

**Asesoramiento solicitado por la Junta Directiva de la Corporación para la Asignación de
Números y Nombres en Internet (ICANN) en relación a las definiciones,
indicadores de medición y objetivos para la competencia, la confianza del consumidor y
la elección del consumidor**

Preparado por el Grupo de Trabajo sobre Confianza del Consumidor,
Para consideración del ALAC (Comité Asesor At-Large), el GAC (Comité Asesor Gubernamental),
la ccNSO (Organización de Apoyo para Nombres de Dominio con Código de País) y la GNSO
(Organización de Apoyo para Nombres Genéricos).

Antecedentes

Este asesoramiento fue redactado en respuesta a una resolución de la Junta Directiva de la ICANN, la cual solicita definiciones e indicadores de medición a utilizarse en la evaluación del programa de expansión de gTLD (dominios genéricos de nivel superior), en una instancia de revisión posterior a su lanzamiento, según lo establecido en la [Afirmación de Compromisos](#)¹.

La ICANN y la Administración Nacional de Telecomunicaciones e Información (NTIA) de los EE.UU., firmaron la Afirmación de Compromisos (AOC) el día 30 de septiembre de 2009. El Artículo 3.c de la AOC constituye un compromiso de "*promover la competencia, la confianza del consumidor y la elección del consumidor en el mercado DNS (servidor de nombres de dominio)*".

El Artículo 9.3 amplió este concepto y comprometió a la ICANN a "*abordar adecuadamente*" "*la competencia, la protección del consumidor, la seguridad, estabilidad y flexibilidad, las cuestiones relativas a abusos maliciosos, las cuestiones de soberanía y la protección de derechos*" "*con anterioridad a la implementación*".

Asimismo, en el Artículo 9.3 se compromete a la ICANN a efectuar una revisión un año después de la delegación del primer nuevo gTLD (dominio genérico de nivel superior), a los efectos de "*evaluar hasta qué punto la introducción o expansión de los gTLDs ha promovido la competencia, la confianza y la elección del consumidor*".

Los debates de la comunidad durante la revisión de Responsabilidad y Transparencia de la AOC incluyeron solicitudes de *indicadores de medición*: mediciones objetivas que pudiesen ser utilizadas para evaluar el desempeño de la ICANN sobre aspectos clave en materia de responsabilidad y transparencia.

Asimismo, se argumentó que esos criterios de medición ayudarían a los niveles gerenciales de la ICANN a focalizar sus esfuerzos para lograr una mejora medible en el desempeño. Con ese criterio, varios miembros de la comunidad alentaron a la Junta Directiva de la ICANN a establecer criterios de medición para otras revisiones y compromisos de la AOC, tal como el

¹ Afirmación de Compromisos: <http://www.icann.org/en/documents/affirmation-of-commitments-30sep09-en.htm>

interés público y la competencia, confianza y elección del consumidor.

Debido a que en la AOC no se definen términos ni indicadores de medición en materia de competencia, confianza y elección del consumidor, en diciembre de 2012 la Junta Directiva de la ICANN resolvió solicitar asesoramiento por parte del ALAC (Comité Asesor At-Large), el GAC (Comité Asesor Gubernamental), la GNSO (Organización de Apoyo para Nombres Genéricos) y la ccNSO (Organización de Apoyo para Nombres de Dominio con Código de País) respecto a la manera de establecer definiciones, indicadores de medición y objetivos trienales para medir la competencia, confianza y elección del consumidor. A continuación, se presenta el texto de la [resolución](#)² (2010.12.10.30) de la Junta Directiva:

Visto y considerando que, en virtud de la Afirmación de Compromisos, la ICANN se ha comprometido a promover la competencia, confianza y elección del consumidor.

Que, la ICANN se ha comprometido a organizar una revisión una vez que los nuevos gTLDs hayan estado en funcionamiento por un año (tanto en código ASCII como en otro idioma o sistema de caracteres), a los efectos de determinar hasta qué punto la introducción o expansión de los gTLDs ha promovido la competencia, confianza y elección del consumidor.

Queda resuelto, la Junta Directiva la ICANN solicita asesoramiento del ALAC, el GAC, la GNSO y la ccNSO respecto a la manera de establecer definiciones, indicadores de medición y objetivos trienales para medir la competencia, confianza y elección del consumidor en el contexto del sistema de nombres de dominio; dicho asesoramiento será proporcionado para debatirse en la Reunión Pública Internacional de la ICANN a realizarse en San Francisco, del 13 al 18 de marzo de 2011.

En la reunión celebrada en Singapur en el mes de junio de 2011 y en respuesta a dicha resolución de la Junta Directiva de la ICANN, los miembros de la comunidad de la GNSO, ccNSO y el ALAC comenzaron a organizar un grupo de trabajo. El Grupo de trabajo invitó al GAC a participar y recibe con agrado la respuesta del GAC al presente asesoramiento preliminar.

El estatuto del Grupo de trabajo sobre competencia, confianza y elección del consumidor fue emitido por el Consejo de la GNSO el día 7 de septiembre de 2011. La intención era que el [Estatuto](#)³ también fuese oficialmente avalado por el ALAC, el GAC y la ccNSO; aunque su aprobación no constituyó un requisito para participar en el Grupo de trabajo. El Equipo de redacción estatutaria entendió que su objetivo era producir un asesoramiento para ser considerado por parte de la GNSO, la ccNSO, el GAC y el ALAC, cada uno de los cuales recibió la solicitud de asesoramiento como parte de la resolución de la Junta Directiva mencionada con anterioridad. Al decidir la manera de responder a dicha resolución, cada Comité asesor y Organización de apoyo (AC/SO) puede actuar en forma independiente con respecto al asesoramiento del Grupo de trabajo, pudiendo respaldar dicho asesoramiento en forma

² Resolución de la Junta Directiva de la ICANN sobre la Confianza del Consumidor:
<http://www.icann.org/en/minutes/resolutions-10dec10-en.htm#6>

³ Estatuto del Grupo de trabajo sobre Indicadores de medición del Consumidor:
<https://community.icann.org/display/CMG/3.++WG+Charter>

completa, parcial o bien no respaldarlo.

El Grupo de trabajo entiende que el propósito de este asesoramiento es brindar definiciones, indicadores de medición y objetivos a la Junta Directiva de la ICANN, que pudiesen resultarle de utilidad al equipo revisor de la Afirmación de Compromisos que se reunirá al cabo del primer año del lanzamiento de los nuevos gTLDs. Sin embargo, el Grupo de trabajo entiende que este asesoramiento no puede predeterminar ni limitar en modo alguno, el alcance de dicho futuro equipo revisor. Asimismo, este asesoramiento no pretende recomendar cambios de políticas ni necesidades de desarrollo de políticas.

El asesoramiento no tiene en cuenta las posibles consecuencias de la medición del desempeño, sino que únicamente constituye un intento de identificar los indicadores de medición solicitados por la resolución de la Junta Directiva de la ICANN. Más aún, las recomendaciones para cualquier indicador de medición u objetivo en particular no constituyen una nueva responsabilidad legal para la ICANN ni sus partes contratadas.

El Grupo de trabajo intentó mantenerse fiel a la resolución de la Junta Directiva de la ICANN y a la Afirmación de Compromisos, recomendando indicadores que puedan ser medidos y que contribuyan a la evaluación requerida del Programa de nuevos gTLD respecto a cómo ha promovido la competencia, confianza y elección del consumidor.

En forma adicional, el Grupo de trabajo prevé que la Junta Directiva querrá contar con definiciones, indicadores de medición y objetivos establecidos con la suficiente anticipación como para ser incorporados a los objetivos gerenciales de la ICANN, al realizar la evaluación de los nuevos gTLDs este año. El Grupo de trabajo recomienda que el personal de la ICANN comience a recabar las mediciones apropiadas y que publique datos básicos de referencia, tan pronto como la Junta Directiva tome medidas sobre el asesoramiento emitido por los ACs y S0s.

