. Steve.

STEVE DELBIANCO: Jim plantea un buen punto. Las obligaciones contractuales de las que hablamos son acuerdos de nivel de servicio con respecto al tiempo de actividad en el aire y tiempo de respuesta en la zona. Si un registro deja de trabajar, va a ser demasiado tarde para hacer algo al respecto. Hay que recuperar, tratar de encontrar otro lugar. Jim, ¿piensa usted que necesitamos usar un indicador de advertencia temprana para los registros o los registradores que se acercan a un punto en el que sus problemas financieros podrían llevarlos a tener que dejar de trabajar? Es decir, tener una advertencia temprana en lugar de esperar hasta que ya dejan de cumplir con los criterios.

JIM PRENDERGAST: No necesariamente. No conozco a muchas empresas que vayan a decir: “Vamos a quebrar en seis semanas, ¡ayúdenos!” Me parece que eso no va a pasar. Simplemente veo que cuando hablamos de esta definición, me doy cuenta de que hay muchas otras fuentes de inestabilidad.

MUKESH CHULANI: Usted dice que esto podría llevarnos a la selección de criterios de medición. Si tenemos obligaciones contractuales, entonces eso va a guiar nuestra elección de los criterios de medición. Por lo tanto, si usted piensa que esto es algo que hay que ampliar, más allá de eso... Por eso yo estaba asintiendo. Estaba de acuerdo con lo que decía Steve. Es decir, si hay incidentes en el mercado que ocasionan inestabilidad, que perjudican a los registratarios, esto va más allá de las obligaciones contractuales. Quizá podamos capturar también esto pero no lo haremos considerando la definición que tenemos en este momento. Stephanie.

STEPHANIE DUCHESNEAU: Quería decir en respuesta a Steve que es cierto que si los registros o registradores no van a cumplir con los criterios de medición contractuales, también puede ser que no cumplan con los criterios sin quebrar. No vi bien cuál es la iteración pero me parece que las métricas pasadas abarcaban conceptos más amplios. También tengo otra pregunta. ¿Hay algo con respecto a la sección nueve? ¿Tenemos acceso a eso?

MUKESH CHULANI: Este es un documento de acceso público. Todos los comentarios hechos por miembros del panel asesor están documentados y

deberían estar en la wiki de la comunidad de este grupo. Usted debería poder acceder a esta información.

STEPHANIE DUCHESNEAU: Gracias.

MUKESH CHULANI: Denise.

DENISE MICHEL: Denise Michel, de Facebook. ¿Podría hablar un poco más acerca de su referencia a las fuentes de datos adicionales en el anexo o apéndice? ¿Podría darnos un poco más de información acerca de los momentos, los plazos? ¿Cuál es el plan? Gracias.

MUKESH CHULANI: Buena pregunta. Gracias, Denise. Lo que hicimos cuando se hizo el llamado a comentarios públicos es que por supuesto hubo muchas contribuciones con respecto a cuáles deberían ser los criterios de medición importantes sin afectar la calidad de esos aportes, sin perjuicio a la calidad de esos aportes. Consideramos lo que teníamos dentro de nuestras cuatro paredes. Hubo subgrupos que incluimos dentro del informe beta. Continuamos con esto. Tomamos nota de estos otros criterios de medición que no habíamos incorporado y quizá el requerimiento sea que

tengamos que ver cuáles son los requerimientos que quedan pendientes a la luz de estas revisiones. Esto forma parte de las discusiones que tienen lugar en el panel asesor. Todavía no comenzo a analizarlos. Todavía no empezamos a buscar si esos datos existen o no. quizá no sea el momento adecuado para hacerlo, considerando que las definiciones están cambiando de todas formas. Cambiamos la definición, la fijamos y después hacemos el resto. Quizá eso sea más lógico. Jay.

JAY DALEY:

Creo que los indicadores de advertencia temprana quizá no sean adecuados para este panel pero desde el punto de vista de los registros, en general hay tres indicadores de advertencia temprana que nos indican que un registro está por quebrar. En primer lugar es la falta de pago. En segundo lugar, la falta de cancelación. En tercer lugar, el hecho de que no responden a las llamadas de soporte. Estos datos nos indican que una empresa puede estar en serios problemas financieros.

MUKESH CHULANI:

Muy interesante. ¿Algún otro comentario acerca de la estabilidad del mercado y la definición de esta categoría? ¿No hay nadie en línea? muy bien. El próximo que analizamos fue la confianza. La definición original de la categoría para la confianza fue que los proveedores de servicios, los operadores de gTLD, los

registradores y los registratarios tenemos gTLD en todas partes cumplen con sus obligaciones contractuales. Se perciben como de confianza. Hicimos una revisión de esto. Antes surgió la pregunta de dónde fue la comunidad global cuando hablamos de la estabilidad. Ahora vemos que aparece aquí. Vemos que es casi como que le dimos la vuelta. Cuando hablamos de las obligaciones contractuales pensamos que tenía más sentido hablar de la inestabilidad y acá tenemos los otros grupos que estaban en estabilidad, que los pasamos a confianza, nos parece que tiene más sentido. Esto es lo que opina el panel asesor.

