

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

ICANN70 | Foro virtual de la comunidad - Sesión 3 de At-Large sobre políticas: Apoyo para solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

Miércoles, 24 de marzo de 2021 – 10:30 a 12:00 EST

YEŞİM NAZLAR:

Hola y bienvenidos a esta sesión de política número tres: Cómo se ve el éxito en ICANN. Mi nombre es Yeşim Nazlar y soy la gerente de participación remota para esta sesión. Tengan en cuenta que esta sesión está siendo grabada y sigue los estándares de conducta esperados de la ICANN. Durante esta sesión las preguntas y los comentarios presentados en el chat se leerán en voz alta si se indican adecuadamente tal como se establece en el chat. Voy a leer las preguntas y los comentarios en voz alta durante el tiempo establecido por el moderador de esta sesión.

La interpretación para esta sesión incluirá español y francés. Hagan clic en el icono de interpretación en Zoom y seleccionen el idioma en el que escucharán durante la sesión. Si desean tomar la palabra, por favor, levanten la mano en la sala de Zoom. Una vez que se mencione su nombre, por favor, activen su micrófono y tomen la palabra. Antes de hablar asegúrense de haber seleccionado el idioma en el que hablarán a través del menú de interpretación. Por favor, digan su nombre para los registros y el idioma en el que hablarán si es que deciden no hablar en inglés. Al tomar la palabra, asegúrense de silenciar todos los otros dispositivos y notificaciones. Por favor, hablen

---

***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.***

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

claramente y a una velocidad razonable para permitir una interpretación adecuada. Con esto le voy a dar la palabra a Jonathan Zuck. Adelante, Jonathan.

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Yeşim. Soy vicepresidente de política para ALAC y At-Large. Estamos aquí para hablar sobre el programa de apoyo al solicitante. Para los que no lo conocen, se trata de un programa que fue desarrollado para tratar de asistir a los solicitantes de regiones subatendidas para que puedan participar en la ronda del año 2012 de solicitudes para las cadenas de caracteres de los nuevos gTLD. Mi trabajo en esta sesión es contarles qué es lo que sucedió y me temo que la memoria de todo el mundo es muy distinta y muy personal.

Recuerdo haber estado en una expedición con National Geographic y le hablaba a un fotógrafo de una revista y me pareció que era necesario describir los procesos a través de los cuales yo había logrado cada foto. Hice algunas en la isla de St. Andrews antes de encontrarme con los pingüinos. Después estuve colgado de un árbol tres horas. Por supuesto, el editor me dijo: “Yo no veo nada de todo esto en esta foto”.

Uno de los desafíos más importantes para mí como fotógrafo es objetivar mi trabajo para poder discutirlo. Creo que este es el desafío que tenemos nosotros también. Parece que estamos tan focalizados en cuál es el proceso, quién recibe el crédito, a quién hay que culpar y cuál es el melodrama del trabajo que estamos haciendo. Lo que espero que podamos hacer en esta sesión es mirar un poco más adelante,

salirnos de ese contexto y ver qué es lo que podemos llegar a lograr con un nuevo programa de apoyo al solicitante.

Con este condicionamiento entonces vamos a comenzar. Vamos a hablar sobre el apoyo al solicitante y cómo se ve el éxito. Voy a empezar entonces con una línea de tiempo breve sobre lo que sucedía antes, brevemente. En 2012 esta es básicamente la situación en términos de los registros que existían en todo el mundo. Hubo una resolución de la junta directiva llamando a la comunidad para desarrollar un enfoque sostenible para dar apoyo a los solicitantes y aquellos que quieren entrar al programa de los nuevos gTLD. Entonces se formó el grupo de trabajo conjunto de apoyo al solicitante.

El único apoyo disponible en ese momento fue el apoyo al solicitante. Se hablaba de una fundación que se iba a crear potencialmente pero se trataba de un descuento en el arancel y era un programa para aquellos que querían asistencia y los mentores que estaban dispuestos a brindar una asistencia en forma ad honorem. Los objetivos eran comunidades lingüísticas y comunidades subatendidas. Había tres regiones de la ONU especialmente que iban a ser la meta de la asistencia. Se trataba de países quizá menos desarrollados. También países subatendidos y las islas naciones que eran áreas en las que nos focalizábamos en los aspectos anteriores del programa. Un proceso bastante complejo de evaluación que se estableció para poder solicitar estos fondos. Una regla muy importante se estableció. Si uno no lo lograba en este proceso tenía la posibilidad de continuar después. Me parece que era un desincentivo para continuar en el programa. ALAC había hecho un comentario sobre el programa.

Sugirió que el apoyo operativo era insuficiente para los nuevos solicitantes y quizá era muy difícil poder lograr resultados concretos. El GAC hizo comentarios similares también en ese momento.

Si miramos la ronda de 2012, de nuevo así se veía el mapa. Después de la ronda de 2012, como ven, se veía así. Había muchos registros en el mundo como resultado de la ronda de 2012. Dado el objetivo de tener más competencia y más selección para el consumidor, la meta se logró pero si miramos las regiones a las que intentábamos llegar con el programa de apoyo al solicitante, ven que los puntos no están dentro. Objetivamente entonces necesitaba un aumento en los registros dentro de estas regiones meta que estaban especificadas en el programa. Yo fui parte del CCTRT o el equipo de revisión sobre competencia, confianza y elección del consumidor que tenía la tarea de evaluar el programa. Básicamente, nosotros mirábamos este programa como un fracaso. Parte de la dificultad es que no hubo objetivos concretos asociados. El objetivo era que fuera más fácil para el solicitante y posiblemente lo logramos pero esto no fue la causa de nuevos registros en las regiones.

Hicimos un análisis. Pensamos que teníamos que tener más operaciones, más asistencia operativa. Es decir, asistencia después de la solicitud en sí. Un programa de mentoreo en lugar de fondos que se igualen y metas claras, objetivos claros para poder formar el programa y poder después evaluarlo. Esto es lo que vemos hoy. Brevemente, este es el nuevo programa de apoyo al solicitante. Podemos hacer correcciones, etc. pero por lo menos fue un intento de tener un panorama general de cómo es el programa y cómo está avanzando,

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

cuáles son las recomendaciones que surgieron a partir del grupo de trabajo de procedimientos posteriores. Se está expandiendo a otras regiones y más allá de los costos de aplicación de solicitud. Se trata de una base entonces más amplia. Se va a permitir que haya más solicitudes y luego poder quitar ese requisito de todo o nada. Sigue sin haber un apoyo constante o continuo. El apoyo tiene que ver más con los aranceles legales pero no hay apoyo posterior. Los detalles están esperando la implementación.

Al mismo tiempo, el grupo de trabajo sí dijo que las metas de alto nivel sobre las metas de elegibilidad siguen siendo apropiadas. Por lo tanto, el grupo de trabajo está reconociendo que las metas son necesarias. Ellos creen que tiene que estar en las manos del equipo de implementación la posibilidad de definir esto. En esta conversación vamos a tratar de empezar a pensar cómo sería esto dado que esta conversación todavía tiene que ocurrir.

