DANIEL TORRES BURRIEL

JEFE DE DISEÑO DE NET2U

"Las webs de la Administración están poco orientadas al usuario"

"EL OBJETIVO PRIMERO Y ÚLTIMO DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS ES SERVIR AL CIUDADANO, TANTO EN SU VIDA DIARIA COMO EN INTERNET"

I. G. ANZA

Madrid. Si en los años 90, los administraciones públicas se volcaron en hacer accesible la ciudad mediante la construcción de rampas y la instalación de ascensores, en la era digital lograr que los sitios web públicos ofrezcan una experiencia satisfactoria a sus usuarios, incluyendo aquellos con alguna minusvalía, se ha convertido en la tarea pendiente. Dicha cuestión se trató recientemente durante la celebración de la cuarta Jornada de Usabilidad en Sistemas de Información Digital, celebrada en la Universidad Pompeu Fabra (Barcelona). LA GACETA habló con Daniel Torre Burriel, presidente de la Asociación Española de Usabilidad y jefe de diseño en la compañía Net2u.

¿Qué nivel de usabilidad presenta actualmente los portales online de los servicios públicos de las administraciones españolas?

Hacer generalizaciones siempre acarrea injusticias, pero en líneas generales hay muchísimo trabajo por hacer en ese sentido. No obstante hay algunos casos, que ahora son excepciones, que hacen albergar esperanzas de futuro. Un referente que se puede considerar como punto de partida es el sitio web de la Diputación Provincial de Huesca.

¿Cuáles son las principales deficiencias de diseño en este tipo de webs públicas?

Daniel Torres, jefe de diseño de Net2u, apuesta por la compatibilidad del diseño y la usabilidad en las web.

"LA ACCESIBILIDAD TIENE COMO OBJETIVO FACILITAR EL ACCESO A LOS CONTENIDOS Y SERVICIOS DE LA WEB"

Las principales carencias que presentan este tipo de sitios web es que no están centrados en el usuario que, además, es ciudadano. El objetivo primero y último de las administraciones públicas —también en Internet— es servir al ciudadano. Por lo tanto, todo lo que sea no ofrecer servicios útiles para éste es el primer problema a considerar.

¿Cuáles son los reglas que una web debe seguir para ser usable?

No existe una fórmula mágica, pero empezar pensando en el usuario al que se dirige el sitio web es un buen paso. Conocerle, saber cómo es, predecir sus necesidades o contar con su opinión son algunas de las cuestiones que no hay que dejar pasar. Pero por encima de estas cuestiones, las administraciones tienen que hacerse la siguiente y sencilla reflexión: ¿para qué quiero estar en Internet? y ¿qué es lo que quiero ofrecer al ciudadano?

¿Diseño y usabilidad son compatibles?

Por supuesto que sí. Y no sólo en el mundo de Internet. Una de las disciplinas que mejor complementa a la usabilidad es un diseño gráfico equilibrado, serio y profesional. Lo que se conoce como usabilidad percibida es el conjunto de las sensaciones visuales que se experimentan al entrar a un sitio web por primera vez, y es una estupenda forma de comenzar con buen pie la relación con el usuario.

¿De qué estamos hablando exactamente cuando hablamos de accesibilidad? ¿Existe una concienciación sobre este tema?

La accesibilidad tiene como objetivo facilitar el acceso a los contenidos y servicios de la web, independientemente de las consideraciones personales o de entorno que puedan impactar en cada uno de los usuarios. Es decir, personas con algún tipo de discapacidad física, personas mayores, personas con baja visión, personas que acceden a Internet desde dispositivos no convencionales, etc. deben poder consultar los contenidos y servicios de los sitios web. Al hilo de la concienciación que sobre este tema existe, en los últimos tiempos se ha avanzado gracias a iniciativas como la que puso en marcha el World Wide Web Consortium.

EL GADGET DE LA SEMANA / *Activity Watch 200*

Compañero de paseos y cómplice de bienestar

Madrid. Un reciente estudio sobre hábitos sociales invita a reflexionar: dos de cada tres españoles no practican ningún deporte. Pues bien, el nuevo reloj multifunción de Polar no está hecho para este tipo de personas. Para el tercio restante, sin embargo, la nueva criatura de la compañía finlandesa puede convertirse en un excelente compañero de paseos, caminatas y excursiones. Se trata del AW200, un reloj de uso diario especialmente diseñado para las personas que quieran controlar la distancia, el perfil recorridos, la intensidad del ejercicio, el gasto en calorías y la altitud.