Acá vemos entonces la definición revisada del primer punto. éxito operativo demostrado de las medidas de protección de la industria de nombres de dominio para registratarios, usuarios de Internet y la comunidad global, incluidos los organismos de aplicación de la ley y los titulares de propiedad intelectual. Ese es el primer punto. El segundo punto se percibe como de confianza. Tuvimos debates con el panel asesor y llegamos a un consenso en cuanto al hecho de que se hable de la percepción. Sí, por supuesto. Podemos recopilar datos pero solamente vamos a poder medir los cambios en la percepción de confianza. Además del hecho de que “merece confianza” significa distintas cosas para distintas personas. Por lo tanto, decidimos simplemente eliminarlo. ¿Algún comentario del panel asesor o de la comunidad con respecto a esta definición revisada?

KRISTINE DORRAIN: Tengo una pregunta acerca de las medidas de protección de la industria de dominios. ¿Esto lo encuentran en algún lado? ¿Hay una lista?

MUKESH CHULANI: Este es un buen punto. Durante la encuesta que llevamos a cabo con los miembros del panel asesor, este tema también surgió. Quizá sea una palabra cargada. Quizá ya tenga un significado inherente. Esto es algo que se incorporó sin lo que usted describió. Simplemente por el momento es una definición. Estamos tratando de entender qué podría significar y, de hecho, quisiera pedirle a Jim que nos explique su opinión porque él, de hecho, capturó esto. Quizá pueda darnos un poco más de información.

JIM PRENDERGAST: Me está poniendo en un aprieto.

MUKESH CHULANI: No era mi intención.

JIM PRENDERGAST: El término “medida de protección” de pronto es una papa caliente en la comunidad debido a la evolución del

departamento de cumplimiento, las guías de protección para el consumidor. Creo que aún debemos determinar qué significa y qué incluye. No entré tanto en detalle como ustedes pero simplemente creo que tenemos que tener mucho cuidado, pisar con cuidado por el momento hasta que el departamento de cumplimiento y todos los demás que están a cargo de esto dentro de la organización de la ICANN definan algo. Luego podemos trabajar sobre la base de esto.

KRISTINE DORRAIN:

¿Puedo hacer otra pregunta? En cuanto al texto, tenemos las medidas de protección de la industria de dominio pero también es posible vincular esto con cumplimiento contractual porque todas las partes contratadas tienen medidas de protección incorporadas en sus contratos también. Esto no agregaría necesariamente una dimensión diferente. Simplemente vincularía con los estándares del departamento de cumplimiento contractual. Es una sugerencia nada más.

MUKESH CHULANI:

Steve. Creo que Mason estaba antes.

STEVE DELBIANCO:

Según como está estructurada esta definición, no se trata solamente de medir el cumplimiento de una parte contratada

con sus obligaciones contractuales. Es algo más amplio. La entidad llamada ICANN está involucrada en esta definición porque cuando hablamos acerca de la aplicación de la ley, IP, y otras entidades que tienen reclamos con la ICANN, ¿esos reclamos se resolvieron? Esa es una función de cumplimiento de la ICANN. No es el cumplimiento contractual de la parte contratada. Aquí se trató de poner datos operativos, verificables, rastreables a diferencia de encuestas entre el público en general, que quizá no entienda la diferencia entre partes contratadas, ICANN, y tratar de medir si la confianza aumenta o no.

Sabemos que podríamos hacer esto. Podríamos gastar dinero en hacer encuestas para que el mundo nos diga si confía en el sistema de nombres de dominio o no, pero este es un intento por evitar esto, con respecto a los datos operativos. Algunos de los datos operativos no tienen que ver con las partes contratadas propiamente dichas sino con el departamento de cumplimiento contractual de la ICANN.

KRISTINE DORRAIN: Muchas gracias.

MUKESH CHULANI: Mason.

MASON COLE:

Quería hablar acerca de lo que preguntó Kristine y lo que decía Steve. Según nuestra experiencia y según mi experiencia anterior con los registradores, creo que tenemos que afinar esto un poco más porque puede ser que haya casos donde se informen problemas a la ICANN. Es decir, se informen en exceso básicamente. El sistema de informes a veces se usa de manera indebida y, en el peor de los casos, se hace un mal uso, un uso perjudicial. El otro punto que quería plantear es la palabra operativo. Éxito operativo demostrable en medidas de protección de la industria. ¿Significa esto, por ejemplo, que hay algún tipo de criterio de medición que dice que una determinada cantidad de proveedores de contenidos o de marcas registradas fueron violados de acuerdo con las medidas de protección de IP? Es decir, mi pregunta es si estamos midiendo la operación del criterio de medición propiamente dicho. Es una pregunta abierta.

MUKESH CHULANI:

Creo que no cubrimos ese punto dentro del panel asesor todavía. Es un punto en el que tenemos que pensar. Para el público, todas las palabras se analizan en detalle. Podrán ver que lo analizamos todo en mucho detalle. Cuando elegimos criterios de medición posteriormente, no queríamos usar términos aleatorios que podrían llevarnos por un camino por el que no queremos ir. Este es el nivel de detalle con el que estamos

trabajando al revisar las definiciones. Ese es un punto válido, creo. No tengo una respuesta pero podemos plantearlo frente a todo el panel. Olivier.

OLIVIER CRÉPIN-LEBLOND: Muchas gracias. Creo que habrán visto que en el transcurso de todo este proceso de determinar distintas categorías hemos tratado de evitar dos cosas. Por un lado, hemos tratado de evitar todas las categorías para que no sean algo subjetivo como que “merece confianza”. Algo que no podemos definir y algo que puede ser interpretado de muchas formas diferentes. Por otra parte, hemos estado tratando de evitar algunos escenarios específicos porque a veces hay una situación general y no califica para una definición específica de confianza en este caso. Por eso estamos acá, para presentar esto, para obtener más retroalimentación. No pensamos todavía en qué es operativo en ese sentido. Esto es algo en lo que podemos trabajar en el futuro. Gracias.