La Junta Directiva de la ICANN debería además considerar los recursos necesarios para la obtención de las nuevas mediciones, tanto en términos de personal interno como de costos de contratación de personal externo para la realización de encuestas y demás tareas de recopilación de datos.

Por último, al revisar el presente asesoramiento resulta esencial considerar las definiciones de cada término al examinar los indicadores. Ambos se complementan el uno al otro y, de considerarse en forma separada, podría perderse el contexto.

Alcance del presente asesoramiento

En el estatuto del Grupo de trabajo se adopta un enfoque limitado para este asesoramiento, y se cita la resolución en la cual la Junta Directiva solicita asesoramiento sobre definiciones e indicadores de medición para la revisión de la expansión de los gTLD, requerida en la Afirmación de Compromisos.

El Grupo de trabajo reconoce que el alcance limitado tomado para este asesoramiento, únicamente proporciona una evaluación parcial de la totalidad de las elecciones desde el punto de vista del usuario final de Internet. Bajo esta perspectiva, una evaluación total de las elecciones debería medir no sólo la diversidad entre registros y registradores, sino también las

opciones que permiten a los usuarios acceder a recursos de Internet sin conocer el TLD (dominio de nivel superior), o sin el uso directo del DNS.

Los métodos alternativos de acceso a los contenidos y servicios de Internet (aplicaciones móviles, motores de búsqueda, portales sociales, códigos QR, etc.) son cada vez más populares y ofrecen, en sí mismos, amenazas innovadoras y competitivas a los TLDs regulados por la ICANN. Por tanto se los debería considerar en cualquier evaluación completa de competencia, elección y confianza del consumidor relacionada con la ICANN en general, y específicamente con los nuevos gTLDs.

El Comité Asesor Gubernamental (GAC) ya ha manifestado su opinión de que los beneficios de cualquier expansión de gTLD deben exceder sus costos. En sus comentarios sobre el asesoramiento preliminar, el Gobierno de EE.UU. ha reiterado esta posición, sugiriendo que el Grupo de trabajo elabore indicadores de medición suficientes como para evaluar los beneficios y costos reales del programa de expansión. El Grupo de trabajo señala que ni la resolución de la Junta Directiva de la ICANN ni la Afirmación de Compromisos requiere una evaluación exhaustiva y comparación de los beneficios versus los costos de la expansión. No obstante, el Grupo de trabajo elaboró muchos indicadores de medición diseñados para generar datos útiles sobre los beneficios y costos del programa de expansión de gTLD.

Representación de la comunidad en el Grupo de trabajo

El Grupo de Trabajo sobre la competencia, confianza y elección del consumidor fue creado en respuesta a una resolución de la Junta Directiva de la ICANN en relación a la revisión del Programa de nuevos gTLD, según lo establecido en la Afirmación de Compromisos. En el Apéndice A se encuentran listados los nombres de los integrantes del Grupo de trabajo y del personal de la ICANN. Además de participantes individuales, la lista incluye representantes del ALAC, CBUIC (Unidad Constitutiva de Usuarios Comerciales y Empresariales), IPC (Grupo de Trabajo sobre Respuestas ante Incidentes), NCSG (Grupo de Partes Interesadas No Comerciales), RySG (Grupo de Partes Interesadas de Registros), RrSG (Grupo de Partes Interesadas de Registradores) y NCA (Miembros Designados por el Comité de Nominaciones).

El Grupo de trabajo llegó a un consenso, tal como se define en las Directrices para Grupos de Trabajo⁴ "C-consenso: una posición en la cual sólo una pequeña minoría está en desacuerdo, pero la mayoría está de acuerdo". Las posiciones discrepantes de dos miembros del Grupo de trabajo se han incluido en el Apéndice C, conjuntamente con una respuesta de otro miembro del Grupo de trabajo, a tal disenso.

Proceso de elaboración del presente asesoramiento

El Grupo de trabajo inició reuniones periódicas después de la reunión de Singapur, en junio de 2011. Los miembros del Grupo de trabajo redactaron un estatuto para ser considerado por

⁴ Directrices de la GNSO para Grupos de Trabajo: <http://gns0.icann.org/council/annex-1-gns0-wg-guidelines-08apr11-en.pdf>

parte de cualquiera y todos los grupos de la comunidad a los cuales la Junta Directiva de la ICANN solicitó asesoramiento. El estatuto fue aprobado por la GNSO el día 7 de septiembre de 2011 y está disponible [aquí](#)⁵.

Además de las llamadas de conferencia cada dos semanas, el grupo de trabajo celebró sesiones públicas de discusión en varias reuniones de ICANN, incluyendo informes periódicos para el Consejo de la GNSO. En la reunión de Praga, el grupo de trabajo ofreció una sesión informativa para el GAC, en su sesión abierta.

La versión preliminar inicial del asesoramiento fue aprobada por el Grupo de trabajo el día 22 de febrero de 2012, y fue enviada al personal de la ICANN a los efectos de ser publicada para la recepción de comentarios públicos. El Grupo de trabajo evaluó y discutió sobre los comentarios recibidos a fin de elaborar la presente versión final del asesoramiento, para ser entregado a la Junta Directiva de la ICANN. El asesoramiento también será compartido con el ALAC, el GAC y la ccNSO para su consideración, ya que los mismos podrían también estar elaborando asesoramientos en virtud de la resolución aprobada por la Junta Directiva en diciembre de 2010.

Asesoramiento sobre definiciones

Como tarea inicial, el Grupo de trabajo consideró las definiciones de competencia, confianza y elección del consumidor, en el contexto del DNS y del programa de la ICANN para la expansión de los gTLD. A modo de referencia inicial, el Grupo de trabajo estableció la siguiente definición de "*consumidor*", la cual es fundamental para dos de los tres términos definidos:

Se define como "**consumidor**" a todo usuario y registratario de Internet real o potencial.

En consonancia con la Afirmación de Compromisos, esta definición de "consumidor" fue concebida para hacer hincapié en los intereses de toda persona o entidad que asuma el rol de usuario de Internet o registratario de un nombre de dominio.

La definición no se enfoca tanto en la naturaleza de una entidad, sino en el rol que dicha entidad desempeña como usuario del DNS al efectuar resoluciones o registrar un nombre de dominio. Por lo tanto, cualquier entidad puede ser considerada como consumidor, incluso personas individuales, empresas, gobiernos, entidades sin fines de lucro, etc. Toda vez que alguna de estas entidades también desempeñe otros roles con respecto al DNS —tal como el rol de operador de registro o registrador— sus intereses dejan de ser pertinentes para esta definición.

Además de la definición anterior de "consumidor", el Grupo de trabajo recomienda las siguientes definiciones para los términos clave de la AOC y la resolución de la Junta Directiva:

Se define como "**consumidor**" a todo usuario y registratario de Internet real o potencial.

Se define como "**confianza del consumidor**" a la confianza que los consumidores tienen en el sistema de nombres de dominio. Esto incluye: (i) confianza en la consistencia de la

⁵ Estatuto del Grupo de trabajo sobre Indicadores de medición del Consumidor:
<https://community.icann.org/display/CMG/3.++WG+Charter>

resolución del nombre de dominio, (ii) confianza en que el operador de registro del TLD está cumpliendo con el propósito establecido por el registro y con las políticas de la ICANN y leyes nacionales aplicables; y (iii) confianza en la función de cumplimiento de la ICANN.

