

LOS ÁNGELES – Espacio de LAC en las reuniones de la ICANN

Lunes, 13 de octubre de 2014 – 10:30 a 12:30

ICANN – Los Ángeles, Estados Unidos

[RODRIGO SAUCEDO]:

Un reporte hecho por Albert Daniels especificando qué se hizo en el “Roadshow” del Caribe. Acá les muestra un poco la agenda del “Roadshow” en Trinidad y Tobago. Se tocaron básicamente tres ejes, que es el Modelo “multi-stakeholder”, Seguridad, Estabilidad y Resiliencia del DNS y la transición a IPv6.

La segunda edición fue hace un par de semanas en Guadalajara, aprovechando un evento muy importante que es el Congreso Mundial de Información y Tecnología.

Aparte de haber realizado una sesión de “Roadshow”, también se aprovechó este evento importante para que el CEO de ICANN, Fadi, pueda hacer un discurso ante el plenario del Congreso.

Asimismo, Rodrigo de la Parra pudo participar de un panel llamado “Gobernanza de Internet, Derechos, y Responsabilidades e Integridad”. También se hizo un desayuno de trabajo con la presentación del estudio del “Boston Consulting Group”.

Y después se tuvo una sesión, un “outreach”, de una de las “constituencias” del GNSO con la participación de varios ISPs de la región.

Y después, entrando ya al tema del “Roadshow”, hubo dos temas, primero se presentaron los dos nuevos gTLDs de la Región de Latinoamérica y el Caribe.

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.

Estuvieron presentes “.REST” y “.BAR”, también como el .LAT. Y por otro lado, contaron cómo fue la experiencia de la transición del IPv6, la Universidad de Guadalajara, Telmex y LACNIC. Acá, bueno, quería mostrar algunas fotos del evento.

Perfecto. El tercer evento, la edición de “Roadshow”, es en el Futurecom, que está siendo llevada a cabo, esta justamente hoy en día arrancaba en San Pablo, Brasil.

Futurecom es uno de los eventos de ICT más grandes latinoamericanos, se espera que tenga alrededor de 15.000 personas asistiendo, 340 exhibidores, 325 “speakers” y de 52 países.

¿Cómo ICANN va a participar en este evento? Es armando un “remote hub”, instalado en el stand de ICANN, transmitiendo en vivo las sesiones más importantes de la reunión de ICANN de Los Ángeles, esta semana.

Asimismo, van a tener paneles acerca de Seguridad, Estabilidad, y Resiliencia del nombre de dominio y el impacto del Nuevo Programa de gTLD.

Y la cuarta edición será en diciembre en la Ciudad de La Paz.

El segundo proyecto piloto, es el proyecto de comunicación. Le voy a pasar el micrófono a mi compañera Alexandra, que ella estaba a cargo de este proyecto para que les de un “update”.

ALEXANDRA DANS:

Hola a todos. Primero que nada estoy muy contenta de estar acá con todos ustedes. Unos cuantos amigos y también, seguramente, unos futuros nuevos amigos. Tengo una presentación que está disponible “on

line”, no sé si no la pueden mostrar ahora, pero bueno, no importa, voy a seguir adelante.

Tengo sólo cinco minutos, no voy a hablar rápido por los traductores, pero voy a tratar de mostrarles nada más, rápidamente, cuales fueron las principales actividades que desarrollamos en el marco de este proyecto.

El primer objetivo fue el de desarrollar un plan de comunicación. Este plan de comunicación busca definir qué, cómo, quién, y qué recursos utilizar para difundir la información que se produce dentro de la organización, así como para elevar el conocimiento de nuestra organización, dentro de los diferentes públicos de la región de América Latina y el Caribe, a través del uso de diferentes canales de comunicación.

Sí, yo siempre hablo rápido, a ver, voy a intentar hablar un poco más despacio. El objetivo general del plan de comunicación para la región, es optimizar la gestión del flujo de información desde ICANN a los actores del LAC con el propósito de aumentar el conocimiento de nuestros servicios, proyectos y actividades, involucrar nuevos actores del GAC en nuestro ecosistema y fortalecer la presencia regional de nuestra organización.

Elaboré una nube de conceptos con las diferentes actividades que hemos desarrollado, obviamente en colaboración con la comunidad, agradezco particularmente a Dev y a Fátima por el liderazgo en este proyecto, pero también a todas las demás personas que se han unido en los últimos meses para ayudarnos en las diferentes actividades que hemos llevado adelante.

Entonces, en esta nube concepto que ahora no pueden ver pero que está muy bonita en el sitio web. Tenemos, por ejemplo, el trabajo que realizamos con el boletín bimensual. Este boletín está disponible en español, francés, inglés y portugués.

Si ustedes no lo reciben los invito a consultar, lo podemos agregar dentro de la base de datos para enviarles este boletín que está estructurado con novedades del plan estratégico regional, novedades de nuestra región, novedades desde ICANN.

Los destacados de nuestro (relacionamiento) con la prensa y también los próximos eventos en la región.

Esta es una de las actividades que realizamos. Después tenemos también todo el trabajo que realizamos en los medios sociales. Ya habrán visto que tenemos una cuenta de Twitter en español, tenemos una cuenta de Twitter también en portugués. Lanzamos una lista en YouTube regional con videos que son de interés para nuestra región, pero también otros videos globales pero con las traducciones al español y al portugués.

Estamos trabajando con una persona, también dentro de nuestra comunidad. Maritza, si no me equivoco el nombre, que nos está ayudando para crear una página facebook global que está en los idiomas y que sea para nuestra región también.

En el marco del trabajo con la prensa y también, digamos relacionado con el trabajo de medios sociales, tenemos unas cuentas en (Scopy) que básicamente lo que hace es guardar un registro de todas las apariciones que tenemos en los eventos, en el trabajo que hacemos en la región, tanto en español, en portugués.

Otras de las actividades que tenemos, que ya estamos desarrollando, es todo un trabajo de traducciones que va desde traducciones de comunicados de prensa, folletos, subtítulos de videos para también ponerlo a disposición en los idiomas de nuestra región.

Hay otros proyectos que estamos empezando a desarrollar. Por ejemplo, un reporte anual en el que queremos mostrar todo el trabajo que ustedes realizaron, no sólo nuestro trabajo sino el trabajo que realizamos todos juntos como comunidad de internet en la región, que también va a estar liderado por Fátima y Natalia Enciso.

Tenemos un trabajo de mapas, queremos también agregar valor, digamos, a datos que tenemos ahora disponibles para la región. Entonces, mapas, por ejemplo de “stakeholders” y LAC, el contenido fue desarrollado por Dev.

Lo que queremos mostrar son los diferentes actores en la región que están involucrados dentro de ICANN. También hay un mapa de ccTLDs que estamos trabajando la idea con la gente de LACTLD. En fin, diferentes mapas que queremos desarrollar y que estarían disponible dentro de nuestro sitio web.

Y esto me lleva a hablarles de la próxima actividad, que es una actividad muy grande que todavía no la lanzamos pero estamos bastante avanzados con esto. Es un sitio web regional en los idiomas de la región. O sea, estarían disponibles en español, inglés, francés y portugués.

Ahí lo podemos ver. Bien, Creo que es la primera diapositiva que podemos ver de la presentación. Ahí está la estructura del sitio web regional.

La idea de este sitio web es que sea una iniciativa que ustedes también usen y que puedan participar, contribuyendo con contenido. Entonces, una de las secciones sobre nosotros, entonces ahí puse “Sobre ICANN”, tendría que haber sido “Sobre ICANN y sobre la comunidad de ICANN”.

También va a haber una sección especial sobre plan estratégico mostrando los proyectos pero también los avances en la implementación de esos proyectos.

Recursos, ese es un trabajo muy grande que hizo Fátima y Natalia Enciso, un inventario de recursos disponibles en los idiomas de nuestra región. Una sección sobre nombres, números, WHOIS.

Cómo participar, entonces también oportunidad de participar en los diferentes grupos de interés de ICANN. Eventos, tanto eventos nuestros como eventos también de ustedes, ¿no? Acá podemos destacar, por ejemplo, el evento que tuvimos la semana pasada.

Creo que esta Olga por acá, y Adrián sobre dominio de Latinoamérica, podría ser parte de esta línea de evento. Los eventos de LACNIC, los talleres de LACTLD, etc. Una sección sobre comentarios públicos, también, en los que pueden participar.

Luego una sección sobre mapas. Estos son los mapas de los que yo hablaba hace un momento, el contenido de estos mapas va a ser desarrollados en colaboración con diferentes organizaciones de la región.

Tenemos también noticias y prensa, entonces con todos los anuncios, ahora estamos haciendo un trabajo muy grande para tenerlos siempre disponibles rápidamente en español y portugués.

También todo el trabajo que realizamos con prensa y los periodistas. También para que tengan un lugar donde acceder y puedan consultarlo si necesitan notas sobre diferentes temas.

Publicaciones en el blog, ahora estamos, siempre intentamos desarrollar siempre que hacemos visitas o ustedes, incluso, cuando hacen eventos o quieren destacar algo, pueden participar con contenido dentro del “blog post” de ICANN. En general, que también lo tenemos disponible en todos los idiomas regionales. ¿Estoy hablando muy rápido?

Perdón, perdón. Tenemos también una sección que sería con las organizaciones de (LAC), entonces todas las organizaciones regionales por ejemplo, todos saben que estamos todos nosotros dentro de la Casa de Internet de Latinoamérica y el Caribe, donde están también ISOC Latinoamérica, LACTLD, Red Clara, obviamente LACNIC, que es la organización madre ahí que creó esta iniciativa.

Pero también queremos tener un recurso de otras organizaciones que trabajan dentro de la región, y una sección para academia que esto es parte de otro proyecto dentro del plan estratégico.

Si quieren más detalle, después podemos conversar sobre esto. Hay otra sección que sería sobre observatorios, también relacionado con otros de los proyectos del plan estratégico y bueno, lo del contacto.

Creo que lo importante aquí es subrayar que todas estas iniciativas tienen que partir de ustedes, digamos. Si ustedes tienen información, contenido que quieran compartir, ya sea el “blog posts”, en los medios sociales, en el sitio web, por ejemplo en el “Home”, de destacados sobre eventos o hitos, del trabajo que realizan en la región.

Va a haber una sección para esto. No me quiero olvidar de agradecer a Nacho Estrada y toda la gente de NIC Argentina que son los que nos están ayudando con todo el desarrollo, el diseño de este sitio web, y creo que no tengo tiempo de nombrar a todas las personas que están involucradas, pero muchas gracias por todo el trabajo que están realizando dentro de este proyecto. Gracias. (Aplausos)

RODRIGO SAUCEDO:

Continuando con la presentación. Le pediría a Albert, será que puede...un minutito, porque me gustaría que sigan un poco con la presentación.