MUKESH CHULANI: Gracias. El hecho de que use la frase “nosotros estamos tratando” es algo que también me alegra.

ROLAND LAPLANTE: Creo que estamos avanzando mucho. Creo que el hecho de que se hayan alejado de “merece confianza” y se hayan acercado a algo un poco más objetivo es muy bueno. Volviendo al comentario acerca de elegir un término en particular, quisiera hacer una pregunta acerca de la palabra “demostrado”. Sé que tenemos que encontrar criterios de medición para esto pero mi pregunta tiene más que ver con quién tiene que demostrarle esto a quién. Yo he visto distintas cantidades de RFP que dicen: “capacitación demostrable para”. Esta puede ser una respuesta de dos párrafos, una respuesta de 25 páginas. Si esto se convierte en 25 páginas, cada vez que los registradores tienen que definirlo, esto implica mucho esfuerzo para la industria, especialmente para aquellos que ya pudimos demostrarlo. Probablemente sea más trabajo todavía para aquellos que no lo pueden demostrar porque sus respuestas van a ser más largas y más confusas en cierta medida porque hay que probar que cumplen con ciertos estándares con los que en realidad no cumplen. Si estamos hablando de elegir palabras en particular, yo quisiera que piensen en el término “demostrado”. Muchas gracias.

MUKESH CHULANI: ¿Algún otro comentario u opinión? Pasamos al siguiente que es el tema de la competencia robusta. Es verdaderamente el propósito por el cual tenemos animación en nuestras

diapositivas. Para tener una competencia robusta en nuestra primera definición del informe beta, dijimos que existe diversidad en la elección de un proveedor de servicio, incluyendo geografía, códigos de escritura, lenguajes ofrecidos y modelo de servicio. En el asterisco no teníamos nada en el informe beta. Mientras que en la definición revisada vemos los cambios marcados en azul. En la categoría inicial estábamos más en lo que era el proveedor de servicios mientras que ahora, en la definición revisada, tenemos a los registratarios. Los registratarios deben tener una elección de qué dominios pueden comprar y dónde comprarlos, caracterizados por la distribución geográfica de los registratarios.

Recibimos feedback a través del periodo de comentarios públicos y también dentro del panel asesor que la geografía por sí misma, cuando analizamos la distribución geográfica de los registros y los registradores que están presentados en el informe beta no tenía demasiado sentido como negocio global. El hecho de la localización de sus oficinas centrales realmente no impactaba demasiado. Se sugirió actualizar esto y poner la distribución geográfica de los registratarios.

Los códigos de escritura y los idiomas ofrecidos los modificamos por nombres de dominio disponibles en distintos idiomas y códigos de escritura de caracteres pero no alcanza con saber si está disponible. También es importante saber si los proveedores

tienen términos y condiciones disponibles en los códigos de escritura y los caracteres e idiomas correspondientes. Entonces lo ampliamos. Stephanie, estás entrecerrando los ojos. Lo siento, es una fuente muy pequeña. El modelo de servicio es demasiado amplio. Entonces tenemos distintos métodos de pago y también varios modelos de precios pero en reuniones posteriores nos dijeron que quizá sea demasiado abarcador para la ICANN que quizá no era este el modo de proceder. Esa fue entonces la primera modificación de la definición de la categoría de competencia robusta. Steve, ¿tienes un comentario?

STEVE DELBIANCO:

Al comienzo usted dice que desde la versión original a ahora hicimos un cambio, comenzando con registratarios ahora. Ese no es un cambio, en absoluto, en mi opinión. Creo que siempre se centró en la competencia a los ojos del espectador. El escenario es un registratario que puede estar en cualquier lugar del mundo, un usuario que quiere llegar a su sitio web en idioma árabe, en código de escritura árabe. Este registratario posible, lo único que significa competencia robusta para él es que cuando se aborda la idea del usuario va a buscar registratarios que ofrecen el código de escritura y el idioma de nombres de dominio en su propio idioma. Encontrar un sitio web que le explique cuáles son los servicios de precios, de privacidad y representación en un idioma que el usuario pueda entender.

Probablemente fue Olivier quien sugirió que si está bien lo que encuentra el registrador, no va a cumplir con la obligación de competencia robusta a menos que brinde estas características. Aquí estamos aclarando que la cuestión de competencia solo le importa al registratario. Ellos son los que toman las decisiones de si van a registrar su nombre y con qué registrador. Si los registratarios pueden llegar a los sitios que quieren con los registradores que quieren brindar el servicio que ellos necesitan, se cumple el propósito.

MUKESH CHULANI:

Agradezco su perspectiva. En la categoría original no usábamos la palabra registratario, en ningún caso, pero sí estaba en nuestra intención. Ahora está y está inequívocamente claro. Stephanie.

STEPHANIE DUCHESNEAU:

Aprecio la manera en que se redactó. En la versión anterior, los registros y los registradores, era problemático. Otra manera de entrar en más detalle para capturar la competencia en las distintas regiones sería quizá tomar los registratarios que usan códigos de escritura específicos en regiones particulares y hacer la distribución dentro de este pool de registratarios. De todas maneras, agradezco los cambios introducidos.