Se define como “**elección del consumidor**” al rango de opciones a disponibles para los consumidores con respecto a códigos de escritura e idiomas para un dominio, y para los TLDs que ofrecen opciones significativas con respecto al propósito y la integridad propuestos a sus registratarios de nombres de dominio.

Se define como “**competencia**” a la cantidad, diversidad y potencial rivalidad de mercado de TLDs, operadores de registro de TLDs y registradores.

Notas sobre estas definiciones:

Note 1. El término "consumidor" fue específicamente utilizado en la Afirmación de Compromisos y en la resolución de la Junta Directiva de la ICANN que creó este Grupo de trabajo. El Grupo de trabajo define el "consumidor" como "usuarios y registratarios reales y potenciales". Algunos comentaristas creen que el término correcto a utilizar en todas las publicaciones en lugar de "consumidor" debe ser "usuario de Internet" y en lugar de "consumidores", "usuarios de Internet" ya sean registratarios o no.

Nota 2. La definición de confianza del consumidor tiene tres aspectos: Primero, los usuarios de Internet necesitan poder fiarse de la confiabilidad y exactitud de la resolución de los nombres de dominio a los cuales hacen referencia en direcciones de correo electrónico, aplicaciones y búsquedas en la web.

En segundo lugar, los registratarios de nombres de dominio necesitan fiarse de que el registro de TLD que han elegido cumplirá, en efecto, con su propósito y con las promesas que motivaron la elección de dicho registro. Por ejemplo, un banco que invierte en migrar sus registraciones al TLD “.banco” desea poder confiar en que “.banco” honrará su promesa de permitir que sólo las entidades bancarias legítimas accedan a nombres de dominio. El registratario también se fiará de que la ICANN se encargue de que el operador del TLD cumpla con sus promesas, con las políticas de la ICANN y con las leyes nacionales aplicables.

En tercer lugar, los consumidores deben tener confianza en los esfuerzos de los operadores de registro y registradores para reducir el abuso y asegurar el respeto de los derechos de propiedad intelectual, la prevención del fraude, la delincuencia y conducta ilegal, así como tener confianza en que la ICANN hará cumplir los requisitos impuestos a los operadores de registro y registradores para prevenir estos abusos. Si los consumidores creen que los nuevos gTLD no evitan estos abusos, entonces los consumidores perderán confianza en el sistema de nombres de dominio.

Fideicomitente (quien confía)	Fideicomisario (en quién/qué se confía)	Aspectos (confianza con respecto a)
Registratarios y usuarios (referidos como “consumidores” en la Afirmación de Compromisos)	Sistema general de nombres de dominio	Todos los aspectos, inclusive la consistencia en la resolución de nombres
	Operador de registro de TLD	Cumplimiento del propósito declarado, de las políticas de la ICANN y leyes nacionales aplicables
	ICANN, operadores de registro y registradores	Esfuerzos para reducir la susceptibilidad al abuso del sistema de nombres de dominio
	ICANN	Capacidad de hacer cumplir los requisitos impuestos a registradores y operadores de registro, inclusive el respeto por los derechos de propiedad intelectual, así como esfuerzos para prevenir/minimizar el fraude, la delincuencia y otras conductas ilegales.

Nota 3. Una minoría de los miembros del Grupo de trabajo objetaron la inclusión de “leyes nacionales” en la definición de “confianza del consumidor”. Quienes estuvieron a favor de incluir el término argumentaron que los gobiernos y el GAC esperan que la ICANN y sus partes contratadas respeten las leyes nacionales aplicables, y citaron varios documentos fundacionales de la ICANN:

- *Actas constitutivas: “La Corporación funcionará en beneficio de la comunidad de Internet en su conjunto, desempeñando sus actividades de conformidad con los principios relevantes del derecho internacional, los convenios internacionales aplicables y la legislación local”.*
- *Guía para el solicitante: se hace mención a la “legislación nacional” como base potencial de las objeciones gubernamentales, de la Alerta Temprana del GAC y/o del asesoramiento del GAC.*
- *Afirmación de compromisos: “En forma adicional, la ICANN se compromete a aplicar su política existente en relación a WHOIS, sujeta a las leyes aplicables”.*
- *Estatutos —en relación a los ccTLDs—: “siempre y cuando dichas políticas no entren en conflicto con la ley aplicable al administrador del ccTLD.”*

Asimismo, en una serie de documentos de trabajo emanados de la Comisión Europea en 2011 también se hace mención a las leyes nacionales, indicando el prisma político a

través del cual los gobiernos juzgarán el Programa de nuevos gTLD.

Nota 4. En la definición de "elección del consumidor", las opciones "significativas" para los registratarios consisten en cuando tienen la opción de elegir entre los TLDs que son relevantes para el nombre de dominio del registratario, a precios razonables y con la expectativa de calidad de servicio por parte del operador de registro. Para los usuarios de Internet, las opciones "significativas" serían evidentes cuando están eligiendo entre hipervínculos en competencia que se muestran en los resultados de búsqueda, referencias, anuncios, etc., en los que un TLD podría transmitir algo sobre el contexto, el contenido y la calidad del recurso vinculado.

Nota 5. La "competencia" está estrechamente relacionada con la idea de la "elección del consumidor". El Grupo de trabajo adoptó una distinción en que la elección del consumidor es evidente en la calidad y diversidad de opciones disponibles para los registratarios de TLD y usuarios. La competencia es evidente cuando múltiples proveedores están compitiendo en términos de calidad, precio y diversidad de TLDs que ofrecen. La competencia puede tomar muchas formas, una de ellas es el precio, y la comunidad no debe comenzar con la expectativa de que el principio de competencia en el espacio de nuevos gTLD estará únicamente basado en el precio. Además de los cambios en el precio, la competencia bien podría basarse en la seguridad, la protección ante el abuso y otras diferencias que los registros decidan ofrecer.

Nota 6. La definición de "competencia" abarca a todos los TLDs, no sólo a los gTLDs. El Grupo de trabajo reconoce que los ccTLDs son potenciales competidores para los gTLDs.

Nota 7. La competencia conlleva a una producción más eficiente y proporciona beneficios para el consumidor, tal como mejoras en los precios, la calidad de funcionamiento, el servicio y la elección del consumidor. Sin embargo, la proliferación de nuevos gTLD también puede imponer costos a los consumidores y otros participantes del mercado en forma de delitos informáticos, fraude, confusión del consumidor y registros defensivos, y aún no está claro si los controles de la competencia o de otra índole, eliminarán o reducirán estos costos en forma sustancial.

Nota 8. Todas las definiciones se presentan en forma individual. Sin embargo, estas definiciones deben ser consideradas de manera integral con el fin de determinar "hasta qué punto la introducción o expansión de los gTLDs ha promovido la competencia, la confianza y la elección del consumidor" (Párrafo 9.3 de la Afirmación de Compromisos).

Asesoramiento sobre mediciones y objetivos trienales para los términos definidos

La resolución de la Junta Directiva solicita asesoramiento sobre indicadores de medición para cada uno de los tres términos definidos. A continuación, se indican las mediciones recomendadas por el grupo, incluyendo columnas que indican una evaluación de dificultad en la obtención e información de cada medición, junto con la fuente de los datos. El alcance de los indicadores de medición es únicamente para las registraciones de nivel superior y segundo nivel. Las registraciones de dominios en el tercer nivel y en adelante están consideradas fuera del alcance, a excepción del uso de nombres geográficos conforme lo descrito en la Guía para el

Solicitante.

La resolución de la Junta Directiva de la ICANN también solicitó asesoramiento sobre objetivos trienales para estos indicadores de medición. Para determinadas mediciones, un objetivo apropiado sería una mejora del desempeño en el espacio de gTLD previo a la expansión. Para otras mediciones, como reclamos mediante el URS (Sistema Uniforme de Suspensión Rápida), no existen datos equivalentes en el entorno de gTLD anterior a la expansión.