Parte de las métricas posibles que se propusieron en el grupo de trabajo de procedimientos posteriores tiene que ver con la comunicación, con el conocimiento sobre el programa, la cantidad de solicitantes, la asistencia, la cantidad de solicitantes aprobados, de registratarios, de dominios en los nuevos gTLD regionales, tasa de aprobación y el éxito de los gTLD lanzados.

Estas son algunas de las métricas establecidas como medidas posibles. Ninguna de ellas está asociada a un objetivo específico. [inaudible] conversación es ver si podemos empezar a definir objetivos concretos para un programa de apoyo al solicitante. En la próxima

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

ronda vamos a expresar metas como [inaudible] esto nos va a permitir [inaudible] el programa adecuadamente y poder juzgarlo cuando la próxima revisión del CCT ocurra. Tenemos algunos panelistas muy talentosos que les van a hablar sobre el apoyo al solicitante. Tenemos a varios oradores. Hadia va a ser la facilitadora de esta sesión. Sin más, quiero darle ahora la palabra a Hadia.

HADIA ELMINIAWI:

Gracias, Jonathan. Como usted dijo, el programa de apoyo al solicitante en la primera ronda se consideró un fracaso. Sin embargo, una vez más, ¿qué significa un fracaso en este caso? ¿Fracasó porque no tuvimos ninguna solicitud que avanzara? ¿Esa es la definición de fracaso del programa? Yo creo que en primer lugar debemos pensar lo siguiente. ¿Qué significa fracaso o éxito en el caso del programa de apoyo al solicitante? Una vez que hayamos definido eso, como dijo Jonathan, podemos definir objetivos o métricas. Son métricas que nos indican que vamos por la senda correcta, que estamos haciendo las cosas bien, en lugar de sorprendernos por un fracaso. Esas son las dos cosas en las que nos tenemos que concentrar. ¿Cómo es el éxito del programa? ¿Solo tiene que ver con cuántas solicitudes exitosas hubo? ¿Eso define el éxito del programa?

En segundo lugar, ¿cuáles son nuestros objetivos y cuáles son las métricas? ¿Cuáles son los puntos de comparación, los benchmarks? Ahora vamos a darles la palabra a los oradores. Hoy aquí están Becky Burr, directora de la junta directiva; el señor Chung, CEO de DotAsia; Dave Kissoondoyal, miembro de ALAC-AFRALO; Andrew Mack,

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

Fundador y director de AMGlobal Consulting; Christa Taylor, fundadora y CEO. Ahora le voy a dar la palabra a los oradores. Vamos a presentarles la primera pregunta. La primera pregunta es cuáles serían nuestros objetivos para este programa. Quizá podamos empezar con Becky, si puede tomar la palabra por favor.

BECKY BURR:

Gracias. Bienvenidos a todos. Muchas gracias, Hadia y Jonathan, por invitarme a participar de esta sesión. El programa de apoyo al solicitante en la propuesta de SubPro con respecto a los nuevos gTLD es muy importante. El grupo de trabajo sobre procedimientos posteriores dijo que el objetivo de este programa es brindar apoyo para la ampliación del espacio de nombres de dominio, incluyendo especialmente la competencia y la innovación en áreas donde las cargas financieras asociadas con las solicitudes puedan ser un obstáculo. Hemos visto en la ronda de 2020 que subieron miles de nuevos gTLD y queremos asegurarnos de que este espacio esté disponible y sea utilizado para la expansión, para la innovación, para fomentar la competencia a nivel global y no solamente en zonas del mundo donde ya tenemos muchos registros asignados. También debería apoyar la ampliación de los dominios de alto nivel internacionalizados. La idea es garantizar que el DNS siga siendo una herramienta para todos.

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

**HADIA ELMINIAMI:** Tengo otra pregunta. ¿Cómo es el éxito del programa? ¿Tiene que ver con la cantidad de solicitudes exitosas? ¿Esa es la única forma de medir el éxito del programa?

**BECKY BURR:** No. Lamentablemente no tenemos una buena explicación para saber por qué no hubo nuevas solicitudes en la última ronda. Quizá porque la asistencia se limitó a ciertas solicitudes o quizá hacía falta más asistencia no financiera gratuita. Quizá hubo preocupaciones con respecto a la viabilidad financiera de los gTLD. Quizá esto tiene que ver con los aranceles de las transacciones de la ICANN. Son preguntas para las cuales no tengo respuesta pero creo que es importante, como dijo Jonathan, y como se dice en el PDP SubPro, necesitamos métricas y debemos definir el éxito de manera más amplia. No definirlo simplemente en base a la cantidad de solicitudes o a la cantidad de solicitudes exitosas. Así como pasa con la lista de posibles métricas o formas de medir el éxito que mencionó Jonathan, creo que la mayoría resultan lógicas pero la pregunta en realidad es si tenemos éxito en obtener financiamiento y en brindar apoyo. Apoyo que vaya más allá de los fondos. Aquellas personas que tienen una buena idea, quieren llevarla al mercado o a la comunidad o de manera no comercial y necesitan ayuda.

**HADIA ELMINIAMI:** Gracias. Como nos mostró Jonathan, el programa de nuevos gTLD pudo crear oportunidades para innovación y para la internacionalización. Sin embargo, la pregunta en este caso es: ¿Esas

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

oportunidades fueron inclusivas? Cuando los solicitantes no tenían los recursos financieros o les faltaba algún otro recurso pero tenían ideas innovadoras para gTLD, quizá ellos no tuvieron la oportunidad de participar y supongo que deberíamos verlo de esta manera también. Nosotros queremos que este proceso sea un proceso inclusivo. ¿Qué opina usted al respecto?

BECKY BURR:

Creo que el problema es que no tenemos datos de la ronda de 2012 para responder muchas de las preguntas. Tenemos que imaginar, como lo hago yo, que hubo personas con buenas ideas en la ronda de 2012 que no pensaron que tenían los recursos, todos los recursos necesarios para llevar un nuevo gTLD al mercado. Como usted dijo, no se trata solo de recursos financieros, el arancel de presentación de la solicitud. Hay que tener información o conocimientos para preparar una solicitud, los temas de protección de propiedad intelectual que van involucrados, que se quiere llevar un gTLD al mercado, los conocimientos técnicos, comerciales y de negocios. Yo sospecho que hubo personas que tenían buenas ideas pero, por una razón u otra, pensaron que no podían recibir suficiente apoyo para sus ideas.

HADIA ELMINIAWI:

¿Opina usted que las actividades de concientización y difusión y alcance que se llevaron a cabo durante la primera ronda fueron suficientes? ¿Qué resultados lograron?

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

**BECKY BURR:** Debo decir que no conozco muy bien, no sé muy bien cuántas actividades de difusión y alcance se llevaron a cabo. Quizá haya otras personas que sepan más sobre esto. Algunas personas sugieren en el chat que las actividades de difusión y alcance podrían haber sido mejores y más amplias. Por supuesto, el conocimiento y la conciencia con respecto a la ICANN han crecido así como han aumentado las actividades a nivel de las RALO. Esto aumentó muchísimo desde 2012. Quizá hoy la situación sea diferente pero el resumen de todo esto es que es muy difícil imaginar que no podríamos mejorar en nuestras actividades de difusión y alcance.