MUKESH CHULANI: Gracias. La idea es que nuestra elección de criterios de medición, cuando llegemos a elegirlos, quizá no necesitemos tener distintos criterios sino exactamente los mismos que presentamos. Solo la utilidad de la métrica está vinculada a la definición. Cuando llegemos, si es que llegamos a una revisión de las métricas beta actuales, quizá veamos que gran parte de las sugeridas no son relevantes pero es que el ancla ha cambiado, la perspectiva de por qué cambiaron es relevante. Veremos. Es más tema de discusión.

ROLAND LAPLANTE: ¿Podemos añadir algo que esté relacionado con la demanda del mercado?

MUKESH CHULANI: Buen comentario. Ya vamos a llegar. Estamos tratando este tema más adelante. Creo que hay 75 diapositivas.

KRISTINE DORRAIN: Me gusta también esta reformulación. Quizá estoy poniendo el carro delante de los bueyes pero en esta definición supuestamente habrá un resultado de estas métricas. Si esto está destinado a los registratarios, quienes pasivamente tienen

una elección, ¿no debiera estar del lado inverso, donde los registradores y los registros? Alguien tiene la obligación de hacer este tipo de cosas. ¿No es como que ustedes están mirando al futuro, una obligación? Sé que la aceptación universal es un problema. ¿Estamos adelantándonos quizá con esta definición?

MUKESH CHULANI:

Cada vez que alguien pretenda adelantarse, trato de recordarles que es demasiado temprano. Yo creo que si no construimos la pared bien, si no ponemos los ladrillos bien, no sabremos todavía de qué color pintar el muro. Es simplista y pido disculpas por este símil pero tenemos que hacer bien la definición y luego llegaremos a las métricas. Lo que usted dice, creo que también va a estar cubierto por las animaciones que vienen después. Vamos a tratarlo después. Steve tiene un comentario.

STEVE DELBIANCO:

Buen comentario el suyo. La aceptación universal, ¿nosotros consideramos que es la responsabilidad de los registradores y los registros, quienes den la competencia robusta? No necesariamente, sino los ISP y los que desarrollan aplicaciones que tienen código antiguo. Si bien tiene que ver con poder tener el beneficio de este lado que se registra, no es la responsabilidad del mercado de registradores y registros garantizar la aceptación universal. Quiero marcar que es crítico que entreguen el servicio

a la comunidad de usuarios finales pero no es parte de la medición. ¿Esto implica una obligación? Espero que no.

Esta es una organización del sector privado basada en la demanda. Se generó el KPI y el KPI dijo que había que medir la competencia. Tenemos que encontrar maneras de medir la competencia de una manera que nos importe a nosotros. A nosotros nos importan los registratarios. Si hacemos estas métricas y las medimos cada seis meses y demuestran que la tendencia baja o que no es adecuada, esto sugeriría que la ICANN, la comunidad, quizá necesite más incentivos basados en la comunidad para traer a más registradores y registros a que ofrezcan estas cosas, pero yo no creo que esto pueda traducirse en una obligación hacia el mercado.

KRISTINE DORRAIN:

Hice esa pregunta por lo que se dijo antes, el tema del cumplimiento contractual y los datos de la ICANN. Si vamos a sacar esos datos de la ICANN, ¿cómo llegan esos datos a la ICANN? por eso hacía esta pregunta.

STEVE DELBIANCO:

Si se contrata con un tercero para acompañar a los registradores y los datos muestran que los registradores aceptan los términos del servicio y de pago por ejemplo en árabe, estos son datos que

serían publicables por ICANN porque es información pública. Es público si GoDaddy tiene una página en código de escritura árabe, accesible a la gente de África Oriental. Pero esto no es parte de lo que es cumplimiento contractual. Son datos que pueden ser obtenidos y publicados por la ICANN. No debemos presumir que todo lo que está aquí proviene de cumplimiento contractual. Puede provenir de la ICANN pero no ser parte de cumplimiento contractual.

MUKESH CHULANI:

Tal como dice Steve, el debate sobre posibles métricas, vamos a ampliar e identificar distintas fuentes de datos que quizá ya existen y luego llegar a lo que decía Jay, que es ver cómo lo presentamos. Si son datos ricos que se actualizan todos los días, eso se va a presentar de manera muy distinta. Ya vamos a llegar.

STEPHANIE DUCHESNEAU:

Para Steve y Kristine, quiero asegurarme de que capturemos las tendencias generales del mercado y no asignar responsabilidades o culpas. La aceptación universal es algo que es importante para todos nosotros. Para mí tiene un impacto importante sobre la confianza del consumidor. Yo quizá lo vea aquí mucho más que en otros criterios de medición. Muchas de las cosas de cumplimiento contractual son bastante oscuras para el registratario. La aceptación universal es muy visible y

puede generar malas experiencias. Más allá de si es una responsabilidad o no de los registros y registradores, estoy de acuerdo en que tiene más que ver con los ISP. Es importante capturar estos datos porque tienen un impacto real en lo que es la confianza de los usuarios.

STEVE DELBIANCO: Lo capturamos además de para fines de medir la confianza, para las mediciones de aceptación universal, como una manera de afirmar los usuarios y registratarios confían en que han obtenido y un nombre de dominio y un correo electrónico que realmente funcionan. No es una salvaguarda o una medida de protección o un elemento de confianza, sino garantizar que las promesas efectuadas por el registrador se están cumpliendo realmente.