El Grupo de trabajo sugiere que la Junta Directiva le solicite al personal de la ICANN que desarrolle valores básicos de referencia para todas las mediciones aplicables al espacio de gTLD anterior a la expansión, de manera que los futuros objetivos puedan redactarse en términos de mejoras relativas al desempeño actual. A continuación se presenta como **ejemplo**, un objetivo trienal para reclamos de la UDRP (Política Uniforme de Resolución de Disputas de Nombres de Dominio) relativos a nuevos gTLD:

Tipo de objetivo	Ejemplo teórico de un objetivo para reclamos de UDRP
Total anual para todos los nuevos gTLDs	La tasa de reclamos de UDRP relativos a los nuevos gTLDs debería ser menor a 1000 por año.
Tasa de incidencia para nuevos gTLDs (cada 1000 registraciones)	La tasa de reclamos de UDRP relativas a los nuevos gTLDs debería ser menor a 1 por cada 1000 registraciones.
Relativo a períodos anteriores	La cantidad de reclamos de URS relativos a nuevos gTLD presentado en el 2015 debería ser inferior al 10% de los mismos reclamos presentado en el 2014.
Relativo a gTLDs legados	En el 2015, la tasa de reclamos de UDRP (cada 1000 registraciones) relativos a nuevos gTLD debería ser 50% menor a la tasa para gTLDs legados.

De conformidad con lo solicitado en la resolución de la Junta Directiva de la ICANN, el Grupo de trabajo también recomendó objetivos trienales para mediciones que presentaban suficiente información como para sugerir objetivos apropiados. Notas acerca de los términos utilizados en las tablas de medición:

- “gTLDs legados” se refiere a los gTLDs que se encontraban en funcionamiento antes de la expansión actual (es decir, antes de enero de 2012).
- “Operador de registro” se refiere a la entidad que celebró un contrato con la ICANN para operar un gTLD.
- “Proveedor de servicio de registro” se refiere a un tercero que suministra operaciones técnicas de *back-end* a un operador de registro. Este término no incluye al Operador de registro intermediario de emergencia (EBERO).
- La “incidencia relativa” de una medición en particular dividiría a los datos sin procesar por el número total de registraciones en cada zona de gTLD evaluada. El objetivo es que los gTLDs nuevos o pequeños sean comparables con los gTLDs más antiguos o de mayor envergadura.
- “Obtener” se refiere a la disponibilidad y al grado del esfuerzo necesario para recabar los datos necesarios para cada medición que figura en la tabla.

- “Informar” se refiere a todos los desafíos que implican la compilación y la divulgación pública de cada medición que figura en la tabla.

Mediciones de confianza del consumidor

A modo de referencia, a continuación se reiteran las definiciones de “consumidor” y “confianza del consumidor”:

Se define como "**consumidor**" a todo usuario y registratario de Internet real o potencial.

Se define como "**confianza del consumidor**" a la confianza que los consumidores tienen en el sistema de nombres de dominio. Esto incluye: (i) confianza en la consistencia de la resolución del nombre de dominio, (ii) confianza en que el operador de registro del TLD está cumpliendo con el propósito establecido por el registro y con las políticas de la ICANN y leyes nacionales aplicables; y (iii) confianza en la función de cumplimiento de la ICANN.

Medición de confianza del consumidor	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
Mediciones relativas a la confianza en las registraciones y las resoluciones:			
[1.1] % de disponibilidad del servicio del DNS (SLA* actual: 100%)	ICANN	No indicado	100%
[1.2] % de disponibilidad del servicio para Servicios de Directorio de Datos de Registro (RDDS) (SLA: 98%)	ICANN	No indicado	98%
[1.3] % de disponibilidad del servicio para los Servicios de Registración Compartida (SRS, utilizando EPP). (SLA: 98%).	ICANN	No indicado	98%
[1.4] Encuesta de percepción de confianza del consumidor en el DNS, relativa a experiencias previas a la expansión de los gTLD. La encuesta podría mediar al menos las experiencias con suplantación de identidad (<i>phishing</i>), sitios de estacionamiento, software malicioso y correo no deseado (<i>spam</i>); la confusión acerca de nuevos gTLD, la experiencia de usuario en alcanzar TLDs significativos de segundo nivel; la experiencia de registratarios de estar en un gTLD diferente; la experiencia de registratarios y usuarios de Internet respecto a la ciberocupación. Encuesta a realizarse cada dos años (bienal).	Proveedor de servicio de encuestas	Dificultad moderada para obtener consenso sobre las preguntas de la encuesta. Costo aproximado de la encuesta: USD100K (cien mil dólares estadounidenses).	Debería indicar una mejora en todas las mediciones de la encuesta.

Medición de confianza del consumidor	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
[1.5] % de tiempo en actividad para servicios de Registrador, como WHOIS, información de contacto y reclamos, suponiendo que en el nuevo RAA existen SLAs establecidos para estas mediciones.	Registrador	A menos que lo requiera el RAA*, resulta dudoso que los registradores compilen y divulguen datos sobre tiempo en actividad.	SLA del RAA

Medición de confianza del consumidor	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
<i>Mediciones relativas a la confianza en que los operadores de TLD cumplen con sus promesas, con las políticas de la ICANN y las leyes nacionales aplicables (véase nota 3 de página 7):</i>			
[1.6] Incidencia relativa de las notificaciones de incumplimiento dirigidas a los operadores de registro respecto a cuestiones de cumplimiento contractual o de políticas. Se deberán contabilizar todas las notificaciones relacionadas con incumplimientos.	ICANN	No indicado	Significativamente menor a la incidencia relativa de los gTLDs legados
[1.7] Incidencia relativa de las notificaciones de incumplimiento dirigidas a los registradores respecto a cuestiones de cumplimiento contractual o de políticas. Se deberán contabilizar todas las notificaciones relacionadas con incumplimientos.	ICANN	No indicado	Significativamente menor a la incidencia relativa de los gTLDs legados
[1.8] Cantidad de reclamos generales a registros y registradores presentados mediante el sistema Internic de la ICANN.	ICANN	Podría dificultarse el establecer un base de referencia sobre los datos de Internic existentes versus el nuevo sistema	Menor a la incidencia relativa de los gTLDs legados
[1.9] Incidencia relativa de la combinación de Reclamos a través de la UDRP* y el URS*. El URS es requerido únicamente en los nuevos gTLDs, de modo que la combinación de los reclamos de la UDRP y el URS deberían compararse a los reclamos de UDRP en los gTLDs legados.	Proveedores de RPM*	Dificultad moderada para obtener datos	Menor a la incidencia relativa de UDRPs en los gTLDs legados
[1.10] Incidencia relativa de las decisiones de UDRP y URS <i>en contra de los registratarios</i> .	Proveedores de RPM	Dificultad moderada para obtener datos	Menor a la incidencia relativa de UDRPs en los gTLDs legados

