

Fernando Samaniego

Escritor

Las empresas que confían en sus sitios de internet para generar tráfico e incrementar sus ventas deberían hallar formas de atraer a su público a través del móvil o resignarse a ver cómo su competencia lo consigue

NAVEGACIÓN EN INTERNET POR MÓVIL

RECIENTEMENTE la empresa de medición Nielsen Netratings afirmó que el acceso a internet por el móvil puede incrementar la audiencia de las páginas webs en hasta un 10 por ciento. Si esto fuese cierto, las empresas que confían en sus sitios de internet para generar tráfico e incrementar sus ventas deberían hallar formas de atraer a su público a través del móvil o resignarse a ver cómo su competencia lo consigue.

Cualquier persona que haya intentado acceder a internet en 2006 desde su móvil probablemente se haya sentido frustrada ya que o bien le costaba llegar a la información deseada o bien le resultaba difícil leerla. El texto, los gráficos y las características interactivas a las que el ordenador nos tenía acostumbrados no eran parte de la nueva navegación. Los expertos pronto se dieron cuenta que si la tecnología no facilitaba una experiencia satisfactoria para los usuarios nunca sería utilizada.

En 2007, dotmobi (<http://mtld.mobi>), probablemente la primera página web en abordar a fondo los problemas de navegación por móvil, estudió los sitios más visitados en general en internet y evaluó cuán preparados estaban para ofrecer una experiencia agradable desde el móvil. Entre los Top 10 destacaban Google.com, Ask.com, Yahoo.com y Facebook.com. También aparecían Was-



hingtonPost.com, Flickr.com, Live.com, Weather.com y USAToday.com. No es difícil distinguir lo que todos tienen en común.

La gente utiliza los móviles para acceder a internet sobre temas que necesita en el momento y que no pueden esperar: Google y Ask para encontrar respuestas; los sitios de noticias y del tiempo para conocer la información del momento, Yahoo y Facebook para acceder al correo y estar en contacto con su grupo. ¿Es inevitable que los diez primeros puestos estén copados por sitios del tipo «lo necesito ahora»? ¿O será quizá porque la gran mayoría de páginas web aún no están listas para el nuevo medio y los usuarios prefieren

esperar hasta llegar a casa?

Otro estudio valoró las páginas web para móvil en Europa y escogió las mejores: m.gmail.com, m.facebook.com, bbc.co.uk/mobile, wap.nationalrail.co.uk (horarios de trenes) y mobile.yell.com (Yell es un directorio del Reino Unido y propietario desde 2006 de las Páginas Amarillas españolas). Una vez más, destaca la información del tipo «lo necesito ahora» y surge la misma pregunta sobre la ausencia de algunos jugadores importantes entre los mejores sitios para los móviles.

En Japón, país sumamente adelantado al resto del mundo en navegación por móvil, se realizó una encuesta para conocer cómo utilizaban los usuarios sus teléfonos y qué opinión les merecía esa navegación. Mientras un 40 por ciento afirmaba que podía encontrar de forma fácil lo que deseaba, a más del 50 por ciento no le parecía tan sencillo. La mayoría de los sitios visitados por los usuarios estaban o bien reseñados en sus listas de favoritos o bien presentes en el menú de inicio. Obviamente, la pregunta que se debería formular el gestor de una página web es «¿Qué debo hacer para estar en la lista de favoritos o en el menú de inicio?».

Frente a los estudios mencionados sobre los mejores sitios para móviles, estos días M:metrics ha dado a conocer

su estudio sobre varios países, incluido España, y las noticias no son muy halagüeñas para los grupos de comunicación españoles por dos razones. En primer lugar, los españoles son los europeos que menos noticias leen en el móvil (esto también se podría utilizar como una oportunidad de crecimiento). Por otro lado, si en España se comienza a producir el acceso de los jóvenes a sitios de clasificados casi gratuitos, como ya ha comenzado a pasar en los EE.UU., es claro que los grupos de comunicación españoles deben abordar el nuevo medio muy en serio, ya que sus ingresos por clasificados constituyen un pilar de sus ingresos.

Para ayudar en la transición al nuevo medio, Dotmobi ofrece en su página web un servicio llamado Emulador de Móvil. La idea es que cualquier empresa pueda teclear su URL para lograr que el programa simule lo que realmente verán los usuarios de móvil si acceden al sitio, algo que con tantas plataformas es de agradecer.

La capacidad de conectar a internet por el móvil podría revolucionar la forma en la que compramos, trabajamos y vivimos, al ofrecer información y control al ciudadano medio donde quiera que se encuentre. Para que ello suceda, las empresas deben entender que el móvil está en una fase similar a la que atravesaba internet hace unos diez años. Como me decía Mónica Deza, (CEO de Universal McCann España y autora de *Consumidores Nómadas*, «esta vez el camino se recorrerá más rápido»). No es sorprendente, ya que se venden cuatro veces más móviles que ordenadores.

ESQUELAS

ESQUELAS

ABC

SERVICIO PERMANENTE

900 11 12 10

LLAMADA GRATUITA

FAX: **91 542 06 52**

e-mail: esqueles@debod.com

†

PRIMER ANIVERSARIO
ILUSTRÍSIMO SEÑOR

**DON JOSÉ RAMÓN PRIETO
HERRERO**

DOCTOR VETERINARIO DEL CUERPO NACIONAL
ACADÉMICO DE NÚMERO DE LA REAL ACADEMIA DE CC VETERINARIAS

FALLECIÓ EN MADRID

EL DÍA 9 DE JUNIO DE 2007
a los setenta y nueve años de edad
Habiendo recibido los Santos Sacramentos

D. E. P.

Su esposa, M.^a Ángeles de la Viña (Cuca); hermanos políticos, primos, sobrinos, Aicha y Jamuda

RUEGAN una oración por su alma.

La misa de aniversario tendrá lugar el lunes día 9 de junio, a las veinte horas, en la parroquia de San Juan Crisóstomo (calle Doménico Scarlatti, 2) de Madrid.

(3)