**HADIA ELMINIAWI:** Gracias, Becky. Tengo un último punto. Usted vio las métricas que compartió Jonathan. Creo que debemos contar con objetivos. Tenemos que saber que vamos por la senda correcta. No queremos encontrarnos sin saber hacia dónde avanzar. Debemos definir el camino hacia el éxito. Ese camino debe tener hitos. A medida que vamos alcanzando estos hitos vamos a saber que vamos por la senda correcta en la dirección adecuada. ¿Cómo deberían ser esos hitos? ¿Qué opina usted?

**BECKY BURR:** El primer hito sería crear un grupo para desarrollar un plan de comunicaciones. Ese plan de comunicaciones debería incluir las regiones y los diferentes tipos de lugares donde queremos llevar estas actividades de difusión, definir las comunidades a las que vamos a apuntar para llevarles información sobre este tema. Yo pensaría que

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

un plan de comunicación debe tener metas en relación al trabajo que quieren hacer. Desde abrir la ventana de solicitudes, pensar en qué comunidades queremos estar, con quiénes queremos hablar, en qué calidad, cómo queremos hablar con ellos. Todo esto debe formar parte del plan de comunicaciones. Creo que es importante destacar que la ICANN tiene una infraestructura de comunicaciones más avanzada hoy de lo que era en 2012. Tenemos más conocimientos, más experiencia. Creo entonces que hay recursos que nos pueden ayudar en este sentido.

HADIA ELMINIAMI:

Gracias, Becky. Göran dice que la próxima ronda podría ser el caso de dar una oportunidad a personas que no sean angloparlantes. ¿Cómo podríamos medir esto? ¿Cómo cree usted que podríamos medir esto?

BECKY BURR:

Creo que Göran tiene razón. Creo que una de las comunidades objetivo más importante para el programa de apoyo al solicitante tiene que ver con la aceptación universal, con la posibilidad de tener IDN para comunidades culturales en todo el mundo. No sé cuál debería ser la métrica precisa en este caso pero creo que los IDN, los nombres de dominio internacionalizados y las comunidades culturales de todo el mundo deberían ser el foco para este programa de apoyo al solicitante.

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

HADIA ELMINIAMI: Gracias, Becky. Ahora le voy a dar la palabra a Edmon. No sé si Edmon está participando en esta sesión.

EDMON CHUNG: Estoy aquí.

HADIA ELMINIAMI: Gracias, Edmon. .KIDS fue una de las solicitudes exitosas. Quiero empezar preguntándole lo siguiente. ¿Qué opina usted con respecto al proceso de presentación de las solicitudes? ¿Cuáles fueron los aspectos positivos? ¿Cuáles fueron los desafíos? ¿Qué cree usted que podríamos mejorar de aquí en adelante?

EDMON CHUNG: Gracias, Hadia. Muchas gracias por invitarme a participar de este panel. Me interesa mucho compartir mi experiencia. Espero que este programa también avance, el programa de apoyo al solicitante. Creo que uno de los principales desafíos que Jonathan quizá no mencionó y que yo creo que fue muy interesante cuando me encontré con esto. DotAsia estuvimos apoyando la solicitud de .KIDS. Seguimos apoyándola y está esperando el acuerdo de registro desde hace muchos meses. De todos modos, lo interesante que observé cuando ayudé a analizar la solicitud es que hay un componente donde el solicitante debe ser muy pobre o debe estar muy desesperado para realmente poder acceder al apoyo para el solicitante. Por otro lado debe tener recursos suficientes para operar el TLD. Yo entiendo por qué esto es así y comprendo que sea muy importante que haya

recursos para operar un TLD. Sin embargo, esa fórmula realmente significa que en última instancia el solicitante debe entender muy bien o debe tener muy buenas relaciones con los actores que ya están en ese mercado para poder tener éxito. Si se fijan en las tres solicitudes que avanzaron, las tres contaron con el apoyo de participantes que habían estado mucho tiempo trabajando con la ICANN. No tengo esta información exacta pero esto es un problema que identifica un síntoma porque se diseñó muy bien en el programa. Queríamos asegurarnos de proteger la seguridad, la estabilidad, etc. pero perdimos de vista la parte más importante, que es introducir a nuevos actores y ayudar a los nuevos actores a ingresar en este espacio.

Yo sé que Jonathan dijo que no deberíamos mirar tanto hacia el pasado pero quiero decir una cosa más y después voy a empezar a hablar del futuro. Jonathan dijo que la junta pasó una resolución y que el programa conjunto de apoyo al solicitante había empezado a trabajar, la cosa no es tan así. Si miramos muy al pasado, inicialmente el grupo de trabajo de apoyo conjunto al solicitante fue un trabajo hecho por la GNSO y ALAC juntos. La GNSO, después de un tiempo, se retiró y yo formaba parte del consejo de la GNSO en ese momento. La GNSO dijo: “No queremos hablar más del apoyo al solicitante”. Recuerdo que Avri fue la persona que estaba liderando esta actividad. Ella dijo: “Vamos a dejar de hacerlo”. Yo estaba ahí, en el consejo, en una reunión pública del consejo y dije: “El hecho de que la GNSO no quiera seguir con esto no significa que ALAC no pueda tomar las cosas en sus manos y seguir adelante”. Eso fue parte de la experiencia.

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

ALAC tomó la cuestión en sus manos y siguió avanzando pero más adelante, el GAC empezó a participar, también la junta directiva y finalmente se creó el programa de apoyo al solicitante. Mirando hacia delante, creo que ALAC tiene un rol que desempeñar aquí. Tiene una función muy importante. Nosotros ahora con las políticas SubPro ya implementadas, en la implementación es donde hay que prestar atención a los detalles. Allí es muy importante todo eso.

Realmente felicito a las instrucciones o a la información en el sentido de apoyar otros aspectos además del financiamiento. Creo que hay que prestar atención al apoyo para las operaciones que ya están en curso para que podamos atraer a nuevos actores a través de este programa, tanto para atraer a otros idiomas, como dijo Göran, pero también debemos atraer a nuevos participantes que estén dispuestos a presentar la solicitud, a hacer todo el trabajo que esto involucra y después a manejar un gTLD. Hay que prestar atención a los detalles. Creo que la atención a los detalles será lo que hará una diferencia. En la última ronda, muchas veces se utilizó un mecanismo de puntajes pero algunos de los puntajes se excluyen mutuamente. Si le damos este puntaje, no podrá tomar el puntaje de esta otra pregunta. Esto hay que tenerlo en cuenta.