Siguiendo adelante, el tercer proyecto piloto es el de la creación de capacidades de DNS. Este proyecto estaba liderado por Christian O’Flahert de ISOC, Gonzalo Romero de “.CO”, Carolina Aguerre de LACTLD, Eduardo Santoyo y Olga Cavalli.

Básicamente el objetivo de este proyecto era articular la creación de capacidades mediante “workshops” en la región en coordinación con ccTLDs, LACTLD, y LACNIC.

La actividad en este proyecto, fueron los siguientes eventos, en Panamá el 3 de septiembre del año pasado se apoyó un “workshop” técnico LACTLD. En el LACNIC 20 se hizo un workshops de DNSSEC para ISPs y en Montevideo, a principios de este año, los líderes de proyectos tuvieron una reunión donde hicieron un “gap” análisis, un mapeo de las necesidades de workshops en la región y se creó, un documento, un listado de todos los eventos relacionados con DNSSEC en el transcurso del año.

Obviamente, no se puede construir una agenda única donde todo el mundo vaya a los mismos eventos pero, se está intentando tener eventos obviamente donde estén más organizaciones regionales.

En mayo de este año ICANN ayudó en LACNIC 21, un evento de DNSSEC. Y hace un par de semanas en San Pablo, se realizó un evento, un workshops técnico de LACTLD.

El siguiente proyecto piloto es un “emergency response Project”. Este proyecto fue liderado por Oscar Robles, lo que se hizo es...Oscar Robles hizo un análisis en base a 20 entrevistas de la comunidad y emitió, sacó un documento con este análisis que básicamente decía que el documento, el proyecto debería tener los siguientes puntos, servicios, ¿cuál sería la relación con los ccTLDs? La continuidad, seguridad, cooperación, el staff, el financiamiento, el ambiente legal, entre otros.

Obviamente en el taller técnico que se llevó a cabo este año en San Pablo, hace unas semanas, se tocó justamente este tema y surgieron dudas muy interesantes que desde un inicio, el enunciado de este proyecto es demasiado amplio.

Entonces, deberíamos empezar a trabajar la comunidad nuevamente para determinar exactamente cual es el alcance de este proyecto. Porque cuando uno dice “emergency responde” es demasiado amplio, y justamente se va a volver a empezar con este proyecto, con la comunidad, para ver donde llegamos.

El siguiente proyecto piloto, el último, tiene que ver con el LAC Space en reuniones de ICANN y justamente es esta reunión donde estamos, que fue liderado desde un principio por Vanda y por Gabriela y Celia.

El objetivo de este proyecto es crear un espacio dentro de las reuniones de ICANN, un espacio permanente para brindar a los “stakeholders” económicos de la región, de Latinoamérica y el Caribe para que puedan hacer presentaciones en este tipo de reuniones.

La actividad en este proyecto se comenzó la primera reunión de LAC Space fue en Buenos Aires, después en Singapur, y después en Londres y ahora aquí en Los Ángeles.

En la presentación que van a poder descargar en el sitio de la reunión hay un enlace donde uno puede acceder al archivo de cada reunión y ver de qué se habló en cada reunión y de las presentaciones.

Ahora, entrando al plan de implementación, el objetivo del plan de implementación que se presentó hace un mes y medio, a la comunidad, lo que hace es poner en categorías a los diferentes proyectos para facilitar la ejecución y el seguimiento. Asimismo, se divide en dos períodos de implementación.

El primero, que se lleva a cabo de agosto 2014 a agosto 2015, y el segundo de junio 2015 a junio 2016. Y también se determina cual será el proceso de implementación para los nuevos proyectos. El proceso de implementación es bastante simple. Es, primeramente, buscar líderes para cada proyecto. Después elegir un grupo de trabajo.

Una vez que se tiene el grupo de trabajo se crea una lista de correo y una vez que ya se tiene todo esto se trabaja en el documento. Que ese documento, básicamente, el documento para cada proyecto debe contener porqué es necesario el proyecto, objetivos generales,

específicos, en un “time frame”, o sea, el calendario, el “budget” y cómo se va a evaluar a ese proyecto.

Me gustaría mostrar los...Los proyectos que ya se están empezando a implementar, primeramente estamos con el observatorio, son dos proyectos de observatorio que va a ser liderado por Hugo Salgado de NIC Chile que tiene bastante...NIC Chile tiene bastante experiencia en esto. Todavía no tenemos un grupo de trabajo, estamos buscando a la comunidad para que empiece a participar.

Después, los siguientes proyectos son acerca de inventario, que lo está liderando Olga Cavalli del Gobierno Argentino, Carolina Aguirre de LACTLD, Christian O’Flaherty de ISOC y Ariel Grazer de LACIX.

Que también estamos buscando grupos de trabajo. Y tenemos una serie de proyectos para los ccTLDs para impulsar y que la mayoría está integrada a los líderes (inaudible) de LACTLD o de los diferentes ccTLDs de la región.

Acá les dejo unos enlaces para que puedan bajar. El primer enlace es el plan estratégico que está en español, inglés, francés y portugués. Y el segundo es un plan de implementación que está en inglés y en español.

Lo que le recomiendo y también creo que en la medida que haya más participación de la región este plan va a tener un mayor éxito.

Entonces, los invito a todos a que se descarguen estos documentos, vean cuales son los proyectos que ustedes puedan tanto liderar o ser parte de los grupos de trabajo y vamos a empezar a trabajar. Muchas gracias.

RODRIGO DE LA PARRA: Muchas gracias Rodrigo por la presentación. Una disculpa por las fallas técnicas que ha habido, parece que ya está estable. Ahora vamos a tiempo. Queremos dejar los siguientes diez minutos para que haya interacción, preguntas, observaciones por parte de ustedes y después vamos a continuar con el resto de la agenda. Eduardo, por favor.

EDUARDO SANTOYA: Bueno, muchas gracias. Eduardo Santoya de “.com”. Gracias por la presentación y bueno, felicitaciones a todos por el avance que ha habido en muchos de los proyectos, está muy bien. Quería llamar la atención sobre cómo va a seguir el proceso de evaluación de los resultados que tuvimos con estos cinco pilotos que se ejecutaron para que nos sirva en el proceso de retroalimentación para los siguientes.

Y llamo la atención en particular a dos proyectos, uno que ha tenido una buena ejecución y otro que ha tenido un buen inicio pero ha estado estancado. El primero es precisamente de estas reuniones. De las reuniones de LAC Space.

Los objetivos que se perseguían eran, sí, tener un espacio que se hablara de Latinoamérica, pero también, y sobre todo, lograr que en ICANN se hable de temas latinoamericanos, en el ICANN global, o sea, no era necesariamente sólo tener un espacio nuestro para hablar entre nosotros de temas de Latinoamérica.

Era lograr construir el espacio para que se hablara de temas de Latinoamérica en las reuniones generales y en los temas generales de ICANN. Entonces, hay un tema que habrá que evaluar si lo que estamos

haciendo nos va a llevar a ese objetivo final o tenemos que hacer más cosas.

Y el otro, es el que tú mencionaste Rodrigo, sobre lo que finalmente se planteaba como un grupo de emergencia ante posibles caídas repentinas de un nodo de la red de DNS en la región por uno de los “country code” que luego fue tomando la figura de un set regional que finalmente tampoco se quería.

Entonces, era un poco la pregunta es ¿Qué vamos a hacer? ¿Cuál es el proceso que vamos a seguir para recoger esa experiencia, sistematizarla y meterla en estos nuevos proyectos y en estos viejos también? Gracias.

Orador sin identificar:

Hola a todos, ¿cómo están? No sé si va a recoger todas las preguntas o si vamos interactuando a medida que... Bueno, en primer lugar, gracias por la presentación.

También (inaudible) que son muy interesantes y también muchas preguntas que uno puede hacer. El tema de los seguimiento de los proyectos parece ser un tema esencial y fundamental y sobre todo ver que presupuesto vamos a tener, cómo se va a implementar, de qué manera la comunidad puede proponer cosas hacia delante, hacia su futuro.

Ahora, respecto el tema en particular que tú hablaste Eduardo, yo también esperaba que haya interacción con la comunidad latinoamericana sobre los temas que están pasando en ICANN.

El objeto o quizás lo más importante de esta reunión es precisamente discutir temas, conocer qué es lo que opina la región, qué es lo que piensa, cómo podemos implementar la idea que tiene la región respecto de los procesos que están ocurriendo.

Son procesos muy relevantes, o sea no estamos hablando de cosas que sean simples que ocurren todos los años.

Entonces, creo que el espacio que tenemos acá tenemos que aprovecharlo, aprovechar a hacer un llamado, y podemos interactuar y podemos conversar y me encantaría conocer la opinión que tienen todos ustedes respecto de lo que está pasando.

Por ejemplo, la transición de IANA. Gracias.

RODRIGO DE LA PARRA: ¿Alguien más quisiera hacer algún comentario, observación? Ernesto.

[ERNESTO ARAUJO]: Hola, sí. Buenos días, yo quería hacer un par de comentarios en general. El primero, viendo la información que Alex estaba proponiendo incluir en el sitio web de ICANN para la región. Me parece muy positivo, muy bueno.

El único comentario es que, digamos, evitar la duplicación de la información y aprovechar los recursos que ya existen en otros sitios de otras organizaciones, o sea, me parece que está bueno que exista un espacio que nuclea toda la información y es una iniciativa que realmente aplaudo.

Pero quisiera, justamente, que a la hora de poner la información en el sitio que no estemos duplicando acciones o iniciativas que ya están ocurriendo. Y ese mismo espíritu, digamos, este es un trabajo en el proceso. El desarrollo de esta estrategia regional es algo que venimos construyendo juntos hace un año y poco.

O sea, que tiene muy poco tiempo, pero bueno, también y en ese sentido, desde LACNIC, hago el (mea) culpa correspondiente a no haber podido acompañar en la medida requerida todo el trabajo que están haciendo.

Lo que quisiera comentar es que me gustaría identificar aspectos en los cuales pudiéramos trabajar como comunidad adicionales a las que ya están haciendo. Identificar cuales son los temas en los cuales, efectivamente, no hay acciones desarrolladas o de que manera fortalecer lo que estén ya en funcionamiento.

Sé que el espíritu es ese. Sé que el espíritu es construir y sumar, simplemente lo menciono como una pequeña, no alerta; simplemente es un pequeño comentario de que a veces nos embarquemos en cosas que de repente ya contamos con acciones en ese sentido.

RODRIGO DE LA PARRA: Muchas gracias Ernesto. ¿Carlos Raúl? Raúl. ¿Alguien más? ¿Hay algún comentario u observación sobre la estrategia? Creo que tenemos una pregunta remota, Albert.

ALBERT DANIELS: La pregunta es de Viviana Ferrero y es: “¿Cuál es el perfil que una persona debería tener si quiere participar en proyectos de este tipo?”

