

---

LOS ÁNGELES – Servicios, prestación de servicios, atención al cliente y acuerdos de servicio (SLA) de la GDD  
Miércoles, 15 de octubre de 2014 – 15:00 a 16:15 PDT  
ICANN – Los Ángeles, Estados Unidos

CHRISTINE WILLETT:

Buenas tardes a todos, habla Christine. Veo un montón de caras conocidas, mucha gente que es del personal de la ICANN pero también gente que no lo es.

Esta sesión trata sobre los servicios y la prestación de servicios de la división de dominios globales. Vamos a hablar de las operaciones y de los objetivos del nivel de servicio y las métricas respecto de cómo estamos brindando nuestros servicios a las partes contractuales.

¿Tenemos algún representante de las partes contractuales? Bien. Entonces les vamos a hablar a ustedes.

Soy Christine Willett y me complace presentar, si es que ya nos los conocen, a dos miembros claves de mi equipo. A mi lado tengo a Aaron Hickmann, que es el director de operaciones del departamento de GDD y a Michaela Quinzy, que es también directora del servicio de clientes. También tenemos a Negar Farzinnia, que está manejando la participación remota.

Ahora voy a contarles brevemente sobre este equipo operativo, darles una breve actualización sobre el equipo. Aaron y Michaela les van a dar una actualización de todas las operaciones actuales y luego

---

*Nota: El contenido de este documento es producto resultante de la transcripción de un archivo de audio a un archivo de texto. Si bien la transcripción es fiel al audio en su mayor proporción, en algunos casos puede hallarse incompleta o inexacta por falta de fidelidad del audio, como también puede haber sido corregida gramaticalmente para mejorar la calidad y comprensión del texto. Esta transcripción es proporcionada como material adicional al archivo, pero no debe ser considerada como registro autoritativo.*

---

vamos a hablarle hacia el futuro, hacia donde vamos y también hablaremos de las tareas futuras y actuales.

Tendremos una sesión de preguntas y respuestas al final, en caso de que tengan alguna duda. Vamos a presentar métricas, pero si tienen también preguntas en el medio lo pueden efectuar.

Este equipo operativo tiene un enfoque muy similar al que se utilizaba hace unos dos años, cuando yo comencé a participar en la ICANN dentro del programa de los nuevos gTLD. Hemos establecido áreas clave. Les voy a mostrar esta diapositiva donde van a ver el enfoque. Nos focalizamos en personas, procesos y herramientas. Digo herramientas porque a veces son sistemas y a veces no lo son.

Comenzar con las personas es lo más importante porque hay que crear el equipo correcto, los recursos correctos y creo que Aaron y Michaela son profesionales con mucha experiencia que, en total, tienen más de 40 años de experiencia, entre los dos suman 40 años de experiencia y que aportan a sus áreas respectivas en cuanto a los procesos. Esto es algo que todavía estamos desarrollando y esperamos que nuestros servicios sean consistentes.

En cuanto a las herramientas, seguramente habrán escuchado mucho, hay portales. Todavía no estamos donde queremos estar desde nuestra perspectiva, pero vamos logrando estas cuestiones, es decir, tener operaciones que sean escalables. Desde el punto de vista de los registros, bueno, ellas son nuestras partes contractuales. En este año y el próximo año vamos a escalar en cuanto a la magnitud y

---

a los servicios y a las funciones que tenemos que brindar para darle apoyo a estas partes contractuales, lo cual ha crecido desde hace dos años hasta el momento.

Tenemos, entonces, herramientas, necesitamos procesos y también personal calificado con experiencia.

Ahora le voy a dar la palabra a mis colegas para que prosigan con la parte operativa.

