

**ANÁLISIS PRELIMINAR DE DENNIS CARLTON
RESPECTO A LOS PRECIOS MÁXIMOS PARA LOS REGISTROS DE
INTERNET DE NUEVOS DOMINIOS GENÉRICOS DE ALTO NIVEL (gTLD)**

Marzo de 2009

I. INTRODUCCIÓN

A. ANTECEDENTES ACADÉMICOS

1. Soy Profesor de Economía *Katherine Dusak Miller* en la escuela de negocios *Booth School of Business*. He recibido el título de A.B. (Bachillerato en Artes) en Matemáticas Aplicadas y Ciencias Económicas de la Universidad de Harvard, y mi M.S. (Maestría en Ciencias) en Operaciones de Investigación y Doctorado en Economía, del Instituto de Tecnología de Massachusetts. He servido en la Facultad de Derecho y en el Departamento de Economía de la Universidad de Chicago así como en el Departamento de Economía del Instituto de Tecnología de Massachusetts.

2. Me especializo en la economía de organizaciones industriales, que consiste en el estudio de mercados individuales e incluye el estudio de la defensa de la competencia y cuestiones regulatorias. Soy coautor del libro Organización Industrial Moderna, uno de los principales textos en el ámbito de la organización industrial, y también ha publicado numerosos artículos en revistas académicas y libros. En forma adicional, soy coeditor de la Revista de Derecho y Ciencias Económicas, una de las principales revistas de investigación que publica la aplicación del análisis económico a la organización industrial así como cuestiones jurídicas y brindo servicio —o lo he brindado— como editor de una variedad de revistas académicas.

3. Además de mi experiencia académica, soy el Director Principal de Gerencia de *Compass Lexecon*, una prestigiosa firma de consultoría económica que se especializa en la aplicación de la economía a los aspectos jurídicos y regulatorios. Desde octubre de 2006 hasta enero de 2008, he servido como Asistente del Procurador General para el Análisis Económico, División Antimonopolio, Departamento de Justicia de EE.UU., el cargo más alto al que un economista puede aspirar en la División Antimonopolio. También he servido como Comisionado de la Comisión de Modernización de la Legislación Antimonopolio, creada por el Congreso de los EE.UU. en 2002 para evaluar las leyes antimonopólicas de los EE.UU. He proporcionado testimonio de experto ante varios tribunales estatales y federales de los EE.UU., ante el Congreso de los EE.UU., una variedad de las agencias reguladoras estatales y federales y tribunales extranjeros, y he servido como consultor en el Departamento de Justicia, la Comisión Federal de Comercio y otros organismos gubernamentales.

B. RESUMEN DE LAS CONCLUSIONES

4. La propuesta que la Junta de Directores de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) aprobó recientemente para autorizar los nuevos procesos que conlleven a la introducción de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) encierra la promesa de un aumento de la competencia que enfrentarán los operadores de los registros para los principales dominios de primer nivel actuales, incluyendo *.com*, *.net* y *.org*. He sido consultado para brindar asesoría a la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) respecto a si sería necesario establecer precios máximos que limiten los futuros incrementos de los

precios cobrados a los registradores de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD), a fin de asegurar los posibles beneficios competitivos de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD). Aquí limito mi análisis sólo a cuestiones relacionadas con la competencia y no abordo ninguna cuestión relacionada con la confusión de los consumidores o propiedad intelectual. Esas cuestiones son abordadas en el "Informe Preliminar de Dennis Carlton respecto al Impacto de los Nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) sobre el Estado de Bienestar del Consumidor".

5. Mi conclusión es que los precios máximos o topes sobre los precios cobrados por los operadores de registros de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) no son necesarios para asegurar los beneficios de la competencia del proceso propuesto para la introducción de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLDs). Más aún, concluyo que la imposición de precios máximos a los registros para los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) podría inhibir el desarrollo y la aceptación del mercado de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) al limitar la flexibilidad de precios de los nuevos participantes en la prestación de nuevos servicios de registro, sin generar beneficios significativos para los registrantes de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD).

II. IMPACTO COMPETITIVO DEL ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS MÁXIMOS PARA LOS DOMINIOS GENÉRICOS DE ALTO NIVEL (gTLDs)

A. LOS PRECIOS MÁXIMOS LIMITAN LOS POSIBLES BENEFICIOS COMPETITIVOS DE LOS NUEVOS DOMINIOS GENÉRICOS DE ALTO NIVEL (gTLDs).

6. A pesar de la introducción de Dominios de Alto Nivel (TLDs) en los últimos años, la actividad de Internet continúa hoy en día siendo dominada por un

pequeño número de registros. Por ejemplo, el Dominio de Alto Nivel (TLD) *.com* tiene hoy más de 77 millones de nombres de dominio registrados, mientras que el Dominio de Alto Nivel (TLD) *.net* —en tamaño el siguiente registro para Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD)—, tiene aproximadamente 12 millones¹. Ambos registros son gestionados por VeriSign. El siguiente registro de Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLDs) en número, es *.org*, el cual hoy en día cuenta con aproximadamente 7 millones de nombres de dominio activos. Si bien en los últimos años se han introducido un puñado de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD), éstos han logrado sólo un éxito limitado en la atracción de los registrantes y actividad del Internet. Por ejemplo, el Dominio Genérico de Alto Nivel (gTLD) *.info* —introducido en 2001—, ha atraído a unos 5 millones de nombres de dominio, mientras que *.biz* —también introducido en 2001—, ha atraído a cerca de 2 millones de nombres de dominio.

7. En 2007, la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos (GNSO) completó un informe integral para la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) con respecto a los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD). Este informe reconoce correctamente que el desarrollo de un nuevo proceso para la introducción de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) se compromete a fomentar una nueva competencia en la prestación de los servicios de registro, con el potencial de generar importantes beneficios para los consumidores. Como se señala en las recomendaciones a la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN):

¹ Informe Mensual de Operadores de Registro de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (CANN), junio de 2008. (<http://www.icann.org/en/tlds/monthly-reports/>)

... La introducción de un nuevo proceso de puesta en funcionamiento de dominios de alto nivel tiene el potencial de promover la competencia en la prestación de los servicios de registro y de aumentar la posibilidad de elección de los consumidores, la diferenciación del mercado y la diversidad geográfica y de proveedores de servicio."²

8. La introducción de nuevos registros de Dominios de Alto Nivel (TLD) permitirá a los nuevos participantes en la prestación de servicios de registro, experimentar con nuevos enfoques para la atracción de los dominios y el tráfico de Internet. La introducción de nuevos Dominios de Alto Nivel (TLD) promete aumentar la competencia en la prestación de los servicios de registro, tanto respecto a los precios como a la calidad del servicio. La introducción de nuevos Dominios de Alto Nivel (TLDs) también permitirá a los operadores de nuevos registros, experimentar con nuevos modelos de comercialización y establecimiento de precios.

9. La ausencia de topes para los precios podría facilitar la experimentación por parte de los nuevos registros de Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) con respecto a los mecanismos de establecimiento de precios.³ Por ejemplo, algunos de los nuevos operadores de Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) podrían ofrecer precios iniciales significativamente más bajos, sin restringir su capacidad para aumentar los

² Informe del Consejo de la Organización de Apoyo para Nombres Genéricos de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN): Introducción a los Nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel, septiembre de 2007, pág.28.

³ Entiendo que la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) también está considerando si debe solicitar la separación entre los operadores de registros de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) y registradores, según es requerido bajo los acuerdos actuales. Mi análisis considera los efectos competitivos de los precios máximos para ambos casos de posibles consumidores de servicios de registro.

precios en el futuro (mientras que la existencia de límites de precios probablemente impediría la introducción de precios iniciales extremadamente bajos). Algunos consumidores pueden preferir intercambiar un menor precio inicial por un posible futuro incremento de los precios. En forma alternativa, los operadores de nuevos registros podrían optar por experimentar con el establecimiento de precios en base al uso. Otros nuevos registros de Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) podrían intentar atraer a nuevos registradores y/o los usuarios finales, ofreciendo contratos a largo plazo que limiten futuros cambios en los precios.

10. La imposición de precios máximos sobre los registros para los nuevos Dominios de Alto Nivel (TLD) limita la flexibilidad del establecimiento de precios y reduce la capacidad de los nuevos participantes para innovar y lograr el éxito.

B. ES IMPROBABLE QUE LOS PRECIOS MÁXIMOS GENEREN BENEFICIOS SIGNIFICATIVOS PARA LOS CONSUMIDORES.

1. Los costos de transferencia crean incentivos para la competencia “*ex ante*” entre proveedores.

11. Los registrantes que adoptan un nombre de dominio de Internet en particular, se enfrentan a costos de transferencia de registros, debido a que el uso de los Dominios de Alto Nivel (TLD) en el nombre de dominio impide a las direcciones de Internet ser portadas a través de los registros. Es decir, el titular de un nombre de dominio que desea cambiar de registro deberá, como mínimo, adoptar un nuevo Dominio de Alto Nivel (TLD). Los costos de transferencia de registro surgen a partir de una variedad de productos e industrias, y la existencia de tales costos puede hacer que los consumidores finales, en cierta medida, estén en deuda con sus proveedores. Esto puede crear un incentivo para que los operadores de los registros actúen en forma oportunista mediante el aumento de los precios por encima de los niveles que los consumidores podrían razonablemente esperar. Los defensores de la incorporación de los precios máximos para los servicios de registro establecidos en los contratos de los registros, podrían argumentar que esos topes eliminarían el riesgo de comportamiento oportunista por parte de tales registros.

11. Sin embargo, la competencia entre los proveedores para atraer a nuevos clientes en mercados caracterizados por costos de transferencia, limita o elimina el incentivo de los proveedores y la capacidad de actuar de forma oportunista. Por ejemplo, un proveedor que impone aumentos de precios inesperados o irrazonables dañará su reputación rápidamente, haciendo que le resulte más difícil continuar atrayendo nuevos clientes. Por lo tanto, incluso en ausencia del establecimiento de precios máximos, la

competencia puede reducir o eliminar el incentivo para que los proveedores actúen oportunistamente.

12. La literatura económica reconoce el rol de competencia "*ex ante*" en el desaliento del comportamiento oportunista por parte de los proveedores de productos que incorporan los costos de transferencia. Por ejemplo, uno de los principales estudios académicos de costes, remarca:

El poder de monopolio que las compañías obtienen sobre sus segmentos de mercado respectivos conduce a una competencia vigorosa por una porción de mercado, antes de que los consumidores se hayan comprometido con los proveedores.⁴

13. La literatura económica reconoce además que una compañía que actúa en forma oportunista al tratar con sus clientes, enfrentando costos de transferencia, probablemente sufrirá daños en su reputación, lo que a largo plazo limita su capacidad para atraer a nuevos clientes:

... cada vendedor tiene compradores "cautivos" a corto plazo. No deberíamos preocuparnos acerca de los grados leves de poder monopólico; el libre mercado se ocupará de ellos más rápido de lo que podría hacerlo la legislación antimonopólica. El vendedor que se aprovecha de su "monopolio" sobre las piezas de recambio se encontrará sin muchos compradores de sus equipos originales en el próximo período.⁵

14. Este sentimiento también es reflejado por Shapiro (1995) en su análisis de la decisión del Tribunal Supremo de los EE.UU. en el caso *Eastman Kodak Co. vs. Image*

⁴ Klemperer, Paul. "Markets with Consumer Switching Costs" (*Mercados con Costos de Transferencia para los Consumidores*) *CoQuarterly Journal of Economics* 102 (1987), 375-394, p. 377. En mi propio análisis del caso *Kodak*, yo arribé a conclusiones similares. Carlton, Dennis. "A General Analysis of Exclusionary Conduct and Refusal to Deal – Why *Aspen* and *Kodak* are Misguided," (*Un Análisis General de la Conducta Exclusoria y Rechazo al Acuerdo - ¿Por Qué *Aspen* y *Kodak* están Descaminadas?*) *Antitrust Law Journal* 68 (2001), 659-683, p. 679.

⁵ Posner, Richard. *Antitrust Law (Ley Antimonopolio)*, 2nd Edición. Chicago: Publicación de la Universidad de Chicago, 2001, p. 230.

*Technical Services, Inc.*⁶ Este caso comprendía reclamos de violación de las leyes antimonopolio por parte de Kodak, al limitar la capacidad de sus clientes de obtener piezas de repuesto de otras empresas que no sean Kodak. Shapiro llega a la conclusión de que en los grandes mercados, los proveedores enfrentan los más fuertes incentivos para preservar su reputación y, por tanto, para evitar comportamientos oportunistas⁷. Esto se debe a que en un mercado creciente, una compañía oportunista arriesga futuras pérdidas más grandes de las que compañías similares lo hacen en mercados estables o en descenso. Por lo tanto, en las industrias en rápido crecimiento, la justificación para la imposición de topes de precios es de lo más débil.

16. La competencia *ex ante* sirve para proteger tanto a los consumidores desinformados que enfrentan un mayor riesgo de aumento oportunista de los precios, así como a los consumidores mejor informados, ya que ambos conjuntos de consumidores pagan el mismo precio. Además, otros mecanismos contractuales pueden ser negociados para evitar el comportamiento oportunista por parte de los proveedores. Por ejemplo, las compañías y los clientes podrían firmar contratos a largo plazo que establezcan las disposiciones de renovación, refiriéndose específicamente a la capacidad de un proveedor para cambiar los precios en el tiempo.

⁶ Shapiro, Carl. “Aftermarkets and Consumer Welfare: Making Sense of *Kodak*,” (*Mercado de Accesorios No Originales y Estado de Beneficio del Consumidor: Dando el Sentido de Kodak*), *Antitrust Law Journal* 63 (1994), 483-511.

⁷ Shapiro (1994), p 490.

2. La competencia entre los registros de Dominios de Alto Nivel (TLD) existentes y los nuevos limita las preocupaciones acerca del comportamiento oportunista.

15. Ya en 1998, la Comisión Federal de Comercio ("FTC") llegó a la conclusión de que la existencia de costos de transferencia enfrentados por los titulares de nombres de dominio no plantea un obstáculo importante para la privatización del Sistema de Nombres de Dominio de Internet. En respuesta a la solicitud de la Administración Nacional de Telecomunicaciones e Información para brindar comentarios respecto a esta cuestión, la Comisión Federal de Comercio (FTC) llegó a la siguiente conclusión:

Parecería plausible que la ausencia de la portabilidad de un nombre de dominio a través de los registros pudiera imponer un costo de transferencia a los usuarios que cambian de registro ... Por lo tanto, es teóricamente posible que un proveedor pudiera elevar los precios futuros a los consumidores "atrapados" ...

El análisis económico de los mercados con costos de transferencia ha identificado una serie de factores que, en circunstancias apropiadas, puede disminuir la capacidad y el incentivo de un proveedor para actuar en forma oportunista con respecto a sus clientes atrapados....

En general, podríamos concluir que si bien la posibilidad de oportunismo por parte del proveedor sí existe, los posibles beneficios para los clientes a partir de una mayor competencia —tales como la posible reducción de los precios y la mejora de la calidad— argumentan en favor de [la asignación de registros a compañías con fines de lucro].⁸

⁸ Comment of the Staffs of the Bureaus of Economics and Competition of the FTC – In the Matter of Improvement of Technical Management of Internet Names and Addresses” (*Comentario del Personal de las Comisiones de Economía y Competencia de la Comisión Federal de Comercio —FTC— En Materia de la Mejora de la Gestión Técnica de los Nombres y Direcciones de Internet*) Marzo 23, 1998, p. 3-4.

16. Hoy en día, la competencia entre una variedad de Dominios de Alto Nivel (TLDs) reduce la preocupación sobre el comportamiento oportunista por parte de los registros de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) que puedan derivarse de los costos de transferencia que enfrentan los registrantes de nuevos nombres de dominio. En primer lugar, los registros de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) se enfrentan a la competencia a partir de una gran variedad de alternativas, incluyendo a los Dominios de Alto Nivel (TLDs) principales (*.com*, *.net*, *.org*), Dominios de Alto Nivel (TLD) existentes pero menos establecidos (por ejemplo, *.info*, *.biz*), Dominios de Alto Nivel con Código de País (ccTLD), Dominios de Alto Nivel (TLD) patrocinados (como *.museum* o *.aero*), y otros nuevos participantes de Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD). La existencia de estas alternativas implica que no es probable que los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) tengan éxito en atraer a una cantidad significativa de nuevos registrantes, si se involucran en un comportamiento oportunista que perjudique su reputación. Bajo estas circunstancias, los precios máximos no son necesarios para proteger a los registrantes que utilicen los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD).

17. Las preocupaciones acerca de un comportamiento oportunista por parte de los operadores de registro están más limitadas en la medida en que los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) prestan servicios utilizando registradores. Sería de esperar que el compromiso continuo de los registradores en la provisión de servicios relacionados al nombre de dominio los tenga bien informados sobre posibles comportamientos oportunistas por parte de los operadores de registro y en condiciones de

alejarse a potenciales consumidores de los registros de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) que actúen de esta manera.

18. El hecho de que los Dominios de Alto Nivel (TLD) principales se encuentran actualmente sujetos a precios máximos limitaría aún más la capacidad de los operadores de registro de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) para cobrar precios no competitivos. Más específicamente, los acuerdos actuales entre el Departamento de Comercio de los EE.UU., la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) y VeriSign establecen topes de precios que VeriSign puede cobrar a los registradores para ambos Dominios de Alto Nivel (TLD) *.com* y *.net*. Varios otros Dominios de Alto Nivel (TLD) no patrocinados (como *.info* y *.biz*) también están sujetos a topes de precios. Mientras que puede discutirse lo adecuado o no del establecimiento de estos topes, la existencia de los mismos limita los precios que pueden ser cobrados por los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) al establecer un tope de precio que los principales operadores de registro pueden cobrar.

19. Mientras que los Dominios de Alto Nivel (TLD) principales están sujetos a precios máximos, algunos de los nuevos Dominios de Alto Nivel (TLD) patrocinados —por ejemplo *.museum*, *.travel* y *.tel*—, no lo están. No tengo conocimiento de ninguna queja por parte de los registradores o usuarios finales que obtienen los servicios de estos nuevos Dominios de Alto Nivel (TLDs) patrocinados, acerca de que sus registros hayan actuado en forma oportunista aumentando significativamente los precios para sus clientes existentes. Esto proporciona mayor evidencia de que el establecimiento de precios máximos no es necesario para proteger a los registrantes contra un comportamiento

oportunista por parte de los registros de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD).

20. Por último, el continuo crecimiento de los servicios de Internet reduce aún más las preocupaciones acerca de un comportamiento oportunista por parte de los operadores de registro de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD). Como se señaló anteriormente, los incentivos para un comportamiento oportunista son más bajos en las industrias de rápido crecimiento. La cantidad de nombres de dominio registrados, así como el uso generalizado de Internet ha crecido de manera espectacular en los últimos años y se espera que su rápido crecimiento continúe. Además, la cantidad de usuarios de Internet en los EE.UU. ha aumentado desde aproximadamente 31 millones en 1997, a 90 millones en 2000 y a más de 143 millones en 2006⁹. Se prevé que Internet continúe con este crecimiento en el futuro. Por ejemplo, se prevé que el total de tráfico IP aumentará seis veces desde 2007 a 2012¹⁰. Bajo estas circunstancias, los operadores de registros de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) que actúen en forma oportunista se enfrentarían a una importante pérdida de futuros negocios.

III. CONCLUSIÓN

⁹ Statistical Abstract of the United States 2006: Internet Usage and Online Services (<http://www.census.gov>) (*Resumen Estadístico de los Estados Unidos de Norteamérica 2006: Uso de Internet y Servicios En Línea*)

¹⁰ Ver “Cisco Visual Networking Index – Forecast and Methodology, 2007-12” (*Índice de Conectividad Visual de Cisco — Pronóstico y Metodología, 2007-12*) disponible en: http://newsroom.cisco.com/dlls/2008/prod_061608b.html

21. Existe una serie de variados mecanismos de mercado que protegen a los consumidores que se enfrentan a costos de transferencia, tales como los titulares de nombres de dominio de registros de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD). En ausencia de precios máximos, los operadores de registros de nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) que intenten actuar en forma oportunista al subir los precios por encima de los niveles que razonablemente se pudieran esperar, se enfrentan a importantes riesgos de dañar su reputación y perder a futuros clientes. Estos riesgos se acentúan por la disponibilidad de nombres de dominio a partir de una amplia gama de registros alternativos, por el hecho de que los precios cobrados por las grandes registros ya están sujetos a topes de precios y por el esperado crecimiento continuo de Internet. Al mismo tiempo, el requisito de establecimiento de topes de precios para los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD) limita su flexibilidad para intentar atraer a nuevos clientes, lo cual entraría en conflicto con el bien considerado objetivo de la Corporación para la Asignación de Números y Nombres en Internet (ICANN) de fomentar la competencia en la prestación de los servicios de registro, facilitando la introducción de los nuevos Dominios Genéricos de Alto Nivel (gTLD).