MUKESH CHULANI: Lo podemos plantear al panel asesor. Steve, cuando hablamos de este próximo nivel, ¿es realmente una métrica que puede incorporarse dada nuestra definición?

STEVE DELBIANCO: Eché un vistazo hacia el futuro. Me parece que no hay ningún otro lugar donde podamos ponerlo. Para no perderla, tenemos que encontrar un lugar donde incorporarla. Gracias, Stephanie.

MUKESH CHULANI:

Sigo adelante. La segunda definición de lo que es competencia robusta es que el mercado comercial está prosperando. Esta frase fue retirada. Conservamos la segunda parte de esta cláusula. “Demostrado por el crecimiento en los nuevos gTLD y en todos los gTLD”. Ahora lo hemos cambiado. ¿Ahora qué significa crecimiento? ¿Crecimiento de usuarios? ¿Crecimiento de nombres de dominio? Nuevamente, por conveniencia usamos los nombres de dominio, porque son datos que tenemos en nuestras cuatro paredes dado el asesoramiento que recibimos, que quizá esta no sea la mejor opción. Lo reemplazamos por la palabra adopción. Ahora ya no es más gTLD sino TLD. Adopción, la palabra, ya tiene una carga. Adopción es un término vago. ¿De qué estamos hablando? ¿Estamos hablando de incorporación, adopción por parte de los usuarios finales? Tenemos que reflexionar un poquito más sobre esto. Andy lo planteó. Alguien más en la sesión anterior. Adopción sigue siendo quizá algo problemático. No sé si hay sugerencias. Estamos abiertos. ¿Alguna reflexión?

JIM PRENDERGAST:

Yo hice los deberes. El equipo de revisión del CCT ya emitió un informe y no sé si habló de esta cuestión de la adopción. No sé si

alguien lo leyó y a lo mejor nos puede contar. No sé. Quizá sea el lugar donde buscar.

STEVE DELBIANCO:

Puedo darte una respuesta parcial. El trabajo de los tres años del CCT incluyó la definición de muchas métricas capturadas por ICANN incluso antes de que existiera el CCT como para que empezara a trabajar con algo. Hubo distintos matices de este término “adopción”. Si la registración del TLD estaba activa, esto podía ser adoptado o si simplemente se redirigía a un TLD heredado era otra adopción, y si era adoptado y usado luego como nombre de dominio primario para el registratario, era un nivel superior de adopción. Lo difícil de medir es si el registratario está publicitándose a su comunidad objetivo utilizando ese nuevo nombre de dominio de nuevo gTLD o si sigue usando el heredado. Eso es difícil de medir y cambia con el tiempo pero adopción tiene múltiples niveles de seriedad. ¿Qué pasa si se usa un nombre de dominio con el cual no se hace nada o se redirige a una nueva página web? Estos son distintos niveles de adopción.

En relación con lo que dijo Stephanie de la aceptación universal, podríamos llegar a pensar: “Bueno, quizá es aquí donde podemos incluir el concepto de aceptación universal con adopción”. Acá estamos hablando de competencia, competencia

robusta. La aceptación universal no tiene un rol en función de la competencia porque los registradores y los registros, la industria puede hacer todo lo posible para prevenir opciones competitivas. No queremos imponer esta medición de competencia sobre algo que está fuera de nuestro control.

MUKESH CHULANI: ¿Piensas, Steve, que “adopción” es demasiado amplio porque puede traer aparejadas muchas otras cosas? Esa palabra, entonces, “adopción”. ¿Podría dar lugar a que se relacione con cualquier cosa?

STEVE DELBIANCO: Creo que está bien por ahora. Como muchas cosas que estamos trabajando, tenemos que seguir analizándolo en detalle. Por lo menos tenemos que tener en cuenta que la palabra adopción se refiere a muchas cosas: adquirir y no resolver, adquirir y redirigir. Estos datos pueden ser obtenidos a través de ir a la zona, a través de un muestreo estadístico. Tenemos que entender hasta qué punto los nuevos gTLD, la industria propiamente dicha ve una mayor adopción versus aquellos que compran múltiples dominios con el mismo contenido. Por ahora podemos trabajar con adopción pero entendiendo que hay distintos matices.

MUKESH CHULANI: ¿Algún otro comentario de los miembros del panel? Olivier.

OLIVIER CRÉPIN-LEBLOND: Con respecto al informe de CCTRT, esta mañana tuve una reunión. Hay un párrafo que no habla explícitamente del término adopción sino que habla del crecimiento de los nuevos gTLD, los establecidos, y también la posibilidad de que las organizaciones, registratarios que tienen la opción de tomar un nuevo gTLD entre los nombres heredados, esto está demostrado por la adopción de nuevos gTLD entre todos los TLD. Funciona distinto pero esto evidentemente requiere cierto análisis.

AMY BIVINS: Tenemos un comentario de John McCormack en el chat de Adobe. “El problema con las definiciones de CCT y los datos sobre estacionamiento es que no son confiables. Sería riesgoso utilizarlo como base para el elemento de adopción. Es necesario considerarlo más”.