Medición de confianza del consumidor	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
<p>[1.11] Cantidad de reclamos de propiedad intelectual y costos de vigilancia de propiedad intelectual de nombres de dominio en los nuevos gTLDs, medida inmediatamente antes de la delegación de los nuevos gTLD y posteriormente a 1 y 3 años después de la delegación.</p> <p>La incidencia de casos de IP de nombres de dominio no incluirá presentaciones de UDRP/URS, las cuales están sujetas a una medición separada de la Confianza del Consumidor.</p> <p>(1) La incidencia relativa de los reclamos de IP realizados en buena fe deben ser medidos en 3 áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Reclamos de IP contra registratarios en relación a dominios de segundo nivel en gTLDs nuevos; Reclamos de IP contra registradores en relación a dominios de Segundo nivel en gTLDs nuevos; Reclamos de IP contra nuevos registros de gTLD en relación a dominios de segundo nivel y TLDs. <p>(2) Cantidad de dominios de segundo nivel adquiridos debido a infracciones u otras violaciones a los derechos de IP de las partes adquirientes.</p> <p>(3) Costo de vigilancia de nombres de dominio y esfuerzos de cumplimiento por parte de los titulares de IP.</p>	Entidades enfocadas en IP	<p>Informe o encuesta independiente realizada por una entidad enfocada en IP (por ejemplo, INTA, AIPLA, etc.)</p> <p>Difícil determinar fuente confiable e imparcial.</p> <p>Si se realiza encuesta o muestra, los datos deben ser estadísticamente significativos. Las restricciones legales y de confidencialidad podrían requerir el uso de terceros para la recolección de datos y presentación de informe anónimo /conjunto.</p> <p>Propuesta: Sondear organizaciones de IP en relación al interés en participar y voluntad de colaborar en una encuesta/ estudio de financiación.</p>	Disminuyendo con el paso del tiempo
<p>[1.12] Decisiones contrarias a operadores de registro planteadas a partir del Procedimiento de Resolución de Disputas por Restricción del Registro (RRDRP).</p>	Proveedores de RRDRP	No indicado	Sin decisiones adversas
<p>[1.13] Cantidad de preocupaciones de cumplimiento relativas a las leyes de aplicación nacional, inclusive infracciones informadas sobre seguridad de datos.</p>	LEA/GAC	Difícil debido a que los organismos de orden público y gobiernos podrían no informar sobre estos datos	Menor incidencia entre el segundo y el tercer año
<p>[1.14] Cantidad e incidencia relativa de bajas de dominios, inclusive las bajas requeridas por indicación de agentes de orden público.</p>	Registro, LEA	Moderadamente difícil de obtener e informar	Significativamente menor a la incidencia de los gTLDs

			legados
[1.15] Cantidad e incidencia relativa de correo no deseado emitido por dominios en los nuevos gTLDs, los cuales podrían medirse mediante direcciones de correo electrónico y metodologías especializadas.	SpamHaus	No indicado	Significativamente menor a la incidencia de los gTLDs legados
[1.16] Cantidad e incidencia relativa de transacciones fraudulentas causadas por sitios de suplantación de identidad en los nuevos gTLDs.	APWG* / LEA*	No indicado	Significativamente menor a la incidencia de los gTLDs legados
Medición de confianza del consumidor	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
[1.17] Cantidad e incidencia relativa de sitios de suplantación de identidad detectados que utilizan nuevos gTLDs.	APWG / LEA	No indicado	Significativamente menor a la incidencia de los gTLDs legados
[1.18] Cantidad e incidencia relativa de robots y software malicioso distribuido mediante el uso de nuevos gTLDs.	APWG / LEA	No está clara la fuente de datos. Podría requerir la contribución de LEA además del APWG	Significativamente menor a la incidencia de los gTLDs legados
[1.19] Cantidad e incidencia relativa de sitios que participan o distribuyen información de identidad o de cuentas utilizada para transacciones fraudulentas de identidad.	LEA/Gob.	Requerirá la contribución de gobiernos y LEA	Significativamente menor a la incidencia de los gTLDs legados
[1.20] Cantidad e incidencia relativa de reclamos relativos a registros de WHOIS inexactos, inválidos o sospechosos en los nuevos gTLD.	ICANN	No indicado	Significativamente menor a la incidencia de los gTLDs legados
[1.21] Incidencia relativa de errores en zonas de nuevos gTLDs (tal como uso de comas en lugar de puntos, direcciones de IP incorrectas, dominios mal conformados, etc.)	ICANN	Moderadamente difícil de obtener e informar	Significativamente menor a la incidencia de los gTLDs legados
[1.22] Comparación cualitativa de la misión y el propósito establecidos en la Pregunta 18 de la Solicitud de nuevos gTLD con el actual uso real del gTLD.	ICANN	No indicado	Sin objetivo; sólo comparación

* SLA: Acuerdo de Nivel de Servicio

* RAA: Acuerdo de Acreditación de Registradores

- *UDRP: Política Uniforme de Resolución de Disputas de Nombres de Dominio
- *URS: Sistema Uniforme de Suspensión Rápida
- * RPM: Mecanismo de Protección de Derechos
- * APWG: Grupo de Trabajo sobre Suplantación de la Identidad
- * LEA: Agencia de Orden Público

Nota: Algunos comentarios públicos reconocieron que la ICANN es la contraparte de los contratos de registros y registradores. La confianza del consumidor estará basada no sólo en las empresas del sector y de sus actividades en el mercado, sino también en el comportamiento y el funcionamiento de la ICANN. Las empresas del sector y los consumidores tienen que ser capaces de confiar en la gobernanza estable, segura y predecible de las funciones esenciales de Internet que la ICANN es responsable de supervisar. De modo que el desempeño de la ICANN en la gestión del cumplimiento contractual tendrá un impacto sobre la confianza del consumidor. Algunos indicadores de cumplimiento de la ICANN pueden ser dignos de inclusión en el marco general de indicadores de medición.

Mediciones de elección del consumidor

A modo de referencia, a continuación se reiteran las definiciones de “consumidor” y “elección del consumidor”:

Se define como “**consumidor**” a todo usuario y registratario de Internet real o potencial.

Se define como “**elección del consumidor**” al rango de opciones a disponibles para los consumidores con respecto a códigos de escritura e idiomas para un dominio, y para los TLDs que ofrecen opciones significativas con respecto al propósito y la integridad propuestos a sus registratarios de nombres de dominio.

Medición de elección del consumidor	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
<i>Transparencia y claridad de los beneficios y las restricciones del registro de gTLD, de manera que los registratarios y usuarios puedan hacer distinciones significativas al elegir TLDs</i>			
[2.1] El sitio web del registro debería revelar claramente los beneficios y las restricciones.	Auditoría de sitios web de registros	Dificultad moderada para auditar la manera en que los registradores revelan los términos y las condiciones de cada gTLD que ofrecen.	Todos los registros deben revelar esto (por ejemplo, revelación ⁶ de ICAM para .xxx)

⁶ Revelación de ICM: <http://www.icmregistry.com/about/sponsored-community/>

Medición de elección del consumidor	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
[2.2] Los sitios web de los registradores deberían revelar los beneficios y las restricciones en los términos y las condiciones de cada TLD que ofrecen.	Auditoría de sitios web de registradores	Dificultad moderada para auditar la manera en que los registradores revelan los términos y las condiciones de cada gTLD que ofrecen.	Todos los registradores deberían revelar esto para todos los TLDs que ofrecen
[2.3] Los beneficios y las restricciones de los registros de gTLD deberían ser claros y entendibles para los registratarios y usuarios.	Sitios web de registros y registradores; encuestas	Una encuesta de registratarios y usuarios podría evaluar la claridad.	Toda la información revelada debería estar en "lenguaje sencillo"
[2.4] Encuesta bianual de percepción de elección del consumidor en el DNS, relativa a experiencias previas a la expansión de los gTLD. (Encuesta conjunta con la encuesta de Confianza del consumidor mencionada en la sección anterior). La encuesta debe evaluar la consciencia pública respecto a los nuevos gTLDs. Y también debe medir los costos de las registraciones defensivas o duplicadas. La encuesta también debe evaluar las motivaciones, intención y satisfacción respecto a los gTLDs nuevos.	Proveedor de servicio de encuestas	Dificultad moderada para obtener consenso sobre las preguntas de la encuesta. Costo aproximado de la encuesta: USD100K (cien mil dólares estadounidenses).	Debería indicar una mejora en todas las mediciones de la encuesta