Una última cosa que quisiera decir es que lo que se llamó el panel de revisión de apoyo al solicitante se armó para evaluar si un solicitante podría recibir el apoyo o no. Yo creo que eso debemos mantenerlo. Eso fue muy importante porque, por ejemplo, comparado con el panel de evaluación de la comunidad que evaluó si un solicitante representaba una comunidad o no, el SARP, en comparación con el CEP, el SARP

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

incluía a miembros de la comunidad de la ICANN en comparación con el de evaluación de la comunidad que no incluía miembros de la ICANN. El SARP entendía el mejor el espíritu y los detalles relacionados con las políticas de la ICANN mientras que la otra unidad, si bien es muy profesional, no tenía los conocimientos del mundo de la ICANN. El panel también tuvo algunos problemas y esto creó dificultades. Creo que cuando se desarrolle el proceso de implementación debemos tener en cuenta qué paneles armamos para validar las aplicaciones y debemos introducir un elemento donde la comunidad de la ICANN pueda participar porque sin esto, si vemos la evaluación con prioridad de la comunidad, creo que esto es otro gran fracaso aunque también apoyamos .SPA, que es un gTLD de la comunidad.

Si se fijan en el proceso, con el SARP, el panel de revisión de apoyo al solicitante que incluye miembros de la comunidad de la ICANN de esa manera la evaluación se podría hacer teniendo en cuenta todos los detalles que incluyó el PDP mientras que la evaluación con prioridad de la comunidad no pudo hacerlo así. Con esto termino y espero que esto haya servido.

HADIA ELMINIAMI: Quisiera pasarle la palabra a Jonathan. Por favor, Jonathan, adelante.

JONATHAN ZUCK: Quisiera hablar brevemente. Creo que es excelente información pero también creo que llevamos ahondando en el programa de apoyo al postulante, al solicitante los últimos ocho años. Presentaron al grupo

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

de procedimientos posteriores la misma información. Mi preocupación también es cómo tenemos que rediseñar el programa. Todavía no tenemos un objetivo para el programa. Creo que tenemos que ver cómo es el éxito, cómo una solicitud exitosa propiamente dicha que resulte en una cadena de caracteres asignada, si la métrica es simplemente que más gente conozca el programa de gTLD y más gente se presente, se postule, eso lleva tiempo y es un diseño distinto.

Creo que tenemos que dedicarle tiempo o que ya está invertido en el rediseño del programa, estamos pasando por alto la medida en la que tenemos que evaluar el programa y lo que puede llegar a ser necesario para implementarlo. Diría que tratemos de mirar para adelante y alentar con el programa de apoyo de los solicitantes, ver si podemos comenzar con esa conversación y después ver cómo se maneja el diseño.

HADIA ELMINIAMI:

La idea aquí sería en base a lo que decimos, si algo es un fracaso o si es un éxito, creo que las metas son muy importantes hacia adelante. Tenemos que implementar, ponernos esas metas a nosotros mismos para verificar si estamos caminando el camino correcto. Por ejemplo, para usted, Edmon, si tenemos planes de difusión y de creación de conciencia, es una meta, ¿cómo la medimos? ¿Cómo decimos: “Lo hicimos bien” o “Tenemos que hacer más”? Si ponemos la diversidad como meta o como métrica, ¿cómo la medimos? ¿Cómo decimos: “Sí. Hemos hecho suficiente en esa dirección” o “Tenemos que hacer más”?

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

EDMON CHUNG:

Incluso si hablamos de multinacionales parece que resulta difícil medir. Obviamente, la medida a fin de cuentas, más allá de si llamamos al programa un éxito o un fracaso, esto va a estar basado en cuáles son las aplicaciones y tratar de ver qué ocurrió con la solicitud y qué es lo que la solicitud les dio. Antes de entrar a revelar los resultados de todo eso, creo que hay dos cosas en las que pensar. Una es la difusión externa real. Ciertamente hay un periodo de tiempo que quizá fue demasiado breve. Todo el periodo de solicitud ya estaba atravesando un cierto proceso y luego, una vez que estaba ya en marcha el programa, se tardó un par de meses para poder hacer la difusión.

El tiempo, el plazo es importante pero de nuevo yo estoy de acuerdo con Jonathan en el sentido de que de alguna manera hay que ver qué es lo que podemos esperar. También creo que, y ustedes saben que los IDN son algo muy querido para mí, los dominios de alto nivel con IDN seguramente van a necesitar este tipo de apoyo. También creo que el pensamiento en este tipo de procedimientos posteriores no tiene que ver tanto con la región sino más bien con los solicitantes con buenas ideas que no van a poder entrar por distintas razones. No se trata únicamente del sur global necesariamente ni de las regiones subatendidas sino más bien de personas que tienen buenas ideas y que quizá les faltan algunos recursos. Esta es una parte importante.

Una parte importante de la medida tiene que ser, tal como mencionaba antes, a fin de cuentas nosotros no sabemos si una

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

campana de publicidad funciona o no hasta que los clientes empiezan a ingresar. En este caso, lo que tenemos que medir es qué les pareció a los solicitantes cuando pidieron este apoyo. Qué les pareció cómo estaba adicionado el programa, cómo estaba diseñado. Si estaban dispuestos a probar o no.

HADIA ELMINIAMI:

Gracias, Edmon. Quizá debemos decir que la cantidad de solicitudes recibidas o de solicitudes exitosas, quizá no sea suficiente para poder determinar si el programa es exitoso o no. Esto es solo un pensamiento. Voy a ir ahora a Dave. Creo que Dave tiene una presentación para nosotros. No solo queremos definir las metas y las métricas sino que esas metas nos van a ayudar a darnos cuenta de que estamos avanzando en la dirección correcta. No queremos decir que a fin de cuentas esto fracasó. No queremos estar sorprendidos. Por eso tiene que haber indicadores. Ese es el propósito principal de esta sesión, definir el éxito y buscar indicadores. Dave, adelante, por favor. Dave.

DAVE KISSOONDOYAL:

Disculpen. Tenía el micrófono silenciado. Gracias, Hadia. Gracias por invitarme a participar como panelista. La primera ronda de los nuevos gTLD en el año 2012 trató de abordar el impacto de los altos aranceles de solicitud, que eran unos 185.000 dólares. La meta era asistir a aquellos que necesitaban apoyo y que querían operar un nuevo gTLD. Esta meta sigue siendo válida hoy y tiene muchísima importancia. Por supuesto que podemos tener otras metas como una mayor cantidad

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

de solicitudes, aumentar también la cantidad de personas. Sin embargo, debemos poder encontrar métricas, tal como mencionó ya ALAC en la carta que le envió al grupo de procedimientos posteriores. Siguiendo diapositiva, por favor. No voy a entrar en detalle en lo que ya mencionó Jonathan. Siguiendo diapositiva, por favor.

HADIA ELMINIAMI:

Dave, si me disculpa, ¿podemos por favor ver esto más como una conversación y no que sea ir revisando cada una de las diapositivas?

DAVE KISSOONDOYAL:

Voy a tratar entonces de responder a las preguntas. Debemos establecer unas métricas para poder medir el éxito del programa pero para poder tener un programa, si no tenemos solicitantes o si no tenemos tampoco unos candidatos exitosos, el programa no tiene ningún sentido. Es importante que cuando tengamos cualquier programa... En el último programa recibimos fondos para 14 solicitantes y solamente tres pudieron continuar con el apoyo. Es importante que en nuestras métricas, si recibimos fondos adicionales de ICANN en este programa, tenemos que tener apoyo para 25 solicitantes como ejemplo. En las métricas también se menciona que de esos 25 solicitantes, la tasa de éxito tiene que ser de un 70% o un 80%. Hemos visto luego que no ha habido lineamientos de política. Tenemos un grupo de trabajo. El informe en el que hemos estado trabajando no ha tenido ninguna actualización excepto la de los procedimientos posteriores, el informe emitido por ellos sobre el programa de apoyo al solicitante. No hay ningún otro lineamiento

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

específico de política que pueda utilizarse específicamente para este programa de apoyo al solicitante.