MUKESH CHULANI: Muchas gracias. Nuestra próxima definición es si el mercado estaba abierto a nuevos actores. La definición de nuevos actores es algo que luego se amplió. Nuevos actores era demasiado amplio. Entonces lo modificamos para incluir lo que a nosotros nos parece que es la cadena de abastecimiento de punto a

punto: los proveedores de servicios de tecnología de backend, los registros, los registradores y los revendedores. Esta es otra pregunta acerca de la percepción que eliminamos. Se percibe que la competencia es justa. Se percibe que merece confianza. Esto también lo eliminamos. El último es el punto en el que llegamos a un ángulo diferente de la competencia. Antes teníamos “El mercado no depende de una pequeña cantidad de actores del mercado”, es decir, concentración del mercado. Lo actualizamos. “El mercado de TLD en su totalidad no depende de una pequeña cantidad de...” y luego designamos distintas partes de la cadena de abastecimiento. Una vez más: proveedores de servicios de tecnología de backend, registros, registradores y revendedores. ¿Algún punto?

KRISTINE DORRAIN:

No me opongo a los cambios que incorporaron pero creo que alguna de las cosas que hicieron cuando hablan de los proveedores de backend, registros, registradores y revendedores, creo que ahí impiden que surja algo totalmente nuevo. Alguien aquí podría inventar algo fantástico, increíble que no cae dentro de ninguna de esas categorías y que, de todos modos, está en el mercado y podría contribuir al intercambio de dominios y al uso de registración de nombres de dominio. Además, quisiera alentarlos a que dejen un componente abierto. La lista está bien pero falta un componente abierto que diga:

“Queremos que haya nuevas ideas en el mercado y no solamente la tecnología que existe en este momento”.

MUKESH CHULANI:

Kristine, es un punto muy interesante. El esfuerzo fue remover todos los elementos de vaguedad porque esto podría llevar nuestra elección de criterios de medición por el camino incorrecto. La idea es poner un límite pero lo que usted dice tiene que ver quizá con la evolución del mercado. Estamos dejando fuera la posibilidad de tener criterios de medición que capturen la evolución del mercado. Vamos a considerarlo en el panel. El problema es que no queremos volver a las palabras que teníamos antes: “una pequeña cantidad de actores” pero, por otra parte, lo que usted describe está bien.

STEVE DELBIANCO:

El punto de Kristine creo que podría incluirse fácilmente agregando una coma. Poniendo “cadena de abastecimiento, incluidos al menos los siguientes”.

JAY DELAY:

¿Consideraron en lugar de hablar de una cantidad de proveedores, hablar acerca del poder de los proveedores? El mercado de TLD no debería tener proveedores que tengan un control excesivo del mercado porque esa es la forma en que

normalmente se define cuando se habla del índice de concentración del mercado, por ejemplo.

MUKESH CHULANI: ¿Usted entonces piensa que nos estamos limitando a lo que ponemos en nuestra definición y nada más?

JAY DALEY: Se pueden utilizar otros índices, si quieren. El punto es que decir que depende de una pequeña cantidad de actores no es la forma correcta de ponerlo. Creo que tenemos que hablar acerca del impacto de una pequeña cantidad de actores, porque eso significaría que tendrían un control excesivo del mercado y eso es lo que deberíamos medir, el control que tienen otros, que podría ser diferente en diferentes circunstancias.

MUKESH CHULANI: Muy interesante. Lo vamos a considerar también en el panel. Me voy a asegurar de que esto se plantee en el panel. Olivier.

OLIVIER CRÉPIN-LEBLOND: Yo quisiera sugerir que el mercado de TLD en su totalidad no depende proporcionalmente de una pequeña cantidad de proveedores de backend, etc. porque usted está viendo el punto cuatro.

JAY DALEY: No, yo diría que el impacto que me preocupa es que la gente tenga demasiado poder en el mercado y, por lo tanto, no haya competencia en esa área específica. Ese es el punto que creo que deberíamos tratar.

MUKESH CHULANI: Muchas gracias por la aclaración.

ROLAND LAPLANTE: ¿Este es el momento en el que puedo hacer un comentario sobre el mercado?

MUKESH CHULANI: Sí. Nos pareció que este era el momento adecuado así que puede hacerlo, adelante.

ROLAND LAPLANTE: En primer lugar, esto me preocupa por diferentes razones pero principalmente porque escuché un comentario acerca de GoDaddy. Si GoDaddy no cumple con sus términos de servicio podría haber un problema. Esto me hizo pensar que estamos pensando en primer lugar que todos los proveedores deben proveer todos los aspectos del servicio, lo que es ridículo desde el punto de vista del mercado. Veo que Steve coincide conmigo.

Supongo que esto no es lo que quisieron decir. No sé si esta es una buena definición de lo que sería la competencia robusta porque nosotros hacemos el trabajo de backend para India, para .IN. Este es el terreno de gTLD y no de ICANN pero hacemos IDN para 20 idiomas diferentes que se hablan en la India. Literalmente los ofrecemos en forma gratuita a los registradores. De esto ya hace doce meses y no logramos incorporar a ninguno al mercado. No hay mercado para esto en este momento. No digo que sea algo malo para ofrecer pero el mercado está diciendo que no le interesa en este momento.

Exigirles a los proveedores que ofrezcan servicios que el mercado no quiere y luego potencialmente castigarlos porque no están vendiendo y porque no están logrando la adopción, creo que esto no nos va a ayudar en términos de reforzar el concepto de competencia robusta. En cuanto a la adopción de nuevos TLD, creo que hay que trabajar mucho más en este sentido porque si yo tengo 500.000 y los adopto para spam, a nadie le va a parecer que es una muy buena idea y sin embargo va a ser una muy buena adopción.