MICHAELA QUINZY:

Hola soy, como dijo Christine, Michaela Quinzy, directora de servicios al consumidor. Antes de comenzar con mi presentación, quiero compartir una experiencia que tuve hace unos 10 años. Yo fui contratada por una empresa para tratar de arreglar su sistema de servicio de comercio. Nadie podía decirme cuál era el problema que tenían ni lo que se tenía que solucionar. Entonces, decidí que iba a comenzar a trabajar con el equipo de servicios al consumidor, iba a hablar con ellos y preguntarles qué era lo que les parecía que funcionaba mal, cuáles eran las necesidades a solucionar. Uno de las personas me dijo, bueno, para mí el enfoque que hay que darle a los servicios al consumidor es que tiene que ser algo real, simplemente tiene que ser algo real y entonces esto siempre sucedía de esta manera. No tenía mucho para hacer, pero sabía que tenía mucho trabajo por hacer ahí. Si tuviera que poner en práctica una regla en el trabajo diario, bueno, sería muy bueno.

---

Hace unos meses comencé a participar de la ICANN y adopté el mismo enfoque. Hablé con el personal y le pregunté qué es lo que pasaba y entonces comenzamos un proceso de entrevistas con el equipo. Una de las personas en el equipo me habló de la regla de diamante. La regla de oro ya no es buena, sino que ahora hay que poner en práctica la regla de diamante y pregunté qué era la regla de diamante, no sabía, nunca había escuchado eso y ella me dijo “nosotros no necesitamos tratar a nuestros clientes como nosotros los queremos tratar, sino los tenemos que tratar como ellos quieren ser tratados”. Entonces, eso me hizo razonar y, si uno tiene la gente adecuada en el equipo, lo puede hacer así.

Esto es una regla muy recurrente en nuestro equipo y aquí nos encontramos, tenemos un buen fundamento y unas buenas bases para poder trabajar. Así que gracias por permitirme contar esta historia.

Bien, ¿quiénes somos? Nos encontramos en la división de dominios, en la división global de dominios en el área de servicios al consumidor, tenemos un portal donde manejamos y rastreamos las consultas en relación al servicio al cliente. También escalamos dentro de la organización a las personas con más experiencia para resolver las diferentes cuestiones que se nos plantean.

También participamos en otras actividades en relación al cliente, para dar soporte al equipo de GDD, tenemos también al programa y al equipo del programa de los nuevos gTLD y los ayudamos a, también, al equipo de registros, de servicios de registros en sus actividades

---

diarias. Nosotros monitoreamos y gestionamos nuestro trabajo para poder cumplir los objetivos de nivel de servicio, y es una manera, también nos comunicamos frecuentemente con nuestros clientes.

Bien, ¿quiénes son nuestros clientes? En este punto damos soporte al programa, a los solicitantes del programa de nuevos gTLD y a los operadores de registro. Sin embargo, muchas personas consultan al equipo de servicio al consumidor y, si nos llega un correo electrónico o entra una llamada, nosotros le damos soporte a esa inquietud o a ese reclamo que nos llega, o bien se lo derivamos al equipo adecuado dentro de la organización. Al hacer esto, estamos creciendo en cuanto a nuestra experiencia y conocimiento dentro del grupo y, con el tiempo, nos vamos a expandir y vamos a expandir nuestro mandato dentro de la organización.

Utilizamos a salesforce.com como gestión de relaciones con el cliente, como CRM para poder rastrear y manejar casos y poder resolverlos. Es ahí donde nos encontramos en este momento. Al utilizar este sistema, también utilizamos portales para los clientes que nos ayudan y que nos dan funcionalidad para poder completar o abordar las consultas que nos llegan a través de los diferentes canales de comunicación.

En los últimos meses, nos hemos focalizado en la mejora del desempeño y hemos tratado de analizar formas en las que podemos ser más proactivos al brindar respuestas. Y diariamente nos focalizamos sobre la mejora de nuestros procesos.