Orador sin identificar: ¿Alguien más? ¿Alguna otra observación o comentario? ¿Ustedes quieren decir algo sobre algún punto? Si quieren tengo yo algunas observaciones y si quieren después hablamos para no dejar los puntos en el tintero y abiertos. Primero Eduardo, muchas gracias.

Creo que son muy constructivos y muy atinados los comentarios. En la medida que seamos capaces, como comunidad, de poder ver los avances, de medir los avances, es que podemos mejorar.

Yo creo que hay dos puntos importantes que hay que revisarlos. Tenemos de tarea, uno con este grupo entre Gabby, Celia y Vanda. ¿Cómo hacemos exactamente para este gran proyecto? Porque hubo, una consolidación, incluso de dos o tres proyectos dentro del espacio latinoamericano y que se deben de cumplir incluyendo la que tú has dicho.

Entonces, hay que verlo con perspectiva y algo de estrategia. Sobre el Grupo de Emergencia, pues en el propio análisis que ha habido de este proceso se ha encontrado, digamos, una nueva visión.

Una nueva visión de él, porque al andar entrevistando gente clave y los (cc), ellos mismos les han dado una nueva vertiente.

Me parece que ahora lo último que supe es que este proyecto va a estar ahora co liderado por amigos de NIC.BR que tienen experiencia en esos temas, junto con Oscar Robles que nos van a ayudarle a darle realmente el enfoque que sea útil a final del día y que cumpla la misión.

Pero sí, está habiendo algún tipo de redefinición. Creo que lo que dice Gonzalo también es sumamente importante. O sea, son dos vías, insertar

la agenda latinoamericana en ICANN pero también hacer que los procesos de ICANN puedan tener un espacio en Latinoamérica para discutirse. Eso sin duda que lo estamos tratando de hacer.

En parte con el tema del proyecto de comunicaciones, pero creo que habría que hacer muchas más cosas. Creo que estamos, nada más, como pequeño comentario por terminar un video educativo sobre las funciones de la IANA en sociedad con LACNIC.

Es una cosa muy sencilla, muy didáctica para que toda la gente sepa. Primero que son las funcione de la IANA, y en función de esto puedan involucrarse en el tema y entonces estamos también con el dedo sobre el renglón.

Ernesto, por supuesto, creo que lo primero que se discutió en la estrategia latinoamericana es que nunca es duplicar, o sea, lo que en realidad se está haciendo no es (inaudible) ni duplicar esfuerzos por cuestiones evidentes.

Así lo haremos, con mucho cuidado en el sitio web y muchas gracias por quererse sumar con más fuerza a esto.

Y para Viviana el perfil es cualquiera dependiendo del proyecto en realidad desde la participación remota todos pueden participar. Ya está publicada, (ahorita) pueden ver en el sitio de participación remota de esa sesión.

Están todos los documentos que indican como localizarnos y cual es el inventario de los proyectos para sumarse. Entonces, si no hubiera nada más, quisiera cederle la palabra a Gabby para que nos pueda presentar a nuestro invitado especial de la mañana.

GABRIELA SZLAK:

Muchas gracias Rodrigo. Y también quería agradecer a todos los que participan porque en realidad este espacio es justamente es para tomar el feedback de todos ustedes e ir mejorando. Me gustaron mucho los comentarios y me voy a presentar.

Yo soy Gabriela Szlak, para los que no me conocen. Trabajo en el Instituto latinoamericano de Comercio Electrónico que es una Federación de Cámaras de Comercio Electrónico de la región, y soy miembro del “Business Constituency” y representante del “Business Constituency” ante el GNSO. O sea soy “counselor” en este momento, tengo mandato hasta fin del 2015.

Y un poco quería contarles que es el BC y porque está Jacobo acá y cómo es que logramos que Mercado Libre estuviera presente por primera vez en las reuniones de ICANN.

El “Business Constituency” es el grupo dentro de ICANN que se ocupa de defender los intereses de las empresas pero como usuarias de internet. Y esta es una distinción importante. O sea, el BC se ocupa de que internet sea seguro, sea estable y sea resiliente como para que realmente se puedan conducir negocios sobre esta plataforma y eso implica que sea una plataforma confiable para los consumidores y para los usuarios.

O sea, para nosotros los humanos de carne y hueso que usamos los productos y servicios de las empresas que utilizan internet como canal.

Por lo cual, entendemos desde ese lugar que eso es de interés para todos y por supuesto, si ustedes en sus países conocen empresas que puedan estar interesadas en sumarse a ICANN es muy importante que difundamos

que existe este espacio. ¿Y porqué lo digo? Porque nosotros ahora tenemos en el BC la situación de que no hay representación suficiente de nuestra región.

Yo represento al Instituto y es la única organización latinoamericana en el Business Constituency hoy. Lo mismo pasa con África y con Asia.

Y entonces por eso armamos un programa que se llama Business Leadership Development, es un programa piloto y dentro de ese programa logramos para esta reunión invitar a Mercado Libre, y acá por eso está conmigo Jacobo Cohen Imach que nos acompaña.

Y como Jacobo Cohen Imach es de la región nos pareció fundamental a todos los que hacemos este espacio, que pudiera, desde el primer minuto que pisa una reunión de ICANN participar de este espacio y conocer a nuestra comunidad y poder aportar lo que pueda darnos desde la mirada de lo que es el ecosistema del comercio electrónico en Latinoamérica y el caribe.

Así que sin mucha más presentación yo los voy a dejar con él.

Para que él un poco hable. Y un poco de contexto también en el sentido, por último, y ya los dejo, que cuando hablamos del desarrollo del ecosistema del comercio electrónico en nuestras regiones también estamos hablando de algo que va a generar cambios en todo lo que tiene que ver con la industria del DNS, porque necesariamente una cosa lleva a la otra y todo está relacionado con todo.

Y que siempre que hablamos de empresas, también estamos hablando de cómo las empresas se relacionan con los gobiernos y la sociedad civil.

Así que, bueno con esto ya le doy la palabra a Jacobo. Muchas gracias.

JACOBO COHEN IMACH:

Bueno, muchas gracias Gabriela. Muchas gracias a ICANN y al BC por la invitación y especialmente a vos por invitarme y darme la oportunidad de participar.

Yo voy a hablar de la situación del comercio electrónico en la región. Tenía una presentación (lindísima) donde les daba la clave y con gráfico, y algunas fotos, así que vamos a hacerla sin presentación.

Cuando empezamos a hablar con Gabriela, hace un tiempo, para venir acá y hacer, bueno espero que cumpla las expectativas. Estaría bueno que hable y nos de una foto sobre el comercio electrónico.

Creo que la mejor imagen para definir como está el comercio electrónico en nuestra región es esa. Es un iceberg. ¿Y por qué? Porque la verdad que tenemos una región con un potencial enorme, enorme.

Y donde el comercio electrónico empieza a ser cada vez, si bien es incipiente, empieza a tomar cada vez más tracción. Después vamos a ver durante la presentación, algunas métricas pero claramente el potencial que tiene nuestra región es tremendo. Es realmente mucho más grande que otras regiones que ya no tienen tanto espacio para seguir creciendo.

Entonces, en el slide siguiente, por favor, vemos en un gráfico donde incluso los números ya están un poco desactualizados porque son del año pasado. Tenemos una población de 60 millones de personas donde hay más de 250 millones de usuarios de internet y más o menos el 70% de estos usuarios hacen comercio electrónico, hacen por lo menos una

transacción al año comprando algún bien o servicio, así que vean todo el potencial que tenemos para crecer.

Realmente nosotros, por lo menos desde Mercado Libre como la plataforma líder de comercio electrónico en la región estamos tremendamente motivados para todo el desafío que está por venir y que viene.

Todo el tiempo en cada uno de nuestros países, vemos que más jugadores nacionales están viniendo a la región, ofreciendo más bienes y servicios y creo que todo eso va a redundar en beneficio para el consumidor de Latinoamérica y el Caribe.

Algunos números en el slide siguiente que ayudan a entender donde estamos en cuanto al potencial y al crecimiento. Si bien estamos en una situación muy incipiente, en una etapa muy temprana. Cuando nos comparamos con la penetración del comercio electrónico versus el (retail), hoy en día estamos menos del 4% en la región como un todo.

Cuando comparamos con Corea que es casi el 5%, con Estados Unidos que es casi el 10% y demás, estamos muy lejos. Pero con la tracción que está tomando Brasil y las tiendas de (retail), las tiendas físicas volcándose a comercio electrónico y empezar a ofrecer esos servicios, se estima que en los próximos años eso se va a duplicar.

Así que, sigo adelante y la oportunidad, cuando vemos gráficos desde el 2013 hasta el 2018, de la potencialidad de comercio electrónico, vemos que va a pasar a casi el doble.

En 2013 fueron 27000 millones de dólares y se estima que en el 2018 va a ser alrededor del 47%.

Entonces, lo interesante es buscar como cada uno de nosotros, desde sus distintas posibilidades o cada uno desde su propio enfoque podemos hacer las cosas para generar un ecosistema que ayude a la Pyme, ayude al micro emprendedor, ayude a la gran empresa a volcarse al comercio electrónico.

Porque lo que vemos hoy es que uno de los grandes problemas tiene que ver con la oferta. No hay oferta. En algunos países, en Argentina, en Brasil ahí está un poco más desarrollado el comercio electrónico.

Sin embargo, hay un montón de países que tienen un potencial enorme, pero la gente no compra nada por internet porque no tiene que comprar, no hay oferta, no y hay nadie que se haya volcado al comercio electrónico.

Entonces, como decía, nuestra región tiene un potencial enorme, tiene una oportunidad enorme para desarrollar el comercio electrónico y el ecosistema en general. ¿Porqué? Porque más de 600 millones de personas.

La adopción de internet está creciendo tremendamente. Eso está ayudado mucho por la mayor infraestructura en banda ancha, por la mayor penetración de celulares, por la baja de los costos de la banda ancha y de los “smartphone”. Entonces todo eso está ampliando la torta de usuarios que se vuelcan a internet.

Tenemos una región donde hay un “engagement” muy alto de los usuarios. Los usuarios pasan mucho tiempo por mes haciendo cosas por internet. Muchísimos de ellos o la mayoría pasa por ahí muchas horas en redes sociales, pero tenemos usuarios que pasan alrededor de 22 horas o 23 horas por mes en internet.

Y por último, y no menos importante, tiene que ver con la mayor confianza de los usuarios al momento de realizar una compra on line. Creo que la mayoría de los que estamos acá hacemos transacción de correo electrónico hace quince años o más.

Probablemente a muy pocos les hayan robado el número de tarjeta de crédito, a mí por suerte nunca me paso y compro en internet desde el '97 y es hoy en día los gobiernos junto con las cámaras sectoriales y las propias empresas, están ayudando a derrumbar esos mitos urbanos que la compra en internet es insegura que le van a robar los datos de tarjeta de crédito y demás.