HADIA ELMINIAWI:

Dave, si me permite, le quiero hacer una pregunta. Una de las metas que usted estableció para el éxito del programa en sí es la cantidad de solicitudes recibidas. Por ejemplo, usted dice que para que este programa tenga éxito tenemos que recibir por lo menos 25 solicitudes como ejemplo. Esa la métrica para el programa en sí. ¿Cómo sabemos? Yo no voy a discutir esto pero le quiero preguntar cómo sabemos que lo que estamos haciendo nos va a llevar a esto. Cuáles son nuestros hitos que deberíamos tener en cuenta para saber que estamos avanzando en la dirección correcta y que estamos yendo a nuestra meta, que es la de 25 solicitudes. No queremos llegar al final del programa y decir: “Solamente recibimos esto”. ¿Qué deberíamos hacer para llegar a ese punto?

DAVE KISSOONDOYAL:

Tenemos que tener una clara comunicación, una estrategia clara. Tenemos que hacer difusión externa y también tenemos que contactarnos con las áreas desatendidas, con las comunidades. Tiene que tener una buena meta para que los países sean exitosos. Debemos apuntar claramente a cada uno de ellos. Tenemos una meta definida de llegar a 25 solicitudes. ¿Cómo vamos a lograr esa meta entonces? Hay que definir las métricas, la comunicación, la difusión externa incluso en alguna reunión de la ICANN. Tenemos que tener entonces un programa claro de comunicación.

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

HADIA ELMINIAMI:

Yo en este caso diría que la cantidad de solicitudes en sí no es una meta suficiente porque el programa de apoyo al solicitante tiene la meta de aumentar la representación y la diversidad global en las regiones. En esas 25 solicitudes, no hay mucha diversidad. El programa no cumplió con su meta. El programa además tiene la meta de aumentar la competencia y la elección en el mercado de los dominios. Sabemos que hay 25 solicitudes pero esto no aumentó la elección y la competencia en el mercado de dominios. Al definir el éxito del programa en sí, debemos pensarlo mucho. Esto por un lado. Por el otro, tenemos que poder avanzar en la dirección correcta y hacer lo correcto. También debemos poder definir esos hitos.

DAVE KISSOONDOYAL:

Absolutamente. Nuestro objetivo es poder llegar de las 25 solicitudes a un 50% de áreas subatendidas. Tenemos que tener IDN, tenemos que tener diversidad lingüística también. Para eso debemos poder definir a partir de los 25 solicitantes, no queremos que sea en la primera ronda. Recibimos solicitantes de Europa y de Estados Unidos únicamente y no queremos que eso sea así. Creo que para que sea exitoso tenemos que poder definir las métricas y luego debemos también definir claramente, como se ha mencionado en la introducción, todas las métricas, todas las metas y también cómo las vamos a lograr.

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

**HADIA ELMINIAMI:** Gracias, Dave. Vamos ahora a Andrew. Andrew, le hacemos a usted la misma pregunta. ¿Cuál es el éxito del programa? ¿Cuáles son las métricas que debemos tener en cuenta para poder saber que nos movemos en la dirección correcta y cómo las medimos?

**ANDREW MACK:** Espero que me escuchen ahora. Gracias, Hadia. Yo lo miro desde muchas perspectivas. Yo estuve en el grupo JAS inicial. Estuve dos años y medio cuando trabajamos sobre esto. Fue un esfuerzo importante pero difícil porque no podíamos tomar estas decisiones aclaradoras desde el principio. Queríamos hacer mejor y ese fue un buen punto de partida pero quizá fue demasiado lo que estábamos haciendo. Creo que lo que quiere hacer Jonathan es poder empezar con esto. El camino se nos va a ir aclarando a medida que avancemos.

Becky, hay algo que es un hecho. Nosotros hicimos un proyecto como parte del equipo del CCTRT y definitivamente yo recomiendo que la gente que quiera saber sobre esto, lo pueda ver. Empezamos entrevistando a mucha gente que no había presentado la solicitud y otra que sí, del sur global. Gran parte de lo que la gente está mencionando, voy a hablar un poco más lento, en cuanto a la comunicación, la visibilidad del programa, todo esto es muy cierto. Lo que encontramos fue que hubo otros temas importantes en la comunicación con quién y comunicación en qué idioma. Parte del desafío fue que empezamos con algo muy amplio cuando comunicamos el programa. Empezamos hablando en líneas generales para introducir a la ICANN como comunidad. El programa de los

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

nuevos gTLD como entidad, tener también que presentar, introducir cómo era el proceso. Estoy seguro de que había recursos que eran necesarios para poder dar apoyo a los solicitantes tanto en el proceso al principio como a lo largo de todo el proceso.

Desde mi punto de vista, no importa cuántas solicitudes existen. Ciertamente sería mejor si hay más y ciertamente, como comunidad, deberíamos tener una representación más amplia y mejor pero no importa. Es decir, si lo que estamos planteando no es viable, desde mi punto de vista, esto es una pérdida para la comunidad porque hay mucha gente que nos va a conocer menos y que está planteando sus buenos esfuerzos, sus buenas expectativas. Están subiendo sus expectativas y si no estamos para ayudarlos a lo largo de ese proceso, creo que solamente estamos haciendo la mitad de nuestro trabajo.

El primer punto es que el volumen importa pero las solicitudes exitosas crean una comunidad. Son viables en el largo plazo. No creo que tener una mayor cantidad de personas que llene formularios sirva para algo. Creo que no es significativo para la comunidad y tampoco para las audiencias a las que queremos dar servicio con la ayuda a esos solicitantes. Esa sería mi meta. Crear comunidades más viables y un sur global más viable que enfrente las oportunidades.

Hablamos mucho en el grupo JAS inicial sobre quién debería ser elegible para recibir este apoyo, quién cumple con los requisitos. Hay una sensación de que tiene que ser pobre pero no tan pobre como para no poder operar. Esto es algo que uno debe preguntarse. Creo

que nos desvía de la dirección de si vamos a tener la sofisticación y los medios para operar una comunidad online.

Una de las preguntas más importantes que escuchamos en la investigación que hicimos, como parte de nuestra CCTRT, fue que no había plantillas comerciales. No había modelos para una comunidad lingüística o para una comunidad comercial del sur global. Se trataba más bien de tratar de resolver problemas para una ONG o una comunidad cultural. Ahora sabemos más cosas de qué es lo que hace que un gTLD sea exitoso y sea sustentable.