Medición de elección del consumidor	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
<i>Rango de opciones disponibles para registratarios y usuarios en cuanto a códigos de escritura y leyes nacionales</i>			
[2.5] Cantidad de TLDs que usan códigos de escritura de IDN* para idiomas que no sean inglés.	Sitios web de registros	No indicado	Aumento en la cantidad de TLDs en códigos de escritura de IDN para idiomas que no sean inglés, con relación a 2011
[2.6] Cantidad sitios web de registradores que usan códigos de escritura de IDN para idiomas que no sean inglés.	Sitios web de registradores	No indicado	Aumento en la cantidad de registradores que usan códigos de

			escritura de IDN para idiomas que no sean inglés, con relación a 2011
[2.7] El porcentaje de IDNs en comparación con el número total de gTLDs en cada código de escritura o idioma debe ser comparado con el porcentaje de personas que utilizan cada código de escritura o idioma en particular.	Sitios web de registros y determinación estadística de la cantidad de parlantes o usuarios del código de escritura	Se debe identificar una fuente confiable de la cantidad de parlantes o usuarios de cada código de escritura	Con el paso del tiempo, el porcentaje de IDNs debería tender a acercarse cada vez más al porcentaje de la población que utiliza ese código de escritura
[2.8] Cantidad de regímenes jurídicos nacionales en donde tienen su base los operadores de registros de nuevos gTLD.	Sitios web de registros	No es difícil, si cada país se cuenta como un régimen jurídico separado	Cantidad de elecciones en los nuevos gTLDs> cantidad de gTLDs legados

* IDN: Nombres de Dominio Internacionalizados

<i>Medidas destinadas a evaluar si los registratarios anteriores eligen nuevos gTLD con fines primariamente defensivos. Cada medición constituye un indicador potencial de registraciones defensivas, y no es un indicador preciso. Estas medidas deben ser consideradas conjuntamente, no por separado. Probablemente los objetivos den lugar al sobreconteo de registraciones defensivas.</i>			
Medición de elección del consumidor	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
[2.9] Una registración defensiva no se considera una mejora en las opciones disponibles para los registratarios. A los efectos de esta medición, las "registraciones defensivas" son las registraciones previas al lanzamiento y los bloqueos de dominio. La medición comparte las registraciones previas al lanzamiento y bloqueos de dominios para el total de registraciones en cada nuevo gTLD.	Informe de estado de la zona al final del período pre-lanzamiento	Es obtenible, ya que los registros deben publicar su zona antes de que iniciarse la registración abierta.	Registraciones post lanzamiento > 85 % de las registraciones totales Las registraciones posteriores al lanzamiento deberían aumentar con el paso del

			tiempo
[2.10] Participación relativa de registraciones en nuevos registros gTLD que ya tengan el mismo dominio en TLDs legados antes de la expansión. Para esta medida, se deben contar todas las registraciones que redireccionan a dominios en TLDs legados.	Datos de zona	Requiere de un informe de estado de todas las zonas de gTLD legadas antes de la delegación de los nuevos gTLDs	Registraciones "redireccionadas" <15% de todas las registraciones nuevas; Este % debería disminuir con el paso del tiempo
[2.11] Análisis automatizado o encuesta en línea para determinar el número de registraciones "duplicadas" en los nuevos gTLDs. A los efectos de esta medición, las registraciones "duplicadas" son aquellas en las cuales el registratario informa tener (y mantener) el mismo nombre de dominio en un gTLD legado.	Encuesta en línea	Se puede obtener, ya sea mediante la ICANN o a través de servicios de encuesta y asesoramiento externos	Registraciones "duplicadas" <15% de todas las registraciones nuevas; Este % debería disminuir con el paso del tiempo

Medición de elección del consumidor	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
Otras medidas de la elección del consumidor en los nuevos gTLDs			
[2.12] Medición de la mayor diversidad geográfica de los registratarios en todos los nuevos gTLDs, como indicador de las nuevas opciones que ofrece la expansión de los gTLDs (no contabilizar las registraciones de privacidad/proxy o registraciones que no pueden resolverse)	Datos de zona y de WHOIS	El grupo de trabajo ha estado buscando pero aún no ha encontrado un índice o una medición estadística de la diversidad geográfica	La diversidad debería ser mayor que en los gTLDs legados; La diversidad debería ser mayor que en el año anterior
[2.13] Encuesta o estudio para medir la frecuencia con la cual los usuarios acceden a los recursos de Internet a través de herramientas que no revelan el TLD. (Por ejemplo, los códigos QR, resultados de búsqueda, aplicaciones, etc., que no se muestran las direcciones URL).	Encuesta en línea o estudio empírico	Una encuesta a los usuarios podría resultar demasiado subjetiva como para proporcionar datos. Refiérase a la encuesta sobre Elección del consumidor mencionada con anterioridad (página 15)	Sin objetivo
[2.14] Encuesta bienal de la elección del consumidor percibida en relación a las	Encuesta en línea o	Una encuesta a los usuarios podría resultar demasiado	Debería indicar una mejora en

<p>experiencias previas a la expansión de gTLD (a realizarse conjuntamente con la encuesta de Confianza del consumidor sugerida en la página 10).</p> <p>La encuesta debe evaluar la conciencia pública de los nuevos gTLD. También debe medir los costos de las registraciones defensivas o duplicadas. La encuesta debería evaluar las motivaciones, intenciones y la satisfacción con los nuevos gTLD.</p>	estudio empírico	<p>subjetiva como para proporcionar datos.</p> <p>Refiérase a la encuesta sobre Elección del consumidor mencionada con anterioridad (página 15)</p>	<p>todas las mediciones de la encuesta</p>
<p>[2.15] El tráfico web es un indicador de la confianza, la elección y la competencia. El tráfico de usuarios en los nuevos gTLD debe ser comparado con el tráfico de usuarios contemporáneo en los gTLD existentes. Si no se dispone de datos de tráfico completos, se deberá utilizar un muestreo.</p>	<p>Depurados de DNS (por ejemplo Alexa)</p>	<p>Se necesita investigar y confirmar las fuentes de datos</p>	<p>Comparación para mostrar crecimiento en el tráfico de nuevos gTLD en relación al crecimiento en el tráfico de los gTLDs legados</p>

Mediciones de competencia

A modo de referencia, a continuación se reitera la definición de “competencia”.

Se define como “**competencia**” a la cantidad, diversidad y potencial rivalidad de mercado de TLDs, operadores de registro de TLDs y registradores.

Medición de competencia	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
[3.1] Cantidad total de TLDs antes ¹ y después de la expansión, suponiendo que los gTLDs y los ccTLDs generalmente compiten por los mismos registratarios.	ICANN	No indicado	Duplicar con respecto al 2011 (311 ¹)
[3.2] Cantidad de gTLDs ² antes y después de la expansión.	ICANN	No indicado	Incremento de 10x respecto al 2011 (18 ²)
[3.3] Cantidad de <i>Operadores de Registro únicos</i> ³ antes y después de la expansión.	ICANN	No indicado	Incremento de 2x respecto al 2011 (14 ³)
[3.4] Cantidad de <i>Proveedores de Servicio de Registro</i> de gTLD únicos ⁴ antes y después de la expansión	ICANN y operadores de registro	No indicado	Incremento de 2x respecto al 2011 (6 ⁴)