Con respecto al número cuatro, depender de una pequeña cantidad de proveedores de servicio de backend, creo que no cumplimos con esto hoy tampoco. El 80% de las empresas de gTLD están en un lugar. Esto pasa desde hace 15 años, desde que yo estoy en este campo. Existe desde hace más tiempo

seguramente. Esto es una falla automática para el futuro cercano, el 80% de los negocios están a cargo de una pequeña cantidad de proveedores. Me parece que la estructura no nos va a ayudar a entender qué es la competencia robusta, de qué se trata. Creo, por lo tanto, que es necesario trabajar más en esta área también.

MUKESH CHULANI:

Muchas gracias por su comentario. Creo que gran parte de sus comentarios tienen que ver con lo que ocurre a partir de acá. Decir que el mercado no depende de una pequeña cantidad de proveedores, podría haber 300 o 500 criterios de medición que encajarían dentro de esta categoría. Ya vamos a llegar a ese punto. Una vez que elijamos los criterios de medición adecuados, el panel asesor seguramente va a plantear ese punto. Si usted no forma parte del panel asesor, me encantaría invitarlo a que formara parte del panel asesor. ¿Usted dice que la estructura propiamente dicha, es decir, que no hay flexibilidad por debajo de la estructura como para poder mostrar distintas alternativas?

ROLAND LAPLANTE:

Me parece que esto falla desde hace bastante tiempo.

MUKESH CHULANI: Esa no es la intención. La intención es elegir una definición que abre una categoría. Podría haber 300 o 500 criterios que encajen dentro de esa categoría. No nos queremos limitar a uno, dos o tres criterios de medición. Tenemos distintos criterios de medición.

ROLAND LAPLANTE: Esto es inevitable. Esta es la definición de no depender de uno o más actores. Esto es algo que falla desde hace bastante tiempo. Si medimos el estado de salud del mercado, nos vamos a encontrar con esto. Hay que hacer algo al respecto pero no sé qué se podría hacer porque este es el punto en que está el mercado y va a ser así durante más tiempo.

MUKESH CHULANI: Tomamos nota. Steve, ¿usted iba a decir algo?

STEVE DELBIANCO: Sí. Roland, sería trágico que usted interpretara el ejemplo que yo di como que estoy implicando que debería haber una obligación. Quizá usted no estuvo presente en nuestras conversaciones en la que di otros ejemplos. Este panel se reunió para tratar de definir algo con respecto al 2.3. Esto es algo que quedó del proyecto de Fadi Chehadé que apuntaba a aumentar la visibilidad de los registros, los registradores, de la industria de los nombres, para

que la gente supiera qué es al ingresar en una reunión. Seguimos tratando de ver si esto sigue teniendo sentido. Se trata entonces de la salud del mercado. Por el contrario, nos preguntamos lo siguiente. Si medimos la competencia robusta, hay por lo menos dos perspectivas totalmente diferentes. La perspectiva de registratario al que no le importa si todos los registradores utilizan el mismo backend. No hay ninguna consecuencia en absoluto para el registratario. Lo que quiere es opciones entre proveedores que compiten entre sí. Al registratario en África que busca un registrador que tenga TLD en árabe no le importa si hay una sola opción siempre y cuando tenga una opción. Lo ideal cuando hablamos de competencia es tener más de uno.

La ausencia de un registrador, el hecho de que un registrador no ofrezca un código de escritura en particular con los términos de servicio en el idioma de esa persona, es una brecha. Creo que la misión de alcance global de Internet demuestra que esto es una brecha, es un problema que hay que resolver y probablemente sea algo a lo que tenemos que prestar atención. Pero esto no implica que creemos obligaciones para las partes. Eso es algo que nunca quisimos decir aquí. El primer punto era los registratarios frente a la competencia robusta.

El segundo punto es si tenemos registradores y registros, aquellos que ofrecen alternativas para los consumidores, ¿ustedes tienen alternativas y opciones en sus servicios de

backend? Esa es una perspectiva totalmente diferente y es una perspectiva que quizá sea más fácil manejar porque hay cientos, quizá miles de competidores pero no son millones y millones de personas. Puede ser que uno o dos competidores alcance. Usted tiene razón. Esto es así en nuestra industria. El 80% del volumen es capturado por el 20% de las empresas, lo cual quizá sean dos o tres proveedores.

Tenemos que pisar con cuidado en el HHI y en otras medidas de competencia antimonopolio. Tenemos que tener mucho cuidado. Sin embargo, si determinamos que hay muy pocos que ofrecen códigos de escritura basados en IDN o servicios de backend para registros, y si pensamos que eso es un problema, sería interesante que la comunidad debatiera qué se puede hacer al respecto. Podríamos ofrecer incentivos de mercado pero no podemos crear obligaciones. Espero que usted coincida conmigo en que las perspectivas de los registratarios son totalmente diferentes de lo que se ve del lado de los proveedores. Eso es lo que indica el informe que ya se publicó para comentarios públicos.