---

Conforme creamos las bases de lo que tenemos hoy, y con el tiempo hemos mejorado el portal de GDD. Brindamos soporte por caso mediante correo electrónico. Hemos agregado más direcciones de correo al servicio al cliente y hemos también formalizado y brindado un soporte escalonado o estructurado para nuestro departamento. En esta estructura hemos creado procesos para administrar casos y, independientemente de cuál sea el caso, hay un punto único de entrada al proceso y el equipo aquí va a analizar, a abordar el caso y va a brindar una resolución. Si no puede hacerlo, entonces contactará a agentes dentro de la organización que pueda resolver el tema y entonces así emitir una resolución.

Al hacer esto y considerando el trabajo, nos dimos cuenta de que no éramos del todo coherentes en la forma de brindar nuestro servicio para poder tener el conocimiento necesario, comunicar y también resolver cuestiones. Entonces, lo que hicimos fue analizar nuestros datos y nos dimos cuenta dónde estábamos parados, qué era lo que teníamos que fortalecer, dónde estábamos parados y qué necesidades teníamos y cómo teníamos que crear los procesos de escalación necesarios para asegurar que pudiéramos manejar todas las cuestiones y responder a nuestros clientes. Entonces, al analizar nuestros datos y nuestro desempeño, establecimos metas de desempeño básicas y dijimos, bueno, aquí es donde nos encontramos hoy en cuanto a la capacidad de respuesta y de resolución en cuanto al manejo de nuestro trabajo.

Ahora, ¿cuáles son las metas que podemos establecernos para mejorar y cuáles son los procesos que debemos implementar para

---

lograr estos objetivos? De todo esto, surgió un plan de acción para mejora e implementación que analizamos diaria y semanalmente para saber cuál es nuestro trabajo, cómo podemos responder más rápido las resoluciones y abordarlas de mejor manera.

Conforme hicimos eso, también observamos nuestro desempeño. Tenemos una serie de métricas de desempeño que quiero compartir con ustedes también. Hablamos del desempeño histórico y lo comparamos con nuestro desempeño actual. Como dijo Christine, si tienen preguntas mientras avanzamos con la presentación, por favor levanten la mano y siéntanse libres de hacerlas.

Este primer gráfico representa seguramente algo que a ustedes les interesa que es nuestra capacidad para resolver una cuestión. El eje de la izquierda muestra la cantidad de días que nos lleva resolver un tema. Las barras en azul muestran la cantidad de días en los últimos meses. Y el eje en la derecha muestra los porcentajes dentro de un objetivo que nos hemos establecido para la mejora, teniendo cuenta los datos históricos. Como pueden ver, nuestra tendencia en promedio son 10 días para la resolución de casos. Pero, como resultado de estos métodos, estos objetivos de mejora, cada vez somos más consistentes en lograr nuestros objetivos. Nuestro objetivo es el 80% para finales de año y en septiembre llegamos al 74% de casos resueltos en siete días.

Este gráfico muestra nuestra última respuesta. Nos queremos asegurar que en aquellos casos en los cuales no podemos dar una respuesta en el tiempo esperado, se tengan o se brinden

---

actualizaciones frecuentes respecto de nuestro estado con respecto a esos casos. El eje de la izquierda mide el número promedio de días desde la última vez que se recibió una comunicación de nuestra parte y el eje de la derecha mide el porcentaje en el cual llegamos al 80% dentro de los siete días. Estamos avanzando en la dirección correcta. Como pueden ver, la cantidad de días en promedio está disminuyendo, sin embargo, no somos del todo consistentes porque solamente logramos cumplir con ese objetivo en el mes de septiembre.

Este gráfico mide la efectividad del departamento de servicios al consumidor. La persona de este centro va a ser el que puede resolver el caso o el problema. Sin embargo, esto no es así todo el tiempo. Siempre habrá oportunidades en la cual tenemos que hacer participar a algún experto o pasar el tema o escalar el tema a un experto o ejecutivo dentro de la organización. Teniendo en cuenta nuestro rendimiento histórico del 60%, podemos resolver un caso sin necesidad de tener que escalar el caso. En septiembre estuvimos por debajo de esa meta.