Si empezamos con una hoja blanco o un email, si usamos el equivalente online, eso no era suficiente porque la cantidad de personas para entrar en contacto con esta comunidad no era suficiente. No tenían las herramientas para tomar decisiones en su propia organización o respecto al público. Estamos en esta situación entonces en la que yo creo que mediría el éxito en términos de los gTLD que se construyen y que se usan. El mejor apoyo del solicitante que les podemos ofrecer es empezar con lo que ya aprendimos y que la gente se acerque a un punto en el que pueda tomar una decisión y que les podamos dar un apoyo para ayudarlos a crear modelos sobre la base de lo que ya fue exitoso. Esto no quiere decir que nos involucremos en operar el TLD ni operar la parte comercial de la comunidad. Les damos un marco en el que pueden trabajar porque tienen que empezar de cero. Eso por un lado.

En el segundo lugar, esto canaliza nuestra posibilidad de comunicarnos con más efectividad. Yo creo que parte de aquello con lo

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

que nos enfrentamos es a quién le comunicamos. Nos comunicamos con todos y con nadie al mismo tiempo. Hemos mencionado aquí las personas y la cantidad de veces que posteamos un tuit. Creo que podemos hacer mucho más, en parte sobre la base de lo que ya aprendimos. Quiero empezar allí. Sin duda necesitamos mucha más comunicación en los distintos idiomas y personal de los distintos idiomas. Eso surgió mucho en nuestras conversaciones en Latinoamérica donde hay muchos hablantes de inglés. Por lo tanto, debemos conectar a las comunidades porque muchos de los decisores no son hablantes de inglés y mucho del trabajo ocurre en inglés.

Yo les recomiendo a todos que vean lo que hicimos. Hay decisiones en términos de tiempo, de no tener suficiente tiempo. Hubo también algunas preguntas sobre si los mercados estaban listos, si es que vamos a confundir a las personas con las que queremos conectarnos. Hemos aprendido tanto que mi recomendación es que avancemos y apoyemos a las personas en el proceso. Empecemos con la meta final en mente y que sea un producto viable. Esto es lo que va a darles valor a las personas y les va a dar también elección a las personas a las que queremos ayudar.

HADIA ELMINIAMI:

Gracias, Andrew. Lo que usted dijo es muy importante. La comunicación con quién. Quiénes son los posibles solicitantes de gTLD. Para mí esto es lo que debemos definir aquí. Conozco el centro de emprendedores en el mundo de gTLD. Uno de sus objetivos es crear

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

conciencia y hacer actividades de difusión dirigiéndose a posibles gTLD y después empezar a educarlos y ayudarles en su proceso.

El principal problema aquí siempre fue definir a quién nos dirigimos, quiénes son los posibles gTLD. Esa sería una pregunta. La segunda pregunta sería en relación con la última ronda, ¿hubo buenas ideas de gTLD que no avanzaron? ¿Qué ideas no avanzaron? Quizá eso nos podría llevar a pensar: “Quizá este es otro aspecto que tengamos que mejorar”. Le doy la palabra.

ANDREW MACK:

En primer lugar, casi nadie presentó su solicitud usando este programa de apoyo al solicitante. Era muy complejo y el apoyo no era adecuado, etc. Si analizamos la falta de respuesta del sur global en general, hay muchas cosas que no pasaron que deberían haber pasado. El desafío está en comunicaciones. No podemos comunicarnos con todo el mundo sobre todos los temas. Podemos educar a los usuarios sobre la ICANN y TLD y sobre cómo utilizar los TLD y todas esas cosas. Creo que no se puede hacer. Creo que eso fue parte del desafío. Tratamos de hacer demasiado y de abarcar mucho con nuestra comunicación.

Podemos estrechar el foco de dos formas. Número uno, hacer difusión, focalizada con idiomas y grupos específicos. Esa sería una forma. En segundo lugar, creo que tener plantillas de modelos de negocio, explicarles a las personas: “Mire, si usted tiene esta idea, puede implementarla así”, eso cambia el diálogo. Así las personas pueden decir: “Tengo esas ideas y si tengo esa idea hay una forma de llevarla adelante, llevarla al campo”. Así pasamos del mundo conceptual a que

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

ellos vean que vale la pena hablar con nosotros, con el programa de apoyo al solicitante en la ICANN de manera más oficial. Yo creo firmemente que debemos tener objetivos. Creo firmemente que debemos tener métricas. Todo lo que no medimos es que no nos importa pero no podemos dejarlo liberado al universo a toda una audiencia universal. No va a pasar. Si aprendimos cosas que podemos usar de aquí en más, debemos usarlas. Si trabajamos con una comunidad, con un idioma específico, si estamos tratando de dirigirnos a comunidades con otros idiomas, sabemos que están allí, existen. A esas personas les podemos ayudar a diseñar, a avanzar con una plantilla. Podemos decirles: “Mire, ¿le gusta esa plantilla? Si les gusta, bueno, pueden hacer esto o lo otro”. Hay que empezar con la idea. Así podemos decir: “Soy una comunidad con un idioma. Quiero hacer lo que hizo esta otra comunidad”. Bueno, muy bien. Allí es más fácil el diálogo. Ahí tenemos recursos. Si vamos a usar recursos, los recursos tendrán más éxito de esta manera. ¿Se entiende?

JONATHAN ZUCK:

Se entiende. Creo que deberíamos darle la palabra ahora a Christa, que fue la principal coordinadora del grupo de trabajo de procedimientos SubPro. Christa, ¿cuál cree usted que son los objetivos para seguir mejorando con este programa?

CHRISTA TAYLOR:

Voy a retroceder un paso. Es a través del grupo de trabajo SubPro y los debates que tuvimos en ese grupo, quiero mencionar algunas cosas. Uno de los principales debates que tuvimos tenía que ver con cómo

podíamos demostrar lo que se había hecho bien y cuáles fueron los problemas. Se dijo que uno de los principales problemas era que no se podía pasar de un programa al proceso estándar. Eso ahora se resolvió.

En segundo lugar, se dijo, y esto ya lo mencionó, que no hubo tiempo suficiente. Queremos otorgar más tiempo y trabajar con recursos que pudieran entender la situación local y que pudieran ayudar a los solicitantes en el terreno. Esos fueron los puntos que surgieron. También pensábamos: “¿Estaría bien atraer personas que puedan ayudar pero que vengan de otro lugar y que no entiendan las condiciones y el escenario local?” Creo que Göran pregunta cómo hacemos que las cosas sean más fáciles. Una de las cuestiones que surgieron en el grupo SubPro es que tenemos que poner todo en un solo lugar para que sea más fácil para los solicitantes porque se perdían en el sitio web. No encontraban adónde ir y cómo hacer las cosas. Quise mencionar esto porque esto surgió una y otra vez.

Hablando ahora de las metas, estoy de acuerdo con lo que ya se dijo. Sí. El número de solicitantes es importante. También los tipos de solicitante. Quisiera agregar que en pos del beneficio público tenemos que trabajar con diferentes comunidades con diferentes idiomas, donde haya necesidades sociales, etc. Se trata de lograr un equilibrio entre todos los aspectos y yo agregaría que quizá también sea importante la calidad de las registraciones comparada con la misión del registro.

