

Internet y los servicios de la Administración a ciudadanos y empresas

D. Víctor Domingo



Dos aspectos fundamentales fueron destacados en esta intervención:

1) La relación de la Administración con los ciudadanos.

En este apartado se incidió en las posibilidades que Internet como medio de comunicación interactivo ofrece a la relación Administración - ciudadanos, aprovechando el ejemplo que como el caso de la Agencia Tributaria se pone esta herramienta al servicio de los ciudadanos y la gestión de procedimientos internos y externos, con lo que se facilita de manera considerable el acceso de los ciudadanos a la Administración estatal, autonómica y local.

En la intervención se destacó la necesidad que tienen los ciudadanos de que la Administración profundice en el uso y desarrollo de las nuevas tecnologías en las dos vertientes reseñadas.

Por último se hizo especial hincapié en el papel de protagonismo que las administraciones tienen de cara a velar por los intereses de los ciudadanos en temas como el tarifaria, de ciberderechos y de transparencia informativa.

2) La Administración y el uso de Internet

En este apartado se mencionó un reciente estudio publicado en la Red, sobre las páginas web que no tenían éxito ya que un 10% de los webs analizados pertenecían a organismos de la Administración y cuyas conclusiones podían ser de interés para los asistentes a estas jornadas.

Sobre la prospección realizada a 300 sitios web

MEDIALAB DETECTA POR QUÉ HAY WEBS QUE NO TIENEN ÉXITO

Desde el pasado 1 de febrero de 1998 MediaLabs está realizando una experiencia positiva de servicio a la Red, bajo el eslogan "MediaLabs prospecta gratuitamente espacios web sin éxito".

Si observamos las estadísticas de visitas a la página de la promoción durante febrero, marzo y abril, de un total de 942 visitas recibidas al 20 de abril de 1998, han solicitado la prospección 309 sitios web con el siguiente

perfil:

Webs comerciales	58%
Organizaciones sin ánimo de lucro	12%
Instituciones oficiales	10%
Páginas personales	14%
Otras páginas	6%

Para realizar la prospección a los sitios web que lo han solicitado, MediaLabs ha elaborado el siguiente cuestionario:

- Nivel de conocimiento del sitio web por los usuarios

¿Está dato de alta en buscadores?. Si lo está, ¿cómo?, ¿por qué palabras clave se encuentra?

- Navegabilidad

Accedemos al sitio con Netscape y Explorer para asegurarnos que se ve el sitio correctamente con los dos navegadores más utilizados

Evaluación del tiempo de carga de la página

- Presentación

¿Se identifica la entidad oferente de la información con el sitio?, ¿Claridad del fondo con el texto?, ¿Es fácil acceder a la información?, ¿Existe un mapa de navegación por el sitio?

- Contenido

¿Informa adecuadamente?, ¿Es completo?, ¿Está actualizado?

- Diseño

¿Demasiados gráficos?, ¿Demasiado texto?, ¿Es rápido y manejable?

- Utilidad

¿Cumple sus objetivos?, ¿Presta realmente un servicio?,
¿Ofrece formularios, encuestas o páginas de sugerencias?,
¿Cuántas visitas tiene el sitio y de dónde proceden?

CONCLUSIONES

1) Falta de planificación estratégica

Los oferentes de información en Internet analizados en este estudio, tienen un amplio desconocimiento de este medio de comunicación y de sus posibilidades informativas y transaccionales. No planifican previamente qué es lo que pueden hacer con un sitio web. Cuando el sitio está en línea, no tienen en cuenta que ese sitio tiene que darse de alta en los buscadores nacionales e internacionales, para ser encontrados por los internautas. Creen, o les hacen creer, que por el mero hecho de estar en la Red ya van a ser encontrados por los mil.