Y el último gráfico que quisiera compartir con ustedes mide nuestro atraso o retraso en los casos. Aquí tenemos que tener en cuenta tres cuestiones. Implica si podemos estar a la altura de la cantidad de trabajo que recibimos, a veces hay casos que avanzan y casos que no. Mantenemos un promedio de entre 200 y 250 casos. Siempre y cuando estemos dentro de una desviación lógica, no tenemos que hacer nada sino que estamos bien. Si hay un volumen especial que aumenta un caso mes a mes, bueno, entonces utilizamos esta



---

métrica para saber si estamos brindando respuesta a nuestros clientes.

CHRISTINE WILLETT:

Yo quisiera agregar que nosotros hacemos una distinción entre los casos que son consultas y alguno de los casos que tiene que ver con los procesos de gestión. Muchas veces hay muchos casos abiertos conforme se ingresa al proceso de solicitud o a la prueba de la redelegación. Entonces, nosotros hacemos una distinción entre los casos que son de consultas que donde se contacta al servicio de información al cliente para hacer alguna consulta. Y luego tenemos los otros casos donde hay cuestiones relacionadas con la redelegación, una subasta, porque estos casos llevan mucho tiempo, incluso semanas o meses. Gracias.

MICHAELA QUINZY:

Yo hablaba también de la implementación de una estructura basada en niveles y esto es simplemente una ilustración de nuestra estructura dividida en niveles. Como pueden ver, el trabajo ingresa ya sea a través del portal, mediante correo electrónico o mediante la organización. Pero finalmente se filtra y llega al departamento de servicio al cliente. La idea es que todo se comparta y que el trabajo se resuelva en la capa o en el nivel uno. Hay gente que se encarga de recibir los casos, despacharlos, llevar a cabo la gestión de los casos, brindar los estándares necesarios y también las respuestas a las consultas. ¿Qué queremos decir con la gestión del caso? Nos referimos al ingreso del caso y a la escalación o al escalamiento de este caso en los diferentes niveles.

---

En cuanto a la capa número dos, implica los procesos y también aquí tenemos a los expertos que se encargan de resolver las cuestiones o de abordar los nuevos temas que puedan surgir, cosas que no han aparecido antes.

En la capa uno, la organización es la que resuelve, pero si no lo puede hacer, se pasa al nivel dos. Las personas en el nivel dos van a administrarlo o van a resolverlo en ese nivel, van a investigar y tratar de brindar una resolución. Si no pueden brindar una resolución, entonces esto se pasa al nivel tres donde encontramos o llegamos al nivel de liderazgo o nivel ejecutivo. En este nivel, el nivel tres, se brindan o se proporcionan decisiones sobre cómo resolver una determinada cuestión.

Este es el marco de trabajo que tenemos actualmente y así es como brindamos las resoluciones. En este momento, le voy a dar la palabra a Aaron para que nos hable de las operaciones del departamento de GDD.

AARON HICKMANN:

Gracias Michaela. Para quienes no me conocen, espero conocerlos antes de que termine la reunión. Una de las cosas que dijo Michaela en el equipo de operaciones de GDD, lo primero que hacemos es qué es lo que hacemos ahora. Actualmente operamos algunos servicios para registros y registradores. Tratamos de hacerlo de manera eficiente y repetible, tanto para los clientes internos como externos. Van a ver nuestros nombres, entonces, en casos, especialmente en

---

cosas como RSEP y asignación de registros y, aun cuando tengamos que involucrar a otras personas, como el departamento legal, tratamos de hacerlo solos.

Pero lo más importante que manejamos son las metas del nivel de servicio, que son metas establecidas en algunos casos por políticas y, a veces, a través de objetivos internos que tratamos de alcanzar para asegurarnos de que cumplimos en la provisión de servicios de la manera más rápida y eficiente posible.

Otra cosa que Michaela también mencionó fue que actuamos como soporte del nivel dos. Entonces, cuando algo no puede ser respondido por el nivel uno, se escala a nosotros. Lo hacemos de manera limitada porque no tenemos todos los servicios todavía, pero es nuestra intención tenerlos a la brevedad.