Quiero decir que el programa debe ayudar a las personas. Necesitamos los recursos que den apoyo a los solicitantes de manera oportuna y significativa a lo largo de todas las etapas para que puedan evaluar si les conviene participar. Hay que ayudarles en la presentación de la solicitud, en la subasta y después apoyo para las operaciones. Tenemos que tener toda esta información. En algunas de las métricas vemos que ampliamos, crecimos. No medimos solamente la cantidad de solicitudes sino también habría que ver cómo se van midiendo diferentes hitos. Por ejemplo, las actividades de difusión y otras métricas nos permitieron tener mejor información para rondas futuras. Además, también debemos aprender nosotros a trabajar mejor.

Uno de los aspectos que surgió cuando hablamos de los procedimientos posteriores a la implementación de los nuevos gTLD es que tenemos esta enorme comunidad que es la ICANN. Compartamos material. Organizamos sesiones de capacitaciones para difusión y participamos de una red internacional de organizaciones internacionales. La idea es utilizar recursos para mejorar las actividades de difusión.

Hablando de otro tema, podemos hacer toda la difusión y alcance que queramos en el mundo, que es muy bueno pero tenemos que tener una propuesta de valor muy interesante para presentar sobre la titularidad de un registro. Tiene que ser clara. Tiene que valer la pena. Tenemos que saber cuál es el retorno sobre la inversión. Cuál es el riesgo. Eso implica que la investigación es mucha para las regiones subatendidas. Hay que presentar claramente la propuesta de valor. Las personas van a invertir dinero y recursos si entienden que van a

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

obtener un beneficio al final. Sea cual fuera ese beneficio no tiene que ser financiero necesariamente. Además, hay un componente de educación y de recaudación de fondos. Si se excede la financiación disponible, ¿qué va a pasar? ¿Tenemos algún recurso para ayudar a estas personas que necesitan más fondos? ¿Hay alguna forma de ayudarles a apoyar su negocio, su emprendimiento?

Otra vez cambiando de tema tenemos el tema de los modelos de negocios innovadores. La innovación es excelente pero exige muchos más recursos y, volviendo a lo que dijo Edmon, hay que tener más recursos. Estos son más importantes cuando hablamos de innovación porque es muy difícil entrar en un ecosistema que ya existe y tratar de convencer a las personas de que nos ayuden con una innovación que queremos introducir. Desde mi punto de vista, eso es clave porque exige mucho tiempo y esfuerzo.

Tengo un punto más que quiero mencionar. Tengo una diapositiva que voy a tratar de poner en pantalla. Bien. Lo pongo aquí para que podamos hablar sobre el tema y pensar en esto. La idea es cómo definimos el éxito. Estamos hablando de esto y de nuestros objetivos, nuestra misión. ¿Qué es lo que queremos lograr con esto? ¿Solamente más solicitudes? Nos falta la otra perspectiva. Tiene que haber aspectos financieros que se tengan en cuenta aquí. Si vemos las diferentes áreas, la idea es que podamos tener otro foco más ampliado. Tenemos aquellos gTLD con un objetivo muy especial donde el TLD obtenga beneficios cualitativos y tiene que ver con la misión. Tenemos estos otros gTLD. Obviamente los que están en el medio que son los más importantes y después tenemos los de la

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

derecha donde quizá el volumen sea mayor. Puede ser riesgoso pero podría ayudar en el aspecto de la innovación también. Se trata de lograr un equilibrio entre todo pero hay que considerar las diferentes áreas para poder centrarnos en ver dónde están esos solicitantes y comunicarnos con esos grupos de posibles solicitantes. Primero hay que identificar los grupos para poder trabajar con ellos. Esto es más bien información que presento para generar debate. ¿En qué hay que pensar cuando se presentan nuevos gTLD? ¿En el retorno sobre la inversión, en la misión del grupo, etc.? Después, ¿cómo logramos un equilibrio? Podemos hacer todo esto pero igualmente debe ser sostenible desde el punto de vista financiero el gTLD. ¿Qué queremos, que sea un gTLD que dure tres años? ¿Qué nos importa? ¿Llegar a un punto de equilibrio, retorno sobre la inversión? ¿Cuál es el objetivo? Creo que no se habló lo suficiente sobre los aspectos financieros. Sí, queremos hacer todas estas cosas maravillosas pero también tiene que tener sentido desde el punto de vista financiero en cierta medida por lo menos. Espero haber ayudado con toda esta información y también haber presentado ideas para que sean debatidas.

HADIA ELMINIAMI:

Gracias, Christa. Sí, los aspectos financieros son muy importantes. Cuando hablamos de estos criterios hay que ser pobre para pedir apoyo al solicitante pero no tan pobre como para que no podamos crear nuestro registro de manera estable, segura y confiable. La respuesta aquí es el aspecto financiero porque si tenemos muy pocos fondos pero la solicitud avanza y la idea avanza, se la podemos vender a un inversor que quiera apoyarnos, entonces hemos superado este

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

obstáculo. Quizá no tengamos los fondos necesarios y podamos obtenerlos así. Podemos incorporar socios para avanzar entonces. También quiero preguntarte esto. En la última ronda hubo asistencia gratuita que se prestó. Los solicitantes pudieron recibir ayuda para redactar la solicitud y ayuda durante todo el proceso de presentación de la solicitud. Me pregunto esto. Creo que ese apoyo no se utilizó, esa asistencia gratuita pero quisiera saber qué opinas sobre esto.

CHRISTA TAYLOR:

Yo me ofrecí para ayudar en forma gratuita y algunas personas hicieron actividades de difusión. No se avanzó con esto. Yo estaba dispuesta a ayudarles desde el punto de vista financiero. No estoy segura de por qué no avanzaron. No fue que yo no quise ayudarles. Creo que, pensándolo un poco, creo que necesitamos todo un proceso. No puede haber una persona que ayude aquí y otra que ayude por allá. Necesitamos un proceso continuo para ayudarles a pasar de la etapa uno, dos, tres a cuatro a fin de que no haya obstáculos terribles que puedan afectar a su decisión. Se necesita un equipo para esto. Yo creo que a través del grupo que trabaja en procedimientos posteriores estamos tratando de ayudarles. ¿Cómo lo vamos a hacer? Eso formará parte de la implementación.

HADIA ELMINIAMI:

Gracias, Christa. Le doy la palabra a Jonathan. Después tenemos algunas preguntas de la encuesta. Jonathan.

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

JONATHAN ZUCK:

Gracias, Hadia, por facilitar este debate. Quisiera hacer una pregunta a todos los miembros del panel. Sería una pregunta casi binaria. Si pudiéramos elegir tener un programa de difusión y alcance muy amplio, tratando de llegar a la mayor cantidad de personas posible, con las métricas correspondientes, es decir, empezamos tempranamente, llegamos a muchas personas, hay más personas que conocen a la ICANN, el programa de nuevos gTLD, pero esto no se traduce en solicitudes exitosas. Esa sería la alternativa A. O dirigimos todos nuestros esfuerzos a una menor cantidad de sectores de negocios, regiones. Tenemos un programa muy dirigido para ayudar a las aplicaciones exitosas en cadenas delegadas y no todo el mundo sabe mucho más pero hay dos solicitantes exitosos que lograron la delegación de cadenas de caracteres. ¿Cuál de estos dos resultados prefieren ustedes desde el punto de vista del programa del apoyo al solicitante? Quisiera que todos me contesten. Vamos a empezar en orden. Le doy primero la palabra a Becky. Sé que, Becky, usted no va a hablar en nombre de la junta directiva. A título personal, ¿cuál de estos dos resultados preferiría usted ver a través del nuevo programa de apoyo al solicitante?