Medición de competencia	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
[3.5] Cantidad de Registradores ⁵ antes y después de la expansión, junto con la indicación del país donde se encuentra el registrador	ICANN	No indicado	No hay objetivo; Comparar con respecto al 2011 ⁵)
[3.6] Participación relativa de registraciones en nuevos gTLD en manos de “nuevos ingresantes”. A los efectos de esta medición, “nuevos ingresantes” son los gTLDs administrados por Operadores de registro que no operan un gTLD legado. Un “nuevo ingresante” es aquel cuya propiedad no se encuentra entre los propietarios de registros gTLD legados.	ICANN; archivos de zona para nuevos gTLDs	Moderada dificultad de obtención.	Sin objetivo, pero los nuevos ingresantes deberían operar un porcentaje significativo de nuevos gTLDs
[3.7] Para evaluar el impacto competitivo de los nuevos gTLD, se debe medir la cantidad de registraciones de segundo nivel por gTLD y ccTLD en un intervalo semanal o de otro tipo. Los atributos de TLD se deben señalar con los datos (es decir, registración abierta/ cerrada, país de operaciones, registratario único, etc.)	Archivos de zona &/o terceros	No indicado	Sin objetivo
[3.8] Cantidad de registraciones "únicas" de segundo nivel en el espacio de nuevos gTLD, donde esa misma cadena de caracteres no aparece como una registración en ningún otro TLD, sobre la base de un intervalo base o de otro tipo (datos analizados conjuntamente con el tráfico del sitio web identificado en Elección).	Archivos de zona &/o terceros	No indicado	Sin objetivo

Medición de competencia	Fuente	Dificultades previstas en obtener y/o informar la medición	Objetivo trienal
<i>Medidas relacionadas con los precios para las registraciones de dominio (véase aviso legal en el Apéndice B)</i>			
[3.9] Precio <i>mayorista</i> de los dominios de nuevos gTLD ofrecidos al público general (no evaluar los gTLDs con restricciones de registratarios).	Datos de registros y registradores obtenidos por un tercero	Difícil de obtener. (Véase aviso legal en el Apéndice B)	Sin objetivo; comparar con los gTLDs legados sin restricciones en 2011

	proveedor		
[3.10] Precio <i>minorista</i> de los dominios de nuevos gTLD ofrecidos al público general (no evaluar los gTLDs con restricciones de registratarios).	Datos de registros y registros obtenidos por un tercero proveedor	Difícil de automatizar la recolección. (Véase aviso legal en el Apéndice B)	Sin objetivo; comparar con los gTLDs legados sin restricciones en 2011
[3.11] Evaluación cualitativa de la competencia distinta a los precios mediante innovaciones que beneficien a los registratarios y usuarios, especialmente para los nuevos mercados servidos.	Estudio	Típicamente los estudios para la ICANN cuestan entre \$100 y \$200K (cien y doscientos mil dólares estadounidenses).	Sin objetivo

Apéndice A

Miembros del Grupo de trabajo:

Jonathan Zuck – IPC / Presidente del Grupo de trabajo (Reemplazo)
Rosemary Sinclair - NCSG / Presidente del Grupo de trabajo (*anterior*)
John Berard - CBUC / Coordinador de la GNSO para el Grupo de trabajo
Olivier Crepin-Leblond – ALAC
Steve DelBianco – CBUC
Carlos Dionisio Aguirre - NCA
Alex Gakuru – NCSG
Michael Graham - IPC
Cheryl Langdon-Orr - ALAC
Evan Leibovitch – ALAC
Tobias Mahler – Individual
Jonathan Robinson - RySG
Tim Ruiz - RrSG
Wendy Seltzer - NCSG

Personal de la ICANN:

Berry Cobb
Gisella Gruber
Julie Hedlund
Margie Milam
Brian Peck
Nathalie Peregrine
Paul Redmond
Michael Salazar
Maguy Serad

[Enlace al registro de asistencia del Grupo de trabajo](#)⁷

⁷ Registro de asistencia del Grupo de trabajo:
<http://community.icann.org/display/CMG/WG+Attendance+Log>

Apéndice B

Nota del Departamento de Asuntos Legales de la ICANN sobre la recolección de datos sin carácter público sobre precios de nombres de dominio.

Al concebir las mediciones de competencia, el Grupo de trabajo procuró el asesoramiento del Departamento de Asuntos Legales de la ICANN sobre la recolección y la publicación de datos sobre precios mayoristas y minoristas de nombres de dominio. A continuación se presenta la respuesta del Departamento de Asuntos Legales de la ICANN:

Agradecemos la labor constructiva en curso para satisfacer el pedido de la Junta Directiva en materia de asistencia sobre este criterio de medición del consumidor. El equipo ha considerado claramente una multiplicidad de aspectos de la elección del consumidor y la gama de indicadores de medición propuestos demuestra haber sido bien pensada. Si bien no es nuestra intención restringir el trabajo propuesto, el Departamento de Asuntos Legales ha expresado su preocupación sobre la recolección de información relativa a precios como parte de los indicadores de medición de asuntos del consumidor. La recolección y la comparación de información relativa a precios y sin carácter público plantean preocupaciones en materia antimonopólica en este contexto, en particular cuando los actores de mercado pueden tener acceso a la información obtenida. Con ello no se intenta evitar que el Grupo de trabajo evalúe la manera que en que pudo haberse generado la competencia mediante la introducción de los nuevos gTLDs, sino más bien evitar que un debate de la comunidad llegue a áreas que puedan generar cuestiones sobre conducta anticompetitiva, o bien derivar en resultados que pudiesen imponer restricciones anticompetitivas.

Actualmente, la ICANN no está en posición de recolectar información sobre precios y sin carácter público a partir de sus registros y registradores. El solicitar la presentación de información sobre precios y sin carácter público a sus partes contratadas representaría un cambio en las relaciones entre la ICANN y sus partes contratadas, y presenta un riesgo para la ICANN como poseedora de esta información confidencial. Asimismo, la ICANN no es el único organismo que comprende a los equipos revisores según lo establecido en la Afirmación de Compromisos. Cabe la posibilidad de que quienes tengan intereses presentes o futuros en la industria de los TLD se integren al equipo. El suministrar a los integrantes de un equipo revisor acceso a información sin carácter público sobre los precios de toda una industria (información que, ante todo, no le pertenece a la ICANN) presenta la posibilidad de una conducta anticompetitiva, incluso si hubiese restricciones vigentes para el uso de dicha información, crea un riesgo significativo para la ICANN en su conjunto. Una de las preocupaciones relativas a la consideración de información sobre precios —independientemente de la naturaleza pública o no de dicha información—, es la posibilidad de que el resultado de una futura revisión se traduzca en una recomendación en materia de precios. En tal sentido, no se recomienda realizar recomendación alguna en materia de precios, ya que podría derivar en cuestiones legales y de responsabilidad. La ICANN no desea alentar la creación de recomendaciones cuya implementación es jurídicamente inviable. Un resultado así no es lo deseable para su equipo, para el equipo revisor ni para la ICANN. Esperamos trabajar con ustedes para continuar orientándolos a medida que avancen con su labor.

Nota: Si bien se valora el presente asesoramiento legal, el Grupo de trabajo señala que ninguna de las mediciones sugeridas en esta versión preliminar del asesoramiento implicarían que la ICANN emitiese ninguna recomendación sobre la manera en que los registros y los registradores deben fijar los precios de los nombres de dominio. El presente asesoramiento tampoco presume que la propia ICANN fuese responsable por recopilar o publicar cualquier información que sea

confidencial, debido a su rol de parte en el contrato. Se podría contratar a terceros para recolectar datos en virtud de disposiciones de confidencialidad, e informar los resultados en conjunto y/o utilizar etiquetas anónimas.

Apéndice C

La siguiente es una posición de disidencia de Wendy Seltzer y Alex Gakuru del Grupo de Partes Interesadas No Comerciales (NCSG):

El NCSG cree que muchos de los indicadores de medición de "confianza del consumidor" están basados en una premisa falsa, que los gTLDs deben ser predecibles en lugar de abiertos a nuevos usos innovadores e inesperados.