Hablemos ahora de cómo llegamos aquí. Yo también comencé hace poco, mi primer día fue en diciembre del año pasado, así que ni siquiera hace un año que estoy. Pero durante este año hemos armado un equipo experimentado de profesionales en operaciones que incluye personas como analistas de negocios, especialistas en operaciones y otros, personas con mucha experiencia en organización operativa y departamentos operativos, acostumbrados a construir procesos, procedimientos, etc. Durante los años, con estas personas, hemos podido pasar servicios de los equipos de registros, registradores y servicios técnicos, gente de distintas especializaciones, con distintos abordajes. Hemos hecho la transición de manera tal que no bajó la calidad.

Una de las formas en que conseguimos esto fue a través de la construcción de una definición de un servicio o a través de una mejora de una definición existente en un servicio. Hicimos capacitación con las pymes que existían, desarrollamos documentos de procesos y procedimientos, documentos profundos, minuciosos. Quizás nunca antes se llegó a tal nivel de detalle en la ICANN. Pudimos hacer un primer contacto. Ya ahora estamos para la mayoría de los servicios, simplemente estamos haciendo el manejo de escalada y excepciones, que es un número bastante bajo de ítems. La mayoría de las cosas las manejamos solos. Así que así podemos sacar una gran parte de la carga a los equipos de servicios a registro, registradores y servicios técnicos.

También hemos trabajado en la optimización de la prestación de los servicios que nos encomendaron. Gran parte de nuestros servicios son manuales pero hemos podido ajustar los procesos y eliminar algunos pasos, uniformizar algunas áreas que antes eran un poquito engorrosas. Hemos hecho un muy buen trabajo, creo, en la iteración y mejoración de los procesos.

Como decía, entonces, prestamos estos servicios. Tales algunos ejemplos, la incorporación, RSEP, asignación de acuerdos de registro. También brindamos servicios a los registradores tales como el procesamiento de la solicitud, renovaciones tempranas, etc. A lo largo del camino, surgieron esta mezcla de distintos tipos de servicios entre distintas organizaciones y tuvimos que hacer mucho desarrollo

---

de los equipos. Eso incluyó los documentos de procesos y procedimientos, para eso capacitamos al personal sin bajar la calidad.

No tengo gráficos tan lindos como los de Michaela pero sí tengo una tabla que me gusta. Estos son los tres servicios que tienen más visibilidad en las organizaciones y que me voy a referir a ellos brevemente. La meta de nivel de servicio que tenemos es básicamente 100% o la meta perfecta. Cuando podemos, procuramos alcanzar el 100%. Sabemos que habrá excepciones en lo que es escaladas, pero estuvimos bastante bien en la mayoría de los casos como muestran los números aquí, que son bastante impresionantes.

La caída en septiembre tiene que ver con un caso de excepción, un largo proceso de enmienda, pero bueno, es lo típico que vamos a ver. Este punto en particular tuvo que ver con un cambio de nombre que se dio en el proceso de enmienda y se prolongó un poco.

Bueno, ahora le voy a pasar de vuelta la palabra a Michaela para que ella nos cuente dónde queremos estar.

CHRISTINE WILLETT:

Antes, Aarón, quiero contar que el 100%, ¿se refiere al 100% de qué?

AARON HICKMANN:

Se refiere a lo que está definido por la meta interna. Por ejemplo, tenemos una meta requerida de que vamos a hacer una revisión administrativa interna, por ejemplo en 15 días, el 100% sería que se hizo en 15 días o menos. Michaela.

MICHAELA QUINZY:

No me acostumbro a tanto micrófono, a encender el micrófono. Voy a hablar un poquito ahora sobre la estrategia del servicio al cliente. En los últimos meses con el equipo, hemos elaborado, analizado cómo mejorar la provisión de los servicios, cómo seguir siendo mejores, cómo asegurarnos de que estamos brindando servicios que son lo suficientemente amplios, que con el nivel de profundidad que requiere nuestra base de clientes. Acordamos un proceso para implementar una estrategia de servicio al cliente global que dé como resultado un servicio al cliente global, disponible las 24 horas del día en soporte, que utilice múltiples canales además del portal y el email. Si alguien quiere llamarnos por teléfono, no tiene que ser un impedimento o una dificultad saber a quién contactar. Quizás incluso tengamos soporte por chat.

Estamos ahora ejecutando esta estrategia para globalizar el grupo, añadiendo canales de soporte. Pero además, soporte para los cinco idiomas de Naciones Unidas, además del inglés y portugués. Y, con esto, brindaremos niveles de servicio de alta calidad y congruentes que den confianza a nuestros clientes. Y que, si interactúan con servicio al cliente, la respuesta que obtendrán será oportuna, será exacta y será minuciosa. Y, de paso, la calidad es medida a través del *feedback* de ustedes, no por ningún estándar que nosotros establezcamos.

Esto quizá sea un *déjà vu* para ustedes, a lo mejor ya vieron este dibujo, pero no lo han visto porque este dibujo añade otro nivel de

---

soporte adicional. Hablamos del nivel uno, que era el centro de servicio global. Nivel dos, que era el grupo operaciones. Y el nivel tres, que era el liderazgo ejecutivo, el equipo de liderazgo ejecutivo. Pero añadimos el nivel cero.

El nivel cero es la habilitación tecnológica, es un método por el cual nosotros podemos abrir los canales de soporte, las capacidades lingüísticas y tener un programa de capacitación repetible que nos permita capacitar a personas en lugares remotos, tal como nuestros *hubs* y que nos permita enrutar el trabajo a la persona que tiene el *expertise* en la zona horaria, dentro de la zona, dentro del horario y en el idioma que la persona requiere.

Entonces, para eso, para llegar a eso tenemos mucho trabajo que hacer. Hemos identificado entre 12 y 15 proyectos que tendremos que ejecutar en los próximos meses para poder llegar a donde queremos.

En esta diapositiva, estoy mostrando cada uno de los proyectos en correspondencia con el nivel. Y quería compartirlo con usted para entender la magnitud de lo que tiene que darse para que realmente lleguemos a convertirnos en esa organización de soporte global. Para que la gente en las localizaciones remotas puedan ser eficaces con el soporte que tienen en Los Ángeles, necesitamos construir una base de conocimientos remoto. Necesitamos implementar lo que yo llamo plataforma de centro de contactos, que es un sistema telefónico, un sistema de chat, un sistema de satisfacción del cliente que esté integrados con nuestro CRM que permite el nivel adecuado de

---

seguimiento, conexión, enrutamiento, medición, etc. al sistema. También vamos a implementar una encuesta de satisfacción del cliente porque queremos estar seguros de estar informados e involucrados, saber cómo ustedes perciben el nivel de servicio que brindamos y basar nuestras futuras iniciativas de mejoras en esta devolución.

En el espacio del nivel uno, acá estamos hablando principalmente de las personas y la habilitación de las personas, que el personal de las oficinas nodales, que siempre haya gente trabajando en la zona, en los horarios de oficina de todos los husos horarios. Tenemos teléfonos y alentamos a la gente a que use los teléfonos y también hacemos una medición de esto.

Lo mismo con el sistema de chat. La herramienta de encuesta de satisfacción al cliente no es más que una herramienta. Si no ponemos personas detrás de este proceso, la información no tendrá sentido, no tendrá utilidad.

El SLA es el acuerdo que nos hace rendir cuentas con respecto de nuestros compromisos y metas. Todos estos procesos tienen que ser puestos en práctica para habilitar esta visión de soporte global.

Los niveles 2 y 3 repiten algunos de los procesos o algunos de los proyectos que se dan en el nivel uno. Entonces, el proceso de recirculación de la información de la encuesta de satisfacción al cliente, el proceso de los SLA, la idea de que todos marchamos al mismo ritmo, es decir, tenemos una orientación en la cultura de la



---

compañía. Es decir, que a medida que el trabajo va escalando por los procesos, todos nos desempeñamos de la misma manera, que todos somos responsables ante los mismos SLA, que todos entendemos las necesidades de los clientes de la misma forma.

Bueno, esto es lo que apuntamos a hacer desde la perspectiva del servicio al cliente. Ahora le voy a pasar la palabra nuevamente a Aaron Hickmann, quien va a hablar de la parte de operaciones.

AARON HICKMANN:

Gracias Michaela. Entonces, bueno, son varias las cosas que estamos manejando para llegar a donde queremos. La primera, queremos continuar y completar la transición de servicios que comenzó a finales de este año. Queremos hacer la gestión de la responsabilidad y para eso necesitamos un equipo plenamente capacitado con *expertise* en temas. Y tenemos algunas personas ya hace algunos meses. Estamos yendo un poquito lento pero no queremos perder a nadie a medida que hacemos la transición de los servicios en el equipo, en términos de *backup*, etc.

Además, queremos poder ser un mucho mejor socio de lo que es servicio al cliente y poder así encarar y abordar todos o casi todas las consultas de nivel dos que lleguen. Es decir, mejorar la respuesta para estas consultas escaladas.

Queremos estar finalmente en un lugar, en una posición en la que podamos brindar servicios adicionales. El paisaje de la ICANN cambia constantemente y se necesitan todo el tiempo nuevos servicios, a

---

veces en lo que es soporte de políticas, a veces lo que identificamos en servicios de registros. Esto se asemeja a lo que mostró antes Christine, para llegar a este lugar, necesitamos focalizarnos en las personas, los procesos y las herramientas.

Utilizamos profesionales experimentados en operaciones en nuestro equipo, son personas profesionales que saben cómo debe ser una división de operaciones, que están acostumbrados a mantener procesos con alto nivel de calidad, etc. Ésa va a ser entonces nuestro fundamento clave para construir a partir de allí el proceso. El proceso, obviamente ya hay algún proceso, lo vamos a seguir desarrollando los procesos en la transición, pero lo más importante vamos a hacer constantemente evolucionar esos procesos con el tiempo. En una determinada semana o mes vamos a analizar las eficiencias de un determinado porcentaje, ver cómo podemos armar más escalables. Esperamos un aumento constante de la carga de los registros y registradores.

Con respecto a las herramientas, Michaela mencionó que el equipo utiliza salesforce. Nosotros también lo usamos, en especial, para gestión de casos, pero en realidad queremos que sea nuestro sistema de registros, queremos comenzar a procesar todos los pedidos de servicio a través de salesforce en el portal de GDD, tener una manera estandarizada de que esto se maneje. Es una interfaz muy consistente, va a ser una experiencia muy consistente para todos ustedes.

---

Sin duda, no queremos perder de vista que nosotros debemos brindar transparencia al proceso y al estado de cualquier pedido que surja y también queremos tener visibilidad en tiempo real cada vez que es posible. De modo tal que, cada vez que ustedes se conecten al portal, sepan exactamente dónde están.

Con esto, de alguna manera, he resumido la presentación y es el momento de recibir sus preguntas o comentarios, como deseen.

CHRISTINE WILLETT:

Están trabajando en el aire acondicionado me parece.

DESCONOCIDO:

Necesitamos ayuda del equipo técnico. Gracias.

MICHELE NEYLON:

Me parece que sé cuál es la respuesta a mi pregunta. No obstante, creo que es necesario formularla igual porque esto es GDD y la última vez que chequeé, los registradores eran parte del GDD. Me parece que ya te das cuenta adónde apunto, ¿no?

En este momento, ustedes tienen una serie de procesos fascinantes y muy atractivos para los registros. La pregunta para los registradores, y acá me pongo la camiseta del grupo de registradores, es que, ¿cuándo vamos a tener todos estos fantásticos servicios? Porque nuestros miembros están un poquito frustrados y por frustrados, la verdad es que están muy frustrados cada vez que se hablan estas cosas. Gracias.

CHRISTINE WILLETT:

Gracias Michele. No hay problema. La provisión de servicios, la función de acreditación de registros, ese proceso hizo la transición junto con el personal lamentablemente, y ese *expertise* pasó al equipo de Aaron hace unos pocos meses.

Con respecto a las herramientas, tenemos una hoja de ruta que muestra el sistema de radar y los datos de los registradores, se está haciendo la transición a salesforce ¿a finales de este año? A comienzos del año próximo. O sea que es en este ejercicio fiscal, este año. Bueno, buscamos migrar estos datos para finales del ejercicio.

El desafío, la verdad, el equipo mencionó salesforce. La plataforma salesforce es un desafío, el equipo en este momento, en la génesis en realidad, este equipo de servicio al cliente estaba, fue formado para dar soporte a los solicitantes de los nuevos gTLD, que cuando fueran a los operadores tuvieran soporte. El equipo de operaciones y el equipo de servicio al cliente recibe fondos en este momento a través del programa de nuevos gTLD, y este año estamos centrados en construir el cimiento para este nuevo equipo de servicios al cliente global que describió Michaela. Esto es personal, capacitación, herramientas para dar soporte a todas las partes contratadas en forma global, incluso a la comunidad de partes interesadas más allá o además de las partes contratadas.

La plataforma salesforce, tenemos tantos proyectos simultáneamente o dándose a la vez en la hoja de ruta y un número

---

limitado de recursos. En este momento, eso es lo que, de alguna manera, dificulta nuestra capacidad de hacer la transición de funciones y acelerar la hoja de ruta. Como dijo Chris Gift, estamos trabajando con el radar para finales del 2015 o comienzos del año próximo, va a haber un webinar para los registradores en dos semanas para hablar del portal y de la transición. Excelente. Gracias por la pregunta.

PHILIP SHEPPARD:

Soy Philip Sheppard. Yo celebro, aplaudo los esfuerzos que han estado haciendo para poder medir las métricas y objetivos. Ahora, esto es en respuesta a la pregunta que tenía que ver con el RSEP respecto de cuál es el objetivo en este sentido, porque sé que tienen un objetivo elevado. Yo participé en diferentes debates en esta semana respecto de los RSEP y lo que está causando una disminución de la velocidad en la respuesta para estos servicios porque, si se quiere, a veces hay hasta una interferencia política. Y esto, sabemos que están tratando de brindar el mejor servicio a la gente, el mejor servicio posible. Ahora, me pregunto si están considerando también cubrir ciertas cuestiones que están fuera de su, o que pueden estar un poco fuera de su control.

CHRISTINE WILLETT:

Gracias Philip. Entendemos que el punto que describió Chris sobre el proceso de RSEP es algo que ha debatido ampliamente el grupo de registros. Estamos viendo la forma de poder rastrear y poder medir y administrar los procesos correctamente.

RUBENS KUHL:

Yo voy a insistir en el tema del RSEP. Estas estadísticas realmente no reflejan las estadísticas y la realidad. La realidad de los registros es otra y están muy lejos de tener un 7% de los reclamos que no cumplen con los objetivos. Yo tengo un reclamo presentado hace más de nueve meses, ya podría ser o casi lo que tarda un bebé en nacer. Entonces, estas cifras que presentaron no reflejan la realidad.

CHRISTINE WILLETT:

Gracias. ¿Tenemos algún otro comentario de la participación remota?

Bueno, gracias a todos, gracias por su participación. Les agradecemos la oportunidad de reunirnos con el equipo operativo, que tengan una buena tarde. Hasta luego.

[FIN DE LA TRANSCRIPCIÓN]