BECKY BARR:

Yo iría con el segundo enfoque. Esto trae quizá un poco más de innovación y demuestra lo que pueden hacer los TLD para la comunidad. Es una pregunta, la verdad, bastante difícil. También es difícil porque supone que sabemos de dónde van a provenir las solicitudes exitosas. Ese es el problema.

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

**JONATHAN ZUCK:** No es una pregunta fácil, claro, porque ambos son objetivos razonables. Uno podría ser a más largo plazo y otro a menor plazo. A ver, Edmon, ¿qué tiene para decir?

**EDMON CHUNG:** Yo me inclino más hacia la segunda opción. Una audiencia meta, una audiencia específica. Tenemos que poner el énfasis quizá en la audiencia meta. Como dije en el chat, creo que esto debería ser útil. Incluso si decimos difusión externa durante nueve meses o un año, es difícil pensar en todos los aspectos. Dirigirse a la gente que está en la periferia, quizá amigos de las ALS o que tienen otros programas o que están en el programa de NextGen, el de los fellows. Quizá esos podrían ser audiencias fructíferas para nosotros porque, como sabemos, el proceso es bastante complejo.

**JONATHAN ZUCK:** Dave, ¿qué respondería?

**DAVE KISSOONDOYAL:** Quisiera ir con la opción dos porque uno puede tener el mejor programa del mundo pero si no beneficia a la comunidad, ¿cuál es el uso? En la opción uno, creo yo, uno puede tener una difusión pero es una meta de más largo plazo. Mientras que en la segunda opción es una meta donde uno puede ver los resultados instantáneamente. Mi preferencia sería entonces la opción dos.

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

**JONATHAN ZUCK:** Gracias, Dave. Andy, hablamos un poco de tu estudio, donde hiciste un esfuerzo para poder identificar lo que nosotros denominamos personas que son exitosas del mundo desarrollado, del mundo que no tiene problemas. Ese podría ser un mecanismo donde podríamos tener un sector al que nos dirigimos. ¿Cuál es el resultado que preferirías ver como medida del éxito del programa de apoyo al solicitante?

**ANDREW MACK:** Deberíamos juzgar a través de lo que les sirve a los usuarios. Creo que hay un nivel en el que tendríamos que tener más comunicación. Lo que se puede considerar parte de la opción uno, yo tendría más comunicación pero comunicación específica. Es decir, tratar de explicarle a todo el mundo que todo el ecosistema de la ICANN es demasiado. Por eso, si buscamos la parte principal del número dos, creo que sería una comunicación específica viendo lo que ya tenemos y decimos: “Aquí hay personas que ya presentaron la solicitud, aquí hay unos modelos” y eso puede ser un punto de partida.

**JONATHAN ZUCK:** Gracias, Andy. Tiene la palabra Christa.

**CHRISTA TAYLOR:** Yo voy a ser difícil. No queremos ser muy generales y tampoco queremos ser muy específicos. Queremos más de dos solicitudes. Creo que al poner como meta distintos sectores, una variedad de sectores,

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

eso sería algo útil. Quién va a ser entonces el que tiene más posibilidad de participar. Quizá lo podemos hacer de una manera más inteligente y ver qué podemos lograr.

JONATHAN ZUCK: Hadia, le damos la palabra.

HADIA ELMINIAWI: Gracias, Jonathan. Hay un amplio acuerdo entonces sobre la opción número dos, o la dos y la tres. Tenemos algunas preguntas. Esta es la primera. El programa de apoyo al solicitante busca aumentar la diversidad global y la representación en todas las regiones, asegurar que los esfuerzos se realizan para minimizar las desventajas competitivas para aquellos que están en países en desarrollo, aumentar la competencia y la elección en el mercado de nombres de dominio o todos los anteriores. Esto es entonces algo que deben responder todos los participantes. Pueden elegir la opción 1, 2, 3 o 4 o todas.

YEŞİM NAZLAR: Hadia, por favor, dígame cuándo quiere que finalice este cuestionario y muestre las preguntas.

HADIA ELMINIAWI: ¿Podemos ir a la segunda pregunta, por favor?

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

YEŞİM NAZLAR: Voy entonces a terminar la encuesta. ¿Quiere que comparta los resultados?

HADIA ELMINIAWI: Sí. Muy bien. Todas las anteriores tiene 73%. Qué bien. Ahora vamos a la pregunta siguiente. El programa de apoyo al solicitante asiste a solicitantes que buscan apoyo financiero, apoyo no financiero o ambos. ¿Podemos ver los resultados, por favor? Muy bien. 92%.

SÉBASTIEN BACHOLLET: ¿Pueden dar tiempo a que la gente responda, por favor?

HADIA ELMINIAWI: Siguiendo pregunta, por favor. Los solicitantes del programa deben demostrar: Beneficio en el interés público, necesidad financiera, capacidades financieras y de gestión necesarias o todas las anteriores. Veo que Sébastien dice: “Ninguna de las anteriores” y Calvin también dice “Ninguna de las anteriores”. Vamos a la pregunta siguiente. Si tenemos tiempo, le voy a dar la palabra al otro orador. Todas las anteriores tienen 69%. Siguiendo pregunta, por favor.

Los indicadores de éxito del programa de apoyo al solicitante pueden incluir: Cantidad de solicitudes recibidas, cantidad de solicitudes que califican para recibir apoyo, diversidad de solicitantes, diversidad de intereses públicos, todos los anteriores. Pueden elegir uno o más o todas.

solicitantes: ¿Cómo es el éxito?

---

SÉBASTIEN BACHOLLET: No, no se puede.

HADIA ELMINIAWI: Pensé que se podía. Pensé que en todas las preguntas uno podía elegir cualquiera, algunas o todas. Muy bien. Vamos a ver entonces las respuestas. 62% está diciendo “Todas las anteriores”. Tenemos solamente un minuto más. Jonathan, le voy a dar la palabra y le voy a agradecer a todos por esta conversación tan interesante y tan productiva.

JONATHAN ZUCK: Me voy a unir a Hadia. Voy a agradecerles a todos los panelistas por haberse tomado el tiempo de ser parte de esta sesión de At-Large. Estamos muy contentos de que esta conversación ocurra. El apoyo al solicitante es una de las cuestiones clave para la comunidad de At-Large con respecto a la ronda futura. Queremos tener nuestra propia sesión para poder empezar a pensar qué piensa la comunidad respecto de una meta razonable para que el equipo de implementación pueda luego hacer el diseño. Les agradezco a todos los oradores, a los participantes, por haber prestado atención y por haber sido parte de la encuesta. Esta es una conversación larga. Esto es solo el principio. Es bueno poder comenzar. Gracias. Hasta luego.

**[FIN DE LA TRANSCRIPCIÓN]**