Entonces, a la mayor confianza, los usuarios empiezan a haber mayores transacciones de comercio electrónico.

Pero bueno, la contra cara de la oportunidad está relacionada con los desafíos que se nos presenta. Básicamente, tal vez podría decir, hay tres o cuatro desafíos.

En primer lugar la disparidad del comportamiento de los usuarios cuando hacen transacciones en internet o en el proceso de compra. Si bien están muy...pasan mucho tiempo on line, no están muy enfocados en correo electrónico y pasan más tiempo en redes sociales.

Los productos que compra varían según el país y según la región, pero va desde viajes, que mucha gente se ha volcado al comercio electrónico a comprar viajes hasta cosas para la casa y electrónico en mayor medida. Y por último, y también dentro de esta franja de desafíos, está todo lo que está relacionado con los medios de pagos.

Nosotros estamos en una región donde la penetración de tarjeta de crédito, las cuentas bancarias son realmente muy poca y no todo el mundo puede acceder a tener una cuenta en el banco o una tarjeta de crédito.

No es casual que algunos países, en este momento, estén empezando a sacar leyes que estén relacionadas con la inclusión financiera. Colombia es un caso, Uruguay es otro caso y no me extrañaría que esa tendencia siguiera. Hay dos grandes barreras para el comercio electrónico, por un lado los medios de pago y por el otro lado todo lo que tiene que ver con la logística. Y la logística es el otro desafío que menciono ahí.

Lamentablemente, hay una gran diferencia o hay un “gap” entre la facilidad para comprar por internet y la facilidad para que me llegue el producto a mi casa. Es muy fácil, hoy en día, comprar por internet en muchísimos sitios o plataformas. Sin embargo vemos que los usuarios sufren cuando tienen que recibir el producto en su casa.

Y no solamente los usuarios, no solamente los compradores sino también los vendedores. Porque también para el vendedor es una tortura tener que lidiar con las dificultades logísticas que hay en cada uno de nuestros países. Sobre todo en los países donde, tal vez, la mayoría de los proveedores están concentrados en los grandes centros urbanos y los compradores están en el resto del país.

Yo lo digo de primera mano porque yo soy del norte de Argentina, de una provincia que se llama Tucumán, donde mi primera compra en internet la hice en el 1999, quería comprarme una “palm” y en ese momento donde yo vivía no existía una “palm”.

La compré por Mercado Libre pero fue, en ese momento fue muy difícil traerla. Hoy en día no es mucho más fácil que me la envíen a mi casa.

Entonces, lamentablemente, la rápida expansión del comercio electrónico no fue acompañada por inversión en infraestructura logística. Y por último otra de las grandes barreras o desafíos tiene que ver con la falta de legislación o legislación que empieza a ser desfavorable para la industria, ¿no?

Y cuando hablo de desfavorable lo digo en un criterio muy general. En todos nuestros países por las distintas coyuntura económica hay mucha avidez fiscal o impositiva por parte de los gobiernos, entonces han visto en el comercio electrónico como una nueva fuente de ingreso, pero la verdad que no es una nueva fuente de ingreso, es la misma fuente de ingreso que cualquier persona hace comercio a la calle.

A mí, normalmente cuando me preguntan si se necesita una ley específica para regular el comercio electrónico, yo digo que no, porque al final del día el comercio electrónico no deja de ser comercio por ser electrónico.

Por ende, ya está regido por la mayoría de las leyes que rige cualquier relación comercial. Sí estaría bueno tener obviamente reglas de juego clara donde establezcan derechos y obligaciones para todas las partes involucradas.

Pero no solamente se queda ahí. Falta regulación sobre la responsabilidad de los ISPs en sentido amplio, ISP desde Mercado Libre hasta los buscadores, hasta el proveedor de acceso. Falta, no me mires Tony mal, ISP en sentido amplio y no los ISPs que representas vos.

Falta una legislación un poco más homogénea respecto a cómo se puede remover contenidos en internet y no solamente estamos hablando de libertad de expresión sino también de contenidos que puedan infringir derecho de propiedad intelectual.

Si bien empieza a haber alguna tendencia en la región, especialmente con el liderazgo de Brasil con el marco civil, la verdad es que todavía es bastante dispar y vemos que los gobiernos sin hablarse entre ellos está cada uno apuntando a distintas cosas o a cosas similares, sin embargo desde distintas aproximaciones.

En la página, en el slide siguiente y ya metiéndonos en nuestro ecosistema, quería empezar por la foto general de la situación del comercio electrónico en nuestra región y después meternos un poco y contarles lo que hacemos desde Mercado Libre.

No sé si esta parte que no aparece en la representación es porque no quieren que uno hable de temas comerciales, así que me la apagaron. Pero, básicamente, a mí me gusta decir que Mercado Libre de alguna manera democratizó el comercio. Hizo el comercio igual para todo el mundo, sin importar su ubicación geográfica, su condición social, su condición económica y demás.

Así como Google o Yahoo democratizaron el acceso a la información y nadie de nosotros se acuerda como era nuestra vida o como cuando estudiamos en la universidad sin los buscadores o Youtube democratizó el acceso a los contenidos audiovisuales y cada uno puede acceder a cualquier cosa y cada uno se puede convertir en creativo y creador de cine de la noche a la mañana o en cantante y Twitter y facebook

democratizaron también las relaciones sociales o la relación con las noticias.

A nosotros nos gusta decir que democratizamos el acceso al comercio en general en nuestra región. Ya yendo a la diapositiva siguiente. Nosotros desde hace ya un tiempo largo que no hablamos de Mercado Libre como la plataforma de comercio electrónico sino que hablamos de un ecosistema de comercio electrónico y mucho de los desafíos que antes nombraban nosotros los empezamos a atacar hace ya un tiempo.

Entonces, hablamos de ecosistema porque hoy Mercado Libre dejó de ser la plataforma de compra y venta que probablemente la mayoría de ustedes conozca, sino que en este afán de tratar de ampliar la torta y la oferta de bienes o servicios en internet y tratar de hacer que distintas Pymes o jugadores empiecen a volcarse a hacer transacciones on line, lanzamos un servicio que se llama “Mercado Shops”, donde cualquier persona puede montar su tienda de comercio electrónico en menos de un minuto.

Para que ustedes tengan una idea hoy hay más de 150 mil Pymes que tienen su tienda on line. Cada una de estas Pymes o cada una de estas tiendas tienen su propio dominio, su propia dirección de mail, su propia “look and feel”.

Nosotros costeamos y le damos acceso a ciertas herramientas. Me parece relevante contárselos porque al final, son, digamos, si esto se agranda, estos fueron 150 mil empresas que tuvieron que registrar un dominio, que tuvieron que costear su contenido y empiezan a vender on line.

Otra parte de nuestro ecosistema tiene que ver con los pagos. Tiene que ver con los pagos que no solamente entra a la plataforma sino que sirve para permitir que cualquier sitio de internet pueda gestionar pago a través de Mercado Pago.

Después tenemos otra pata de publicidad y la otra, la que no es menos importante tiene que ver con envíos donde empezamos a intervenir en la logística y a interactuar nosotros con los correos, gestionar buenas tarifas, y pasarles esas tarifas a los vendedores.

Pasando rápidamente a la siguiente y dándoles datos muy rápidos de Mercado Libre. Estamos en más de 12 países, más de 2300 empleados. En la siguiente van a ver algunos otros números, que la verdad son importantes, más de 100 millones de usuarios registrados. Se hace 2.5 compras cada uno de los segundos, los 365 días del año.

El año pasado hubo 7 millones de vendedores y 20 millones de compradores que compraron casi 85 millones de productos, imagínense, eso son 7.500 millones de dólares más que el PBI de algunos de nuestros países de la región.

Así que yendo ya hacia el final, Mercado Libre es la plataforma número 16 del mundo de comercio electrónico y es una empresa latinoamericana fundada por latinoamericanos, así que creo que es súper interesante.

Ya me pasaron un cartelito que tengo tres minutos, así que yendo ya hacia el final creo que lo interesante es contarles que nosotros sufrimos una transformación en los últimos años donde pasamos de ser un sitio de subasta a un sitio donde se venden cosas nuevas, de un sitio donde vendían (inaudible) a un sitio donde venden Pymes.

Grandes tiendas de (retails), importadores, distribuidores y demás, de un “market place” a un ecosistema y acá lo más interesante es que pasamos de una plataforma tecnológica cerrada a una plataforma tecnológica abierta. Y eso tuvo un tremendo impacto porque creamos, construimos una (api), re escribimos todas nuestra propiedades y la abrimos para que terceros puedan empezar a programar.

Entonces, sobre el ecosistema que ya existía de comercio propuesto por Mercado Libre, empezó a gestarse otro ecosistema de desarrolladores de software que empezaron a programar y vender servicios sobre una plataforma abierta. Así que creo que eso también resultaba interesante para contarlo.

Aquí, dos más, no quería dejar de mencionar la importancia de generar un ecosistema de políticas públicas, o generar, buscar la manera de ayudar a desarrollar ciertas políticas públicas en este concepto de “multistakeholder” que vengo escuchando desde ayer. Donde se puede desarrollar un set de reglas flexibles, modernas, que puedan acompañar al desarrollo, que puedan generar nuevos contenidos, la creación de contenidos locales, que genere seguridad jurídica para que pueda atraer inversión en nuestra región.

No sé, Colombia por ejemplo, viene haciendo muchas tares en ese sentido y se ha empezado, ya desde hace algunos años a gestar como este “clustering” de tecnología en Colombia. Argentina con la ley de desarrollo de software desde hace más de diez años donde hizo que explote la industria del software.

Y así y todo, cada país puede tomar distintas medidas, distintas políticas públicas para ayudar a desarrollar esa industria. Y también no dejar de

pensar en el (emprendurismo) porque la verdad, hoy en nuestros países, es muy difícil ser emprendedor. Uno de cada diez emprendedores le va muy mal, quiebra y en nuestros países quebrar es casi la muerte civil.

Entonces, si hacemos reglas más flexibles para proponer al emprendedor para hacer más cosas, claramente vamos a tener una región donde haya más de este tipo de cosas.

Entonces, como conclusión, ya es la última, claramente estamos en una etapa temprana del comercio electrónico en la región pero con una gran oportunidad. Como gran oportunidad hay grandes desafíos que entre todos podemos tratar de buscar la manera de ayudar a poder pasarlos.

El comercio electrónico en general tiene un tremendo impacto positivo en nuestra región. Genera empleo, genera pago de impuestos, genera que se acorte la brecha social, geográfica y demás.

Creo que entre todos tenemos que hacer un esfuerzo para generar este marco o estas condiciones para poder ayudar a retener el talento local a que haya talento local y contenido local, innovación y (emprendurismo) y buscar la manera de que, como le decía el otro día a un (police maker), generar las condiciones para ayudar a gestar el próximo Mercado Libre, próximo Despegar, próximo Youtube, que salga de la región.

Claramente se puede y tenemos una región rica en recursos humanos y en gente súper creativa, así que básicamente ese era el mensaje que quería pasarles. Muchas gracias. (aplausos)

RODRIGO DE LA PARRA: Muchísimas gracias Jacobo por una excelente presentación y después vamos a tener oportunidad de ver justamente dos modelos de emprendurismo latinoamericano en los nuevos dominios genéricos. Gracias por estar aquí.

Tenemos tiempo, unos cuatro minutos para seguir en la agenda si alguien quiere hacer alguna pregunta o comentario para Jacobo. Fátima, Gonzalo.

FATIMA CAMBRONERO: Gracias Rodrigo. Fátima Cambronero para los registros. Muchas gracias Gabby por haber traído a este invitado, muy interesante tu presentación. Muchas gracias, me gustó esto que nos diste como una gran fotografía de cómo está el comercio electrónico en la región.

Y hay dos cosas que quiero tomar porque me interesan particularmente el lugar en el que participo en este espacio, que es una Organización de Usuarios de Internet. Y hay algo que dijiste que hace falta todavía mayor confianza del usuario para que se vuelque al comercio electrónico.

Desde tu punto de vista, ¿qué te parece que podamos hacer las organizaciones que nos ocupamos del usuario para facilitarle esta confianza en la herramienta?

Porque en definitiva internet es la herramienta o los medios para ejercer el comercio electrónico y por otro lado, también dijiste que falta legislación o que no hay legislación tan favorable o algo así.

También, desde el lugar de las organizaciones de usuarios, ¿cómo podemos acercarlos a nuestros gobiernos de nuestros países esta

inquietud? ¿Cuál es la recomendación desde el lugar que tú ocupas?
Muchas gracias.

JACOBO COHEN IMACH:

Gracias por los comentarios y las preguntas. Yo creo, yendo a la primer pregunta. Creo claramente hay que trabajar en la educación del usuario y eso es una tarea de todos.

De los gobiernos de las agencias de defensa del consumidor, de las empresas, de ser empresas más seria y no necesitar que venga un gobierno y me imponga una cantidad de reglas para cumplir, sino darle al usuario información clara, verdadera y hacerle las cosa fáciles.

Creo que hay mucho que trabajar en la educación. Pero la educación atacada desde distintos lugares y todos juntos. Porque hay muchos mitos urbanos y lo que decía, el mayor es, “no pongo mi tarjeta en internet porque me van a robar”.

Y es más fácil que te la roben cuando cargas nafta y le das el plástico al que se va 10 minutos y vuelve, que ponerla en internet en un lugar seguro. Entonces si ayudamos a los usuarios a identificar donde poner su tarjeta de crédito, cómo encontrarse con el vendedor.

Si le damos una serie de pasos, claramente se puede trabajar. Igual hay sello de confianza o las distintas. Bueno, Gabby me acabas de anotar lo que yo acabo de decir.

Pero, claramente las cámaras sectoriales tienen que ayudar a generar esa confianza. Y del otro lado, yo creo que es importante poder sentarse todos a la mesa y todos los sectores involucrados porque lo que termina

pasando, es que muchos legisladores terminan haciendo tal vez esfuerzos espasmódicos por atacar algún problema.

Escucharon que a su sobrino, alguien, no sé, le robó su tarjeta cuando hizo la transacción de comercio electrónico. Entonces, a la mañana siguiente se levanta y hace una ley que va en contra del comercio electrónico.

O alguien vio en internet, un legislador, una opinión que no le gustaba, bueno, vayamos a regular a todos los que muestran contenidos de tercero. Por eso, yo creo que lo importante es poder sentarse a la mesa como sociedades civilizadas. Por ejemplo, la génesis del marco civil en Brasil, fue así.

Pusieron un set de principios, fue abierto para que todo el mundo opine, todo el mundo opinó, después se repasaron todos los comentarios, de todo el mundo eran transparentes y se volvió a hacer ese proceso hasta que hubo un proyecto más o menos consensuado por la sociedad.

Entonces, yo creo que deberíamos apuntar a ese tipo de cosas, donde haya reglas de juego claras. Yo creo que lo importante es que hayan reglas de juego claras y no en pos de proteger sólo al consumidor, matar sólo a la empresa y al revés, o ser muy proteccionista con la empresa y dejar desprotegido al consumidor.

Orador sin identificar:

Gracias. Voy a aprovechar también para presentarle a la persona que levantó la mano ahí en la primera fila. Se llama Nicholas Schubert. Es uno de los nuevos representantes de Chile en el GAC. Trabaja en la Dirección de Relación Económica de la Cancillería. Así es que como Nicholas es

nuevo y quizás no conocían su nombre, él levantó la mano para el próximo comentario.

Jacobo, más que una pregunta tengo un comentario que hacer. Cuando yo justo veo tu presentación Jacobo, quedo muy interesado. Tienes opiniones muy interesantes con respecto al comercio electrónico que una empresa como Mercado Libre hace en la región. Pero también escuchándote, esto es un poco al menos lo que Mercado Libre puede aportar en ese foro y en otros foros en la región.

O sea, tu percepción, lo que acabas de decir, por ejemplo, de cómo se creó el Comité de Gestor en Brasil, es una gran imagen de lo que, el sector privado, por ejemplo, opina sobre elementos de política pública que está pasando en la región.

Entonces, nuevamente de agradecer tu presentación, también quisiera invitarte y no solamente a ti, a otras empresas que están en la región, que comúnmente yo me imagino que ustedes se juntan a debatir que está pasando.

No solamente en Argentina en temas de legislación, sino por ejemplo, ahora hay una estrategia digital que apunta a unos 20 años más, donde el sector privado está trabajando. Pero también hay otra iniciativa de la región. Entonces esa experiencia y lo que tu acabas de decir, tu opinión o la opinión que tenga, no solamente de Mercado Libre, sino de otras empresas con las que ustedes trabajan, es súper importante. Mencionaste por ejemplo el semillero de Pymes que están creando a través de Mercado Libre. Bueno, es precisamente eso lo que se necesita. Gracias.

JACOBO COHEN IMACH: Gracias. Gracias por la invitación, parte justamente de porque estoy acá es eso. Y también creo que asumiendo la responsabilidad que le cabe al sector privado, el sector privado tiene que ser más activo también en eso y asegurarse de siempre estar presente en los foros o por lo menos en estas charlas con quienes arman las políticas públicas.

Lo que sí es verdad es que no siempre está tan abierto el que arma la política pública a escuchar al sector privado. Sobre todo en muchos países de la región, donde uno a veces siente que por representar a una empresa es medio el enemigo. Digamos, yo soy súper honesto y lo digo muy directo, pero lamentablemente es así.

Claramente, por ejemplo, el caso del marco civil, de nuevo lo vuelvo a citar, pero el marco civil para mí fue algo espectacular. Más allá si...podemos discutir si todo lo que está en el marco civil está bien o no, pero creo que desde la génesis hasta el final como proceso fue muy bueno. Y el resto de la región debería seguirlo, debería imitarlo.

RODRIGO DE LA PARRA: Gracias. Casi, casi telegráfico por favor, que estamos con la agenda apretada.

NICHOLAS SCHUBERT: Si, bueno, muchas gracias. ¿Se escucha? ¿Ahí? Hola. Bueno, muchas gracias, y muchas gracias a Gonzalo por que ya avanzó el trabajo en presentarme un poco. Mi nombre es Nicholas Schubert, quería agradecerles también por recibirme aquí. Y agradecerle a Jacobo por su presentación.

La cual incluye un diagnóstico que nosotros desde la Cancillería, la Cancillería chilena también hemos hecho. Y en ese sentido también nosotros queríamos poner el punto sobre la confianza de los usuarios consumidores.

Y quería compartir con ustedes también, complementando lo que tu nos contabas un poco acerca de las iniciativas regionales. El trabajo que hemos hecho nosotros desde nuestra competencia.

Nosotros hemos estado participando en una negociación regional que se llama “Alianza del Pacífico”, en la cual participan otros países también de la región.

Y en eso nosotros hemos identificado la necesidad también de mejorar la regulación y homogenizar un poco la regulación que existe en materia de protección a los consumidores. Y tenemos la iniciativa ahí de crear un sistema de cooperación, un mecanismo de cooperación entre las agencias de protección a los consumidores que es algo que ha sido muy bien recibido también por el sector privado.

En beneficio del tiempo, lo dejo ahí. Muchas gracias.

RODRIGO DE LA PARRA: Gracias. Jacobo, ¿quisiera hacer algún comentario muy pequeñito a la (inaudible)?

JACOBO COHEN IMACH: No quería dejar de decir una cosa, y ahora que menciona este acuerdo. Otra cuestión que sí es importante que el regulador tenga en cuenta al momento de legislar en nuestro país.

Sobre todo en esta era donde hay tantos acuerdos transfronterizos y demás, donde muchas veces los países firman cosas que tal vez cuando llega el momento de bajarlo a la letra no se adapta a la realidad constitucional de cada país.

Por ejemplo, Chile con el caso de la nueva ley de “copyright” que sacó hace un tiempo. Claramente, Chile se puso firme y dijo, por ejemplo en hay una cuestión de (inaudible) que es cuando alguien encuentra un contenido que inflige derechos de autor y Chile dijo: “en nuestro país sólo un juez puede determinar cuando algo es ilegal o no, sólo un juez puede ordenar la baja de un contenido”

Entonces, eso es importante, porque más allá de lo que firmó en el acuerdo de libre comercio. Al momento de bajarlo al papel y bajarlo a la ley es importante que tengan en cuenta la tradición jurídica nacional.

Pero no pasa en todos los países de la región, que también es otra discusión que tenemos sobre todo en ese punto con otros países. Así que también, no quería dejar de referirme a eso que creo que es un modelo a seguir y la posición que ha tomado Chile en ese sentido, creo es fundamental.

GABRIELA SZLAK:

Voy a hablar rápido, perdón por los traductores. Solamente recordarles que en este momento hay una encuesta para llenar que está disponible en español sobre una evaluación, o una revisión de cómo funciona hoy el GNSO que es el órgano que genera las políticas de ICANN para nombres de dominios genéricos.

Por favor, llenemos todos la encuesta es importante que lo trabajemos mucho y que podamos mejorar este órgano como decía recién Jacobo, es muy importante que el sector privado participe de la generación de políticas y también todo lo que tiene que ver con sociedad civil.

También en el GNSO hay presencia de la sociedad civil, así que los invito a llenar esta encuesta antes de que termine que es el viernes última fecha. Es muy importante que la región participe. Trabajé mucho para lograr que estuviera en español, insistí mucho y no hubo nadie que lo llenó en español, así que por favor no me fallen. Gracias. (Aplausos).

RODRIGO DE LA PARRA:

Gracia Gabby y gracias Jacobo. Desafortunadamente tenemos que seguir con la agenda. Seguramente Jacobo va a estar aquí estos días si quieren interactuar con él. Estoy seguro que él estará dispuesto a platicar con ustedes. Tenemos ahora remotamente a un invitado especial. Es un ISP de Brasil, se llama (inaudible) y nos va a hablar durante unos minutos sobre las tendencias de ISP en Brasil. Tenemos una presentación de forma remota.

¿Están ahí? ¿Podemos oír? ¿La presentación está en la línea o no?

Si, bueno seguimos buscando. Entonces mientras vamos a seguir con el segundo punto de la agenda. Este es un team súper interesante. Vamos a ir con mi compañera Amy. Este es un tema que es sobre regiones no atendidas en el contexto de los “registrars”. Este es un tema de diagnóstico también que surgió de la estrategia regional.

O sea hay una baja participación de “registries” y también de “registrars”, en América Latina y el Caribe y hay un esfuerzo global, una discusión

global que se está llevando a cabo y que estamos vinculando también con nuestro plan estratégico.

Quisiera que tuvieran esta actualización de Amy Bivins, quien es Gerente en nuestro Departamento de Servicios para Políticas de “registrars”. Amy bienvenida.

AMY BIVINS:

Hola a todos voy a hablar en inglés para esta presentación. Mi nombre es Amy Bivins. Soy de los servicios de registros de ICANN. Estoy acá para hablarles durante unos minutos sobre lo que estamos haciendo en términos de las regiones no atendidas.

Empezamos este proyecto, yo lo empecé o mi parte al menos, a principios de este año. Y básicamente, lo que estamos tratando de hacer es entender un poco mejor algunas de las iniciativas o algunas de las cuestiones que enfrentan las empresas en las regiones desatendidas.

O cómo involucrarse un poco más con la ICANN, si es que ellos quieren convertirse en registros o registradores. Con ese fin generamos un informe que está publicado para comentario público desde principios de este año y queremos recibir los comentarios que ustedes tengan. Los desafíos que ustedes están enfrentando. Primero con los requisitos que la ICANN establece y cuales son los desafíos para comenzar a convertirse en un acreditador y queremos recibir los comentarios de ustedes.

Hicimos una sesión en Singapur con los comentarios que recibimos, e incluimos algunos de los obstáculos contractuales y otros tipos de obstáculos que hay en la participación. También establecimos un mapa de

ruta de proyecto en el mes de agosto o septiembre de este año, que está disponible en el Wiki de la ICANN.

Nosotros queremos recibir los aportes de ustedes en este sentido y por eso les pedimos que vayan al Wiki de ICANN y que miren este mapa. También pueden hacer comentarios en cualquier momento, vamos a leer sus comentarios y los vamos a tomar en consideración.

El proyecto está dividido en tres vías. Todas van en conjunto, no es que vamos a terminar uno hasta que pasemos a la siguiente. Está simplemente dividido en cuestiones específicas que nosotros fuimos escuchando de la comunidad que hay que abordar, y en la primera la relacionamos con los materiales de la ICANN y el acuerdo de acreditación de los registradores, así como los desafíos que está viendo la comunidad en términos de involucrarse más con la ICANN en las regiones no atendidas y no tenemos muchos registros y registradores.

La segunda vía es trabajar con el equipo de (DSE) y otros departamentos dentro de la ICANN simplemente quieren aumentar la difusión externa y apuntarla un poco mejor a esa difusión externa.

Hablar de la educación y de cómo recibimos ese feedback y la tercera vía es mirar más a largo plazo, la planificación a largo plazo. En esta tercera vía vamos a querer más feedback de ustedes y vamos a querer recibir más opinión y participación de ustedes así como también los aportes de qué podemos hacer para mejorar las regiones no atendidas.

En este punto hay dos cuestiones contractuales que fuimos escuchando de la comunidad que plantea un obstáculo a la participación y que están

generando ciertos desafíos para convertirse en un registrador en este caso.

Es el acuerdo de acreditación de registradores, los requisitos que ahí se establecen. Sabemos que ahí hay un requisito para ser un registrador hay que tener una póliza de seguro de 500 mil dólares. Y otro tipo de seguro que cubre a nivel global, sabemos que es difícil de obtener esta póliza de responsabilidad civil.

Y en este punto estamos trabajando con una compañía consultora de seguros externa para ver como podemos modificar estos requisitos y hacer que sea más fácil y más accesible para las entidades que están por fuera de los Estados Unidos y las entidades y regiones a las que nosotros estamos llegando en este punto.

Esperemos poder publicarlo muy pronto, poder darles más detalle de a donde tenemos que ir con estos requisitos y el feedback que queremos recibir de ustedes.

También estamos trabajando en nuestro acuerdo de acreditación de registradores, y tratamos de hacerlo más entendible y accesibles. Y queremos que ustedes tengan suficiente tiempo, a pesar de que sabemos que para ellos el inglés es su primer idioma. Entonces para la gente cuyo primer idioma no es el inglés queremos tratar de facilitárselo.

También queremos que haya mejores materiales relacionados con los requisitos de acreditación de registradores, los capitales.

Hay una solicitud de que hay que mostrar 70 mil dólares de Estados Unidos, pero hay cierta flexibilidad también para poder dar mejor explicación a la comunidad. Cómo ustedes pueden demostrar que tienen

la capacidad de gestionar un registro sin necesariamente tener esa cantidad de dinero.

Y también trabajamos con el Equipo de Participación Global de ICANN para mejorar nuestra difusión externa hacia la comunidad. Y así dar mejores recursos con la experiencia que nosotros tenemos. Nosotros podemos acercarnos a ustedes. Ustedes pueden acercarse a nosotros para darnos la información que necesitamos.

El año próximo estamos planeando hacer un estudio adicional. Vamos a necesitar de los aportes de ustedes, posiblemente el año que viene sobre cuestiones adicionales sobre las que queremos escuchar su opinión, no es solamente la cuestión de los requisitos de acreditación de los registradores que son la causa de que no existan muchos registradores en regiones donde precisamente hace falta que haya.

Por eso nosotros queremos saber cuáles son los problemas que ustedes están enfrentando, cuáles son los problemas que tenemos que estudiar para mejorar y vamos entonces a buscar los aportes de ustedes para luego hacer un estudio sobre estos asuntos el año que viene.

Vamos a pensar en estas regiones. ¿Por qué no hay una gran demanda de los servicios de nombres de dominio muchas veces? Y queremos entender un poco más el mercado, los problemas que están enfrentando para ver como podemos servirles mejor.

RODRIGO:

Creo que tenemos un par de preguntas. Tenemos a Dev, a Tony. Dev adelante.

DEV ANAND TEELUCKSINGH: Soy Dev Anand Teelucksingh. Soy del Comité Asesor At-Large.

En cuanto a la presentación a mí me parece que es muy interesante. El Caribe hasta donde yo sé y yo hice una presentación en el IGF sobre el Programa de los Nuevos gTLDs en el Caribe y sé que eran dos registros. Había solamente dos registros en todo el Caribe.

Uno fue adquirido por una empresa que estaba basada en los Estados Unidos y yo estaba muy interesado en leer este reporte, este informe y ver, porque me parece a mí que para el Caribe es importante ver que haya más registros y registradores. Pero recibir una ventaja para las rondas futuras de este programa de gTLDs.

AMY BIVINS: Cuando el informe salga por favor denmos su aporte.

TONY HARRIS: Hola Amy. Soy Tony Harris. De la Asociación de Internet de Argentina. Como ustedes saben, nosotros estuvimos en consulta desde hace un tiempo, ya hace un año, sobre las condiciones que nos van a permitir convertirnos en un registrador acreditado de la ICANN.

Y tengo noticias, como decimos en América Latina, nosotros tiramos la toalla.

No es posible, porque hasta que ustedes resuelvan ciertos asuntos como las cuestiones de seguros de 500 mil dólares para algunos mercados de

América Latina esa es una gran cantidad de dinero para contratar una empresa de seguro y es extremadamente caro.

Nosotros no podemos analizar la posibilidad de hacerlo por más que nos gustaría ser un registrador acreditado de la ICANN.

No para hacer dinero sino para darle servicio a nuestros miembros. Todos somos ISPs. Y también quisiera poner algo sobre la mesa que me molestó.

Creo que fue en la reunión de Singapur donde había una reunión para discutir de las regiones no atendidas y tuvimos sesiones externas donde la gente hizo comentarios sobre lo que se podía mejorar y la actitud de los registradores acreditados de la ICANN, que estaban representados allí, fue que nadie tiene que tener un trato preferencial.

Las regiones no atendidas tienen que pagar del mismo modo que nosotros pagamos y no queremos que nadie tenga una ventaja no justa. Vamos a leerles las ventajas injustas.

Entonces, cuando la ICANN estableció la competencia en la venta de nombres de dominios en el año 2000, 2001 los registradores acreditados empezaron a aparecer y ellos tuvieron un mercado de 60 o 70 millones, no recuerdo bien, nombres de dominio registrados en “.CO”, “.NET” y “.ORG” para repartirse entre ellos.

Si ustedes se convierten en un registrador hoy, nosotros no tenemos eso. Tenemos que ir detrás, buscar cada nombre de dominio que nosotros vendemos, uno por uno y no hay nada que nos permita tener acceso a lo que hicieron como se hizo en ese momento.

En lo que respecta a las ventajas injustas, yo creo que ellos tuvieron una ventaja injusta. Si nosotros preguntamos ahora o pedimos mejores condiciones para poder convertirse en un registrador acreditado de ICANN, en las regiones no atendidas, creo básicamente que esto es algo que se debe considerar.

Nosotros tenemos que tener algunas condiciones favorables y lo único que podemos ofrecer en una región desatendida es recibir o atender a nuestros clientes en nuestro propio idioma. No hay mucho más que nosotros podamos ofrecer como atributo diferencial.

Lo estoy poniendo sobre la mesa, sé que tenemos que dejar de hablar de ello porque nuestra expectativa es que queríamos firmar un acuerdo en esta reunión en Los Ángeles pero lo teníamos que poner en espera lamentablemente. Gracias.

AMY BIVINS:

Gracias Tony. Lamento escuchar eso y espero que lo que nosotros estuvimos trabajando ayude. Esperemos que podamos ayudar a usted y a empresas como la de usted. Nosotros tenemos que participar y dar los aportes en los foros públicos para que podamos tomar todo eso en consideración cuando tratamos de ver cuales son nuestros próximos pasos.

Orador sin identificar:

Muchas gracias Amy. Esto es muy útil. Yo quiero hacer un comentario breve a Tony y a todos. Parte de tener un proyecto de esto, es poder encontrar algún modo de poder aliviar este tema. Nosotros estamos

coordinando con el equipo de gTLDs para llevar o para poder hacer encajar esto en nuestros programas.

Lamento mucho escuchar eso. Del lado más positivo le quiero agradecer a Amy por estar aquí que es muy útil. Deberías quedarte porque tenemos una gran presentación. Lo positivo es que Tony y la gente de “.LAT” está firmando efectivamente algo en esta reunión.

Entonces, quizás no es un acuerdo de registrador pero es por lo menos un acuerdo de registro que a veces es más difícil.

No lo pasen de (inaudible). Tenemos “.LAT”, tenemos “.REST” y “.BAR” que son registros de nuestras regiones. Eso es lo positivo. Y antes de eso nosotros tenemos a nuestro amigo de ISP Brasil, está en remoto, él va a dar una breve presentación de cinco o seis minutos sobre su experiencia de “landmark” de los ISPs en Brasil.

RODRIGO DE LA PARRA:

Sí, te escuchamos.

Sí, te escuchamos y estamos listos para tu presentación. Marcelo, estamos listos para tu presentación te escuchamos desde aquí, Los Ángeles.

Bueno, vamos a intentar una vez más. ¿Ya está? Ya está. No está.

[MARCELO SIENA]:

(Inaudible) nosotros somos corredores de internet en Brasil.

(Inaudible) la experiencia en el mercado y también (inaudible).

RODRIGO DE LA PARRA: Marcelo, disculpa que te interrumpa. El sonido es muy malo, se está interrumpiendo.

[MARCELO SIENA]: (Inaudible) es muy expresiva en los últimos años. (Inaudible) grandes caminatas en proveedores brasileiros. (Inaudible) actualmente es representante de los proveedores amateur. Y (inaudible) esta experiencia que nosotros (inaudible).

Orador sin identificar: Fabiano y Marcelo, quiero pedirles unas disculpas en realidad es poco afortunada la comunicación. Ellos iban a estar aquí presentes y al final del día no pudieron venir y nos pidieron poder organizarlo remotamente, pero no se pudo. Vamos a intentar a lo mejor más adelante sin retrasar la agenda.

Tenemos todavía dos puntos importantes, 12.10 horas, diez minutos para cada uno de los “registries”. Quisiera pedirles primero a los representantes de “.LAT” si nos quieren hacer el favor de presentar por 10 minutos su proyecto. Y teníamos a Roger, pero se fue a hablar con el brasileño ver si lo arreglaba, pero, ahí está.

Roger, ¿estás listo? Tony.

TONY HARRIS: La presentación la tiene Roger.

Orador sin identificar: Todo esto es para sentirnos muy en casa.

Orador sin identificar: Y lo que pasa que a Roger le gusta crear suspenso. Aquí está. Roger, si quieres hago una introducción mientras dispone las municiones.

Bueno, dicen que toda historia tiene un final feliz. Empezamos a pensar en este proyecto del “.LAT” en el año 2005. Con la esperanza inicial de que estaríamos largando en el año 2008, al fin del 2008.

Eduardo, vos recordarás como fue la situación. Gracias al ingenio del grupo de lobby poderoso que hay en el ICANN de propiedad intelectual que calificó el Programa de Nuevos Dominios como la madre de todos los males.

Lograron demorar con sucesivas interpelaciones de tipo técnico, de mercado, de marcas este proceso hasta el año 2012, cuando finalmente pudimos presentar nuestras aplicaciones. Disculpen si soy un poco coloquial pero es interesante la anécdota.

El comentario de la empresa que más dominio solicitó. No la voy a nombrar pero creo que todos las conocen, que solicitó 307 aplicaciones, fue que en un principio estaban molestos con este lobby y la demora, pero les vino muy bien, porque pudieron reunir muchos más “venture capital” y presentar 307 aplicaciones.

O sea, todo este lobby para frenar el despegue de nuevos dominios generó una catarata de 1930 aplicaciones cuando en el 2008 hablábamos de 300.

Lo cuento porque me parece una anécdota que puede ser interesante. Nosotros tenemos el privilegio de tener, cuando digo “nosotros”, la

Federación Latinoamericana y el Caribe de Internet y el Comercio Electrónico (eCOMLAC); que somos los aplicantes para el dominio “.LAT”

Tenemos el privilegio de tener como socios a NIC México, representada aquí por Roger Castillo que van a ser nuestros socios, nuestros back office para la operación de registros y nos van a proveer también servicios de marketing. Y ahora le cedo la palabra a Roger que tiene preparado algo interesante, creo.

ROGER LIM:

Qué tal, buenos días tengan todos, ya son tardes. Vamos a hacer una breve presentación acerca del “.LAT”. Como ya platicó Tony, es una empresa conjunta entre eCOMLAT y NIC México.

Nosotros vamos a apoyar con toda la infraestructura tecnológica y también en la cuestión de marketing y promoción para el nuevo TLD.

Bueno, pues “.LAT” es una iniciativa. Como comentó Tony de eCOMLAT, y el objetivo es poder ofrecer a individuos y organizaciones presencia en internet con identidad latina.

Tuvimos la suerte de poder presentar la propuesta para el “.LAT”, que es una etiqueta, consideramos de alto reconocimiento. Hemos hecho un par de estudios de mercado al respecto y pues nos va a ofrecer una diferenciación del resto de internet.

El esfuerzo es conjunto entre NIC México y eCOMLAT y participamos como operador técnico con esta infraestructura tecnológica que está basada, o sea, los sitios principales, la base de datos de “registries” que

están en México, en un par de ubicaciones en México y también como parte de respaldo y los requerimientos técnicos de ICANN.

También tenemos réplicas de los servicios alrededor del mundo. Pero el “registries” va a estar basado en México con tecnología mexicana para ser un TLD 100% latino. Pues tal vez quieras platicar un poquito de eCOMLAT, Tony. Tenemos una filmina de eCOMLAT.

TONY HARRIS:

Sí, cómo no. eCOMLAT fue fundado en el año 1999, resultado del proceso de información de ICANN, donde varios “stakeholders” de la región nos dimos cuenta que hacia falta alguna identidad que agrupe a interesados en el nuevo escenario que se producía con el nacimiento del ICANN, y para promover el desarrollo de internet en América latina.

Justamente acá sentado casi al lado mío, está sentado Jacobo Cohen Imach, que es uno de nuestros vicepresidentes, y también está Eduardo Parajo, sentado detrás de (Abranet) que es otro vicepresidente de eCOMLAT. Y Osvaldo Novoa estaba sentado ahí atrás, delante de Uruguay. Es nuestro secretario.

Creo que esta iniciativa es algo que va a ser histórico por ser la única aplicación enteramente latinoamericana. Porque el (aplicante), eCOMLAT es de América Latina y el que provee los servicios de back office u operación de “registry”, es también latinoamericano. Si no me equivoco es el único caso de esta ronda. Ah, me estoy equivocando, dice Roger.

ROGER LIM: Si quieren lo describo. Pero bueno, junto a otros también hay algunos brasileños que también lo están haciendo así. Pero bueno, que bueno en hora bueno. No.

TONY HARRIS: Bueno, no sé que más contarles de eCOMLAT. Estamos radicados en Montevideo, en la Casa de Internet. Y ahí va a funcionar nuestra oficina administrativa y todo lo que es operaciones va a estar en Monterrey, México.

Orador sin identificar: Bueno, como comentábamos hace un momento, entre los objetivos de la iniciativa de “.LAT” está que “.LAT” sea el nuevo gTLD orientado a la comunidad latina, tratamos de que se desarrolle, se de promoción, a esa nueva categoría de nombres de dominio y que busca presentar un legado cultural más que un espacio geográfico.

Al ser un TLD fácilmente reconocible, pues esperamos que sea fácil de reconocer, de recordar y que sea relacionado fácilmente o directamente con los latinos.

Buscamos facilitar la comunicación y el intercambio entre los latinos, buscando ser un medio que sirva como enlace y ofrezca un espacio que pueda reunir a los diversos actores que conforma a la comunidad, como son gobiernos, empresas, instituciones, sociedad civil.

Es muy importante mencionar que el “.LAT” busca servir como un medio para llegar a los latinos o también para que los latinos puedan llegar a

otro lugar, puedan tener una proyección global pero manteniendo su identidad.

Precisamente en ese aspecto el “.LAT” aparece como medio de apoyo para el crecimiento del mercado latino ofreciendo mayor visibilidad y aprovechando el alto reconocimiento de la etiqueta y agregando también valor a los esfuerzos de personas que ofrecen productos y servicios a través de internet.

Si queremos hacer llegar un producto o un servicio originado en la región, en Latinoamérica, o por latinos en cualquier lugar del mundo donde se encuentren, si lo queremos hacer llegar al mercado global, pues, ¿Qué mejor que hacerlo con una terminación que nos de identidad latina a través de internet?

En resumen, pues es el lugar digital de los latinos del mundo que buscan presencia en internet con identidad latina. Pues, es eso lo que les queremos presentar en el día de hoy. Muchas gracias. (Aplausos)

RODRIGO DE LA PARRA:

Es súper emotivo, súper emotivo esto en realidad para los que no han estado aquí hace mucho tiempo. Esto ha sufrido, como dijo Tony, en la historia, pues es muy emotivo poderlo ver esto ya cristalizado y hecho realidad. Muchas felicidades y mucho éxito Roger, Tony a todos los que están aquí metidos en esto y en lo que preparamos la otra presentación de “.REST” y “.BAR”, Gabby quiere comentar algo.

GABRIELA SZLAK:

Sí, un poco siguiendo lo que decía recién Tony, de la cuestión de lobby y propiedad intelectual. Solamente llamar la atención respecto de que en este momento en el GNSO hay una tendencia considerar al “Commercial Stakeholder” como un único grupo, equiparando al BC, al “Intellectual Property” y a los ISPs, en un mismo grupo, nos dan un representante para toda la cuestión de la transición de IANA y para todo lo que tiene que ver con “accountability”.

Y la realidad es que hace falta que haya representación de este grupo porque es muy diferente la mirada que tenemos en cada uno de estos grupos.

Justamente haciendo eco del comentario que recién hizo Tony, y dentro de los grupos, tanto de los ISPs como del Business Constituency, para que además se note mucho más la diferencia, la presencia de empresas de la región o ISPs de la región más fuertes, también va a cambiar esta percepción general.

Así que, si ustedes trabajan en ICANN en todo lo que tiene que ver con ALAC o la Sociedad Civil y siempre piensan que el sector comercial es sólo una misma cosa, que podamos empezar a distinguir esto y a buscar la voz de los latinos y lo que puede favorecer a nuestras comunidades. Gracias. Quería solamente decir esto.

RODRIGO DE LA PARRA:

Mucha gracias Gabby. Y vamos a seguir con la presentación de “.REST” y “.BAR” con Adolfo (inaudible).

Antes no quiero que se olviden el jueves a las 12, de 12.00 a 12.30 horas, se van a llevar a cabo la ceremonia de firma de estos dos registros. Ojala

puedan estar todos por ahí acompañándonos. Esto va a ser en el Olympics Room el jueves de 12.00 a 12.30 horas.

Adelante (ahora) Adolfo.

ADOLFO GREGO:

Buenas tardes a todos. Pues nos honra mucho presentarles un poco de nuestra historia, somos uno de los pocos “registries” de la Latinoamérica y sentimos que nos corresponde representar a la región.

Como se comentaba en algunas de las presentaciones, creo que estamos percibiendo las barreras de entrada que hay sobre comercio electrónico, sobre el mundo de los dominios, los “registries”, los “registrars”.

La primera barrera muy obvia, es la parte financiera, la parte económica, que de alguna forma lo sobrepasamos y lo que queremos presentarles un poco aquí, es el entusiasmo que seguimos teniendo. Las nuevas barreras que seguimos encontrando, principalmente quiero mencionar el “awareness”.

El programa principal de gTLDs a nivel mundial, hace falta su conocimiento. Apenas se está conociendo esta iniciativa, apenas se está dando a conocer en la región.

Estamos nosotros trabajando enfocados a Pymes, a restaurantes alrededor del mundo, no únicamente en Latinoamérica sino a nivel mundial y lo que nos estamos encontrando todos los días es que no tienen tanto conocimiento.

Igual hay una barrera de entrada, de modo mundial para estos negocios que utilicen la tecnología a su favor, que publiquen contenido en internet,

que utilicen sistemas de reservaciones, pedidos a domicilio, únicamente páginas informativas y queremos habilitar esto y crear un espacio a nivel nombre de dominio para que puedan identificarse y ser más fáciles de ser encontrados por la gente.

Un poco de nuestra historia y empezamos nosotros con el desarrollo de una guía de restaurantes hace muchos años. Con esta guía fuimos entendiendo la necesidad de participar en línea de un restaurante.

De aquí, poco a poco fue creciendo y hacíamos la venta de lo que lo que son perfiles, una membresía, los mismos restaurantes empezaron a acercarse, a solicitarnos más información, no únicamente cinco fotografías que incluye este perfil sino una galería de fotos de todos los platillos.

De aquí se desarrolló otra oportunidad de negocios, se llama “sitios.com”, el cual desarrollamos y administramos páginas informativas, de aquí fuimos creciendo hacia la necesidad de marketing digital, lo que es importante el (CO y el CM) Y bueno, trabajamos mucho sobre esta parte de CO, “Search engine optimization”, o posicionamiento web.

También entendiendo que no es suficiente crear contenido que sea relevante sino hacer que sea fácil de ser encontrado que se posicione dentro de Google, y que la gente lo encuentre fácilmente.

En el camino tuvimos oportunidad de desarrollar una empresa de comercio electrónico que se llama (inaudible) Stores. Referente a la presentación de Jacobo, que me pareció maravillosa, estamos participando con diferentes asociaciones en México.

Específicamente creamos la (AMVO), que es la Asociación Mexicana de venta on line y estamos participando con (Amichi) con otras organizaciones para traer también más “awareness”, más cultura a la región y reducir las barreras de entrada, también la (bancalización) de la gente y bueno muchos otros factores.

De aquí empezamos a presentar un poco ya restaurantes reales que están utilizando el “.RES” y algo que les quiero mencionar, el éxito de nuestro proyecto, que llevamos hasta el momento es la conversión real de publicaciones.

No hemos obtenido un volumen enorme de registros. Lo que sí hemos visto, es ya casos de usos en tres meses apenas que llevamos a la venta con el espacio. Ya tenemos más de 100 casos reales que están posicionados dentro de Google, que están presentando información.

Es un fenómeno mundial donde lo encontramos esto de nuevo en cualquier idioma y sitios que están en hebreo, en chino, en japonés, en ruso. Les platico un poco más de la historia. Bueno, la empresa que formamos es “.2012”, 2012 para conmemorar un poquito la apertura de estos gTLDs, esperamos que hayan un poco más en un futuro. Esto es un dato interesante de nuestro proyecto.

“.BAR” realmente corresponde a una región geográfica. Según el ICANN, BAR es un Municipio en Montenegro y tuvimos que obtener la aprobación del Municipio para poder operar el gTLD. Entonces se da aquí el caso de esta integración internacional como una empresa mexicana a través de un acuerdo con el gobierno, de un Municipio dentro de Montenegro.

Tenemos hoy en día la operación del “.BAR”, realizamos un evento allá y bueno, muchas casualidades que encontramos en el camino. Hay una escuela dentro de “bar” que se llama “México” que es una escuela muy grande dentro de la región.

Organizamos un evento y también participamos dando un donativo, fue increíble la recepción que tuvimos de niños hablando en español, con libros de textos mexicanos, haciendo bailes tradicionales y dándonos la verdad una gran bienvenida a su región.

Aquí, bueno, algunas fotos que tuvimos dentro del evento. Esto creo que lo conocen todos ustedes. La oportunidad digital. Realmente el alcance y la necesidad de información que hay, algunas estadísticas de la cantidad de búsquedas que hay, de la cantidad de dominios que hay. Parte del enfoque de nuestros gTLDs es que sean universales.

Entonces en el caso de “.BAR” es prácticamente el mismo término en todos los idiomas del mundo y sabemos que cuando hablamos de “bar” hablamos de algún establecimiento para consumir algún tipo de bebida, y en el caso de “.REST”, hemos ido estado creando esta conciencia. ¿Porqué “.REST”? porque en nuestra misma región de Latinoamérica se escribe diferentemente “Restaurant”, “restaurante”, “restauran”.

Por lo que quisimos crear un sinónimo que sea universal. “.REST” que sea la forma corta y adecuada de reconocer un restaurante en internet, que una pequeña tabla de los idiomas en los que encontramos las similitudes de estos primeros cuatro caracteres.

Y también el objetivo de esto es que sea fácil y corto y fácil de recordar, fácil de teclear. Lo que buscamos con esto, es mejor reconocimiento,

mejor recordación y eventualmente convertir esto es un beneficio tangible para los negocios que estén utilizando estos dominios que tengan más tráfico, que tengan más clientes, que al fin del día represente más ventas para el establecimiento.

Este es un tema importante que acostumbro a presentar en todos los foros, que es el tema de el re direccionamiento 301, que siento que es un tema importante el brindar “awareness” que si alguien ya tiene contenido publicado en un dominio ya sea un “.COM” o un código de país, que pueden redirigirlo a otro dominio sin perder el posicionamiento adquirido a través de este re direccionamiento 301, heredar los beneficios de posicionamiento que se hayan creado.

Aquí, bueno algunas opciones “premium” que también han sido un gran proceso de aprendizaje y de conocimiento acerca del mercado secundario. Las oportunidades y diferentes modelos de negocios que existen también para monetizar esta parte del portafolio de algunos nombres.

En general aquí presentamos, en este foro no es tan relevante, la cadena de distribución y como tenemos que trabajar con los “registrars”. Es clave para nosotros desarrollar estos canales de distribución, tener estrategias en conjunto y no únicamente nosotros dirigimos al “registrars”, al usuario final, sino a través de los “registrars” desarrollar estos canales en su máxima potencial.

Un poco lo que podemos contar hasta ahora y bueno, en los sitios de “registries”, “.registrars.bar” están publicados varios ejemplos de sitios ya actuales.

Platicaba hoy a la mañana, para aquellos que conocen México, si pasan por Campos (eliseos), afuera del hotel Intercontinental, hay una valla enorme donde está publicado “chapulin.rest”.

Empezamos a ver ya en restaurantes que lo empiezan a publicar en la portada de sus menús, en sus cerillos, en las mentas que están ofreciendo. Empezamos a ver la publicación de estos dominios que ya nos afectan a todos de forma general. Creo que va a ser fascinante la evolución a través del tiempo como van influyendo en nuestra vida diaria, nuestros dominios y la de todos los demás.

Aquí, bueno, una muestra de los ejemplos en Google y haciendo está búsqueda desde México que es un término genérico, La Bodega, tenemos ya “LaBodega.rest”, que es un ejemplo publicado. Surgió recientemente, encontramos “ElBodegón.rest”, que es un bodegón en Argentina.

Encontramos un caso que se llama “Anglers.rest”, que es un “community hub” y un “post office”, en una ciudad al norte de Inglaterra que también ya está usando este dominio de “Anglers.rest”, como el nombre que los define.

También encontramos un caso interesante que es “Ibiza.rest”, que es un directorio para la región de Ibiza que ya está desarrollado inclusive a nivel marca, ya el logo tipo incluye el dominio y bueno, tiene un contenido real de 100 restaurante que está en la región.

Algo que queríamos mostrar, no es únicamente para restaurantes. .BARS (inaudible) sino para aquellos asociados, con aquellos distribuidores, proveedores, con críticos, con cualquier otro “stakeholder” que tengan que ver con esta industria, también le pertenece este dominio si cree que

es adecuado que lo representa. “.CAFE”, que es otro dominio que tenemos en (inasible) con otra empresa, y esperamos resolver esto pronto y tener otro dominio para mostrar en la región. Muchas gracias. (Aplausos)

RODRIGO DE LA PARRA:

Aaron, muchísimas gracias por la presentación. Igualmente, muchas felicidades, mucho éxito con este emprendimiento. Estoy seguro que les irá muy bien. Y nos vemos a las 12.00 Horas para la Ceremonia de Firma del Acuerdo. Antes de cerrar, primero agradecerle sobre todo a Celia, a Gabby, y a Vanda por ayudarnos a tener esta agenda espectacular para este día con invitados, como Jacobo y los demás compañeros.

Muchas gracias en verdad. Y luego, recordar tenemos un almuerzo para los caribeños. El miércoles en el X Bar a las 12.30 Horas. Esto es muy importante porque queremos integrar más a la comunidad caribeña dentro de estos procesos del plan estratégico y también de nuestro espacio.

Este espacio LAC porque así se oye, pero la C puede estar delante de la LA y a veces nos equivocamos y decimos Latinoamérica pero en realidad queremos decir Latinoamérica y el Caribe.

(Joseph Marc):

Buenas tardes, mi nombre es (Joseph Marc). Soy un becario de la ICANN. Soy de Haití y tengo una pregunta relacionada con lo que usted decía acerca del comercio electrónico. Mi preocupación es la protección de los clientes. Creo que necesitamos integrar también eso al plan estratégico.

Tenemos que integrar un modelo para proteger a los establecimientos que ya existen. Por ejemplo en América hemos visto algunas innovaciones disruptivas como (inaudible). Creo que tenemos que reunirnos para desarrollar una estrategia de forma tal que integremos a este plan la protección de las empresas existente para que no nos convirtamos en víctimas sobre la base de las ventajas competitivas que podrían tener. Gracias.

[FIN DE LA TRANSCRIPCIÓN]