OLIVIER CRÉPIN-LEBLOND: Dos cosas. Escuché el término obligación un par de veces acá y creo que no existe obligación. Estamos hablando de un seguimiento por el momento. En segundo lugar, cuando

hablamos del seguimiento, no es solamente una respuesta sí o no, no es una operación binaria. Si pasa o no pasa. Si podemos hacer un seguimiento de las tendencias, por lo menos podríamos ver qué es lo que quizá no estemos haciendo bien hoy o qué es lo que quizá esté fallando hoy. Podemos ver si con los años, esto está mejorando o no. probablemente esta sea una de las partes que ameritan esta parte de seguimiento. Ver si las tendencias van en una dirección u otra y si hay que hacer algo al respecto o no.

MUKESH CHULANI:

Gracias, Olivier. Stephanie, un punto más antes de darle la palabra. Esta es una de las razones por las cuales cambiamos el nombre al proyecto. Porque la percepción de la palabra “índice” para algunos significaba verde o rojo. Tratamos de ser cuidadosos en cuanto a no insinuar eso. Por eso, a nivel de las palabras consideramos esto también. Esta no es la intención del proyecto. Esta no es una score card que dice: “Pasa o no pasa”. Cyrus Namazi en Hyderabad también reafirmó esto. Muchas gracias. Stephanie.

STEPHANIE DUCHESNEAU: En primer lugar, quisiera decir que me gustó la descripción de Steve de las dos clases diferentes de competencia. El concepto de competencia, como visible a alguien que busca TLD en árabe,

esa es exactamente la razón por la cual hablé acerca de ver una segmentación adicional en distintas geografías y distintos códigos de escritura. Muchas gracias por describirlo mejor de lo que lo hice yo. En respuesta al punto que señaló Roland, hay otra cosa que me preocupa, que es más problemático aún que es el número tres. “El mercado está abierto a... registros”. Por el momento es un proceso cerrado. No puede haber registros nuevos. Siempre y cuando esto permanezca cerrado, básicamente siempre vamos a tener un cero.

MUKESH CHULANI:

Gracias, Stephanie. De hecho, también tenemos el Hirschfield Index que apunta a la concentración. Quizá este no sea el mejor indicador para los registros porque tenemos un flujo de entrada. Tenemos un mercado desconsolidado y estamos midiendo la consolidación después de desconsolidarlo. Somos conscientes de esto. Muchas gracias de todas formas por reenfatizarlo. ¿Algún otro aporte de los miembros del panel con respecto a las actualizaciones sobre competencia robusta? ¿Del público? ¿De participantes remotos? Es domingo.

Nos quedan nueve minutos en la sesión de hoy y yo tengo 30 diapositivas más. Cierren los ojos a medida que las voy describiendo. Cierren los ojos, cierren los ojos que voy avanzando. No era una broma. No, no era una broma. Nuestros

próximos pasos, por supuesto, tenemos el documento de seguimiento. Aquí tenemos la señal que dice cuál es el documento de seguimiento y lo vamos a actualizar sobre la base de los aportes de hoy. Necesitamos fijar las definiciones de categorías. Vamos a actualizar las definiciones de categorías sobre la base de los aportes recibidos hasta el momento y vamos a hablar sobre esto en nuestra próxima sesión del panel asesor en abril.

Luego, por supuesto, vamos a ir también analizando las diapositivas que pasé rápidamente. Voy a hacer circular esta presentación entre el panel asesor. También va a estar publicado en el wiki de la comunidad para cualquiera que le interese acceder a ella. Esperamos recibir más aportes de ustedes sobre estos temas. La próxima sesión de trabajo mejorará porque les voy a hacer llegar esta información. Recibí ciertos comentarios en cuanto a que anteriormente se la hice llegar con poca anticipación así que voy a tratar de hacerlo con más anticipación esta vez. Muchas gracias a todos por sus aportes, sus comentarios y su apoyo hasta el momento. Steve.

STEVE DELBIANCO:

Gracias, Mukesh. Antes de quedarnos sin tiempo, antes yo sugerí que el proyecto piloto de la iniciativa de datos abiertos está avanzando hacia los próximos pasos. Si el resto del panel asesor

está de acuerdo, vamos a solicitar que dediquen parte del tiempo asignado a este proyecto a ver qué es lo que tenemos incluido en el proyecto piloto de ODI. Tenemos que ver cuáles son los datos subyacentes que se está pasando publicar en la iniciativa de datos abiertos. Algunos datos que cubren los datos de los que estamos hablando acá. Esto sugiere que podríamos lograr grandes eficiencias trabajando en paralelo con este proyecto.

MUKESH CHULANI: Esto nos simplificaría la vida, si presentan datos que luego podemos usar porque sabemos que son pertinentes.

STEVE DELBIANCO: Yo creo que la iniciativa de datos abiertos no publica nada y no presente nada. Creo que simplemente lo dejan a disposición y después se pueden hacer descargas o acceder a través de API. Luego ustedes, los usuarios de datos, tienen que preparar sus propias presentaciones. No se trata de presentar. Ellos no necesariamente van a presentar criterios de medición e índices. Simplemente hacen que los datos estén disponibles. Si los datos son accesibles, pensamos que ahí van a estar los datos que necesitamos para nuestros criterios de medición. Esto nos va a llevar hasta esos criterios de medición y nos va a alejar de aquellos criterios para los que no hay apoyo.

MUKESH CHULANI: Muchas gracias. Esto tendrá lugar de 9:00 a 10:30 el jueves, en el Hall A1. Muchas gracias a todos por su tiempo, por su apoyo, por su humor. Esperamos poder continuar hablando sobre estos temas en el futuro.

[FIN DE LA TRANSCRIPCIÓN]