Estos indicadores de medición confunden a una plataforma, un gTLD, por un producto final. Un valor clave de una plataforma es su carácter generativo: su capacidad de ser utilizado y aprovechado por terceros con fines nuevos e inesperados. Precisamente porque no se anticipa mucha innovación, no se puede predecir para un gráfico de medidas. Por otra parte, los incentivos de los intermediarios para controlar sus plataformas se traducen en restricciones de la expresión libre de los usuarios finales e innovación.

Del mismo modo que no quisiera hablar de "confianza" en un bloc de papel de impresión, en el que cualquiera podía hacer carteles, y no pedimos un sistema de carreteras para interrogar lo que sus conductores piensan hacer cuando lleguen a sus destinos, no debemos juzgar a los registros de DNS sobre las actividades de sus usuarios.

Las revisiones previstas de la ICANN y los objetivos para el éxito de gTLD no deben interferir en las decisiones del mercado acerca de la utilidad de las distintas ofertas.

En particular, la NCSG no está de acuerdo con la atribución a nivel de los gTLD del segundo grupo de mediciones de "confianza", las "*Mediciones relativas a la confianza en que los operadores de TLD cumplen con sus promesas, con las políticas de la ICANN y las leyes nacionales aplicables*", a saber: 1.9, 1.10, 1.11, 1.13, 1.14, 1.15, 1.16, 1.17, 1.18, 1.19, 1.20. Siendo aún más inapropiado utilizar reclamos sin verificar como base para los indicadores de medición (1.9, 1.11, 1.20).

Por otra parte, el NCSG no está de acuerdo con el establecimiento de objetivos para la "redirección", "duplicados" (2.10, 2.11) y "tráfico" (2.15) medidas. Todos ellos suponen que el uso de los nuevos gTLDs es para proporcionar el mismo tipo de servicio a diferentes partes, mientras que algunos pueden ser utilizados para proporcionar diferentes servicios a las partes, incluidos los registratarios existentes.

La siguiente es una respuesta de correo electrónico a la posición disidente, enviado por Evan Leibovitch del ALAC:

*El 12 de agosto de 2012 14:44, Wendy Seltzer <wendy@seltzer.com> escribió:
En particular, la NCSG no está de acuerdo con la atribución a nivel de los gTLD del segundo grupo de mediciones de "confianza", las "*Mediciones relativas a la confianza en que los operadores de TLD cumplen con sus promesas, con las políticas de la ICANN y las leyes nacionales aplicables*", a saber: 1.9, 1.10, 1.11, 1.13, 1.14, 1.15, 1.16, 1.17, 1.18, 1.19, 1.20. Siendo aún más inapropiado utilizar reclamos sin verificar como base para los indicadores de medición (1.9, 1.11, 1.20).*

¿Para qué vale la pena?

Como muchos en este grupo saben, he sido uno de sus participantes más cínicos y desde el principio he estado muy preocupado acerca de la aparente falta de preocupación para los usuarios finales no registratarios. En el tiempo desde entonces, he llegado a apreciar el trabajo que el grupo (y en especial Olivier y Cheryl) han realizado para abordar mis preocupaciones, en particular los cambios en el preámbulo y especialmente para los agregados de indicadores de medición orientados al usuario, tal como 2.13.

Del mismo modo deseo de afirmar que, a partir de un punto de vista de interés público (y más hasta el punto de "confianza pública en el DNS"), las medidas tales como las indicadas en 1.10 1.13, 1.16, 1.17, 1.18, 1.19 son vitales para ayudar para construir la confianza pública en que el crecimiento del sistema de nombres no está acompañado por un crecimiento en las oportunidades de ataques y estafas en Internet a los usuarios finales.

(Dicho esto, estoy de acuerdo completamente con Wendy en que a las métricas sobre los reclamos no verificados o infundados se les debe asignar un valor significativamente menor que a aquellos reclamos probados o, preferiblemente, deben suprimirse por completo. Inocente hasta comprobar lo contrario, etc. Un crecimiento en los reclamos, podría simplemente indicar un crecimiento en el acoso de los sitios legítimos: los indicadores de medición de "reclamos" resultarían útiles bajo este enfoque, como una medición del hostigamiento de registratarios).

Por otra parte, el NCSG no está de acuerdo con el establecimiento de objetivos para la "redirección", "duplicados" (2.10, 2.11) y "tráfico" (2.15) medidas. Todos ellos suponen que el uso de los nuevos gTLDs es para proporcionar el mismo tipo de servicio a diferentes partes, mientras que algunos pueden ser utilizados para proporcionar diferentes servicios a las partes, incluidos los registratarios existentes.

Humildemente estaría en desacuerdo con Wendy en 2.10 y 2.11. Mientras que pueden no adaptarse a cada tipo de análisis, sin duda abordan un reclamo generalizado (del cual soy consciente a nivel de base) de que la expansión de gTLD es un intento de "robo" para coaccionar a los actuales titulares de dominios a comprar nuevos dominios que no necesitan (pero deben "salvaguardar"). Estos indicadores de medición podrían utilizarse para indicar tendencias en la percepción de la necesidad de compras defensivas de nombres de dominio.

En cuanto al ítem 2.15, creo que estoy de acuerdo con Wendy. No veo al volumen de tráfico por sí mismo como una medida que tenga mucho que ver con la confianza.

- Evan

Apostillas

¹ Base de datos de IANA.org (<http://www.iana.org/domains/root/db>). Antes de la expansión había 311 TLDs, asumiendo que generalmente los gTLDs y ccTLDs compiten por los mismos registratarios. De los 326 TLDs delegados en la raíz, encontramos 311 al mes de enero de 2012:

293 TLDs con Código de País (38 eran IDN —Nombres de Dominio Internacionalizados—)
18 TLDs Genéricos (4 genéricos, 3 genéricos-restringidos, 11 patrocinados); omitiendo a .gov, .mil, .int

² gTLDs antes de la expansión, incluyendo 4 genéricos, 3 genéricos-restringidos, 11 patrocinados (omitiendo a .gov, .mil, .int, .edu, .arpa) - **17**:

AERO	ASIA
BIZ	CAT
COM	COOP
	INFO
JOBS	MOBI
MUSEUM	NAME
NET	ORG
PRO	TEL
TRAVEL	XXX

³ Cantidad de Operadores únicos de registros genéricos antes de la expansión – **14**:

VeriSign Global Registry Services
Telnix Ltd.
NeuStar, Inc.
DotAsia Organisation Ltd.
DotCooperation LLC
Afiliat Limited***
mTLD Top Level Domain Limited dba dotMobi***
Museum Domain Management Association
Employ Media LLC
Public Interest Registry (PIR)
Fundacio puntCAT
Societe Internationale de Telecommunications Aeronautique (SITA INC USA)
Tralliance Registry Management Company, LLC.
ICM Registry LLC

***El conteo total de Operadores de registro debería indicar 14, debido a que dotMobi & RegistryPro son de entera propiedad de Afiliat. Sin embargo, el Grupo de trabajo no tiene tiempo para determinar el conteo de afiliados para los registradores y para mantener consistencia en el presente documento preliminar, dotMobi y RegistryPro contarán como únicos.

⁴ Cantidad de Proveedores de servicio para registros genéricos antes de la expansión – **6**:

VeriSign Global Registry Services
Afiliat Limited
NeuStar, Inc.
CORE Internet Council of Registrars
Public Interest Registry (PIR)
Midcounties Co-operative Domains Ltd

⁵ Lista de registradores acreditados por la ICANN (<http://www.icann.org/en/registrars/accredited-list.html>)

1000 Registradores antes de enero de 2012 ****

**** Este número refleja a todos los registradores acreditados y no representa a entidades afiliadas