Según explican fuentes de Polar, la marca nórdica acerca su *know how* sobre la élite deportiva a aquellos que simplemente desean mejorar su bienestar con un reloj que destaca por su estilo innovador en el diseño, durabilidad y unos acabados de alta calidad. La información sobre la altitud se enriquece con gráficas de la evolución, la presión atmosférica y la temperatura exterior. Los mismos portavoces destacan la sencillez del reloj, pese a la sofistificación que se esconde bajo la pantalla.

Entre otras prestaciones, la nueva tecnología de Polar interpreta el movimiento del cuerpo y, tras la introducción de algunos datos personales, ofrece el número total de pasos y la función *Tiempo Activo*. Esta función mide la calidad y la cantidad de la actividad practicada y, por tanto, señala el volumen de ejercicio saludable efectivo que se ha realizado.

POLAR

Reloj multifunción de Polar Aw200.

TRIBUNA

La oficina móvil como ventaja competitiva

ROY BEDLOW

Los operadores móviles y los fabricantes de tecnología a veces no son conscientes de las numerosas ventajas que aporta la movilidad. Al pensar solamente en promocionar los beneficios del trabajo móvil, como puede ser la posibilidad de introducir prácticas laborables flexibles para los empleados, olvidan otros aspectos también muy importantes, como las ventajas competitivas y beneficios para el negocio que trae consigo la implantación de esta tecnología.

La oficina móvil permite a los empleados adoptar una rutina de trabajo más flexible, que encaje con compromisos personales como puede ser la paternidad. La flexibilidad de trabajar cuando y donde uno quiera da mucha libertad y es un hecho probado que los empleados con flexibilidad en su trabajo son más productivos.

Como hemos señalado, hasta este momento, el debate en torno a las ventajas de la movilidad se centraba en los empleados, sin ni siquiera considerar cómo las compañías pueden crear una empresa más íntegra, capaz de dar una respuesta rápida a los clientes a través de personal que se comunique con ellos cuándo y cómo lo necesiten.

El modo en el que las personas hacen negocios hoy en día ha cambiado. Ya no vivimos en un mundo en el que se trabaja las ocho horas de rigor. En la economía global de hoy en día, los clientes y los socios de negocio requieren comunicación constante y respuestas rápidas. Las empresas deben ser capaces de responder a unos clientes cada vez más exigentes.

La tecnología móvil permite que la oficina se encuentre allá donde el empleado esté. De nuevo, los beneficios de recursos humanos son bastante claros: el traslado hasta la oficina se aprovecha para revisar el correo electrónico atrasado o la espera en el aeropuerto supone una posibilidad para revisar una presentación importante.

En definitiva, desde una perspectiva de negocio, la oficina móvil puede eliminar de forma efectiva el tiempo muerto generado por los desplazamientos, puede permitir consultar y atender a importantes correos electrónicos de los clientes y permite acceder a información crítica de negocio cuándo sea necesario. Las empresas se enfrentan también a otro reto importante, que es esa nueva generación de empleados que poco a poco va surgiendo. Son aquellos que han crecido con numerosas vías de acceso a la información. Estos empleados esperan contar siempre con un acceso a internet rápido y estar localizados todo el tiempo, tanto por teléfono como por mail o mensajería instantánea. Están acostumbrados a absorber grandes cantidades de información y trabajar en varias tareas a la vez. Las empresas deben adaptarse a este cambio en las costumbres de su plantilla y tener en cuenta que esta nueva generación puede ser un cliente potencial que demande esa accesibilidad y disponibilidad de los servicios en todo momento.

Este nuevo modelo de trabajo implica necesariamente un equilibrio entre la vida profesional y la privada, ya que no es ningún misterio que el trabajo termina integrándose en la vida del empleado. Nadie piensa en que el empleado esté disponible durante las 24 horas del día, se trata más bien de cambiar el concepto y valorar más la productividad que la presencia del empleado en la oficina.

Necesitamos por tanto alejarnos de la percepción de que el trabajo móvil es un lujo: se trata de una herramienta de negocio tan importante como la gestión de clientes o el software empresarial y de esta manera debería considerarse.

Las empresas que quieran triunfar tanto hoy como en el futuro deberán fomentar la oficina móvil para crear mejores políticas laborales y procesos más eficientes. Implementar las soluciones móviles correctas incrementa la productividad, para la comunicación y la colaboración tanto interna como externa.

▾ Roy Bedlow, vicepresidente de